

IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN PADA TOKO UNA BABY

Sufyan Aris Saputra¹⁾, Humisar Hasugian²⁾

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
^{1,2}Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
 E-mail : sufyanaris19@gmail.com¹⁾, humisar.hasugian@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Toko Una Baby merupakan salah satu badan usaha yang berfokus dalam bidang penjualan pakaian dan perlengkapan bayi. Di zaman yang sudah umumnya canggih seperti ini terutama dari sisi IT, Toko Una Baby mencoba memanfaatkan fasilitas e-commerce. Keadaan saat ini, pelanggan yang ingin membeli pakaian dan perlengkapan bayi di Toko tidak bisa melihat daftar produk yang tersedia sehingga kurang mendapatkan informasi. Pelanggan memiliki waktu yang terbatas untuk melakukan transaksi pemesanan karena hanya bisa dilakukan pada waktu jam kerja. Pada penelitian ini penulis mengimplementasikan menggunakan Content Management System (CMS) dengan metode pengembangan sistem Waterfall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan mengidentifikasi masalah yang terjadi, sistem E-Commerce mampu menyediakan beberapa fitur fungsional yang lebih memudahkan pelanggan dalam proses transaksi pembelian produk di Toko Una Baby dan dalam waktu yang lebih lama lagi. Penulis berharap dengan diciptakannya website berbasis E-Commerce ini mampu memaksimalkan pendapatan dari hasil penjualan produk dan mempromosikan nama Toko kepada pelanggan dalam jarak yang lebih luas lagi.

Kata kunci: E-Commerce, Content Management System, Pakaian dan Perlengkapan Bayi.

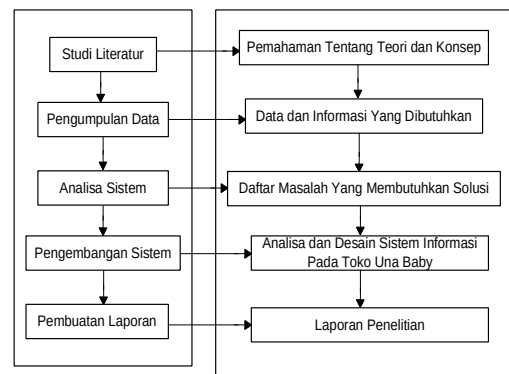
1. PENDAHULUAN

Fenomena keadaan zaman sekarang dimana kebutuhan informasi yang lebih cepat dan efisien tentunya menuntut setiap orang agar memiliki sebuah media *online*. Hal ini dapat dilakukan dengan penggunaan internet. Salah satunya penggunaan internet dalam bidang transaksi bisnis dikenal dengan istilah *E-Commerce (Electronic Commerce)* atau dapat diartikan perdagangan elektronik yaitu pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui internet serta jaringan komputer. Dengan menggunakan internet, proses perniagaan dapat dilakukan dengan menghemat biaya dan waktu. Toko Una Baby adalah sebuah Toko yang menjual berbagai model pakaian dan perlengkapan bayi. Dilihat dari keadaan Toko saat ini, prakteknya para pelanggan yang ingin membeli pakaian dan perlengkapan bayi supaya datang langsung ke Toko agar bisa melihat produk yang tersedia dan selanjutnya melakukan transaksi. Tentunya pelanggan hanya bisa melakukan pembelian di waktu jam kerja Toko. Dari sisi jumlah pelanggan juga dirasa belum maksimal karena area pemasaran hanya disekitar Kota dimana Toko ini berjualan. Maka dari itu, penulis mencoba untuk merancang *E-Commerce* dengan memanfaatkan teknologi internet dalam proses penjualan sehingga dapat diakses kapan dan dimana saja oleh pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Kerangka Kerja Penelitian

Berikut ini merupakan langkah-langkah penelitian yang dilakukan penulis dalam memberikan solusi permasalahan.



Gambar 1. Kerangka Kerja Penelitian

Berdasarkan kerangka kerja penelitian pada Toko Una Baby, maka dibawah ini beberapa penjelasan pada setiap langkah yaitu:

a. Studi Literatur

Pada proses ini dilakukan pencarian beberapa landasan teori yang diperoleh dari sumber buku dan juga jurnal agar bisa melengkapi landasan keilmuan yang memiliki nilai yang baik.

b. Pengumpulan Data

Pada proses ini dilakukan proses pengumpulan data dengan metode bertemu langsung dengan pemilik Toko dan observasi untuk mendapatkan informasi terhadap proses yang sedang berjalan pada sistem penjualan di Toko Una Baby.

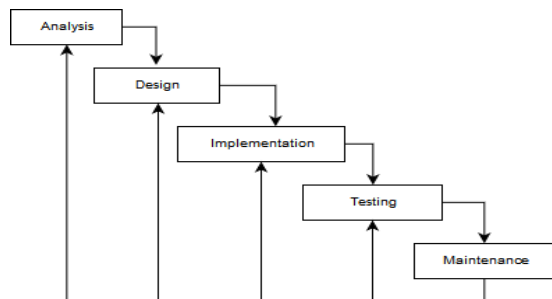
c. Analisis Sistem

Pada proses ini dilakukan identifikasi permasalahan pada sesuatu yang telah berjalan. Dengan demikian diharapkan penulis dapat menemukan kendala-kendala dan permasalahan yang terjadi pada sistem penjualan pada Toko Una Baby.

d. Pengembangan Sistem

Pada proses ini dilaksanakannya pengembangan sistem dengan menggunakan metode *waterfall* seperti gambar berikut ini :

Gambar 2. Metode Waterfall



e. Pembuatan Laporan

Pada proses ini mulai dilaksanakan pembuatan beberapa laporan yang disusun berdasarkan hasil penelitian bertujuan agar mampu menghasilkan gambaran sistem yang akan dibuat.

2.2. Metode Pengembangan Sistem

a. Analisis

Pada tahap ini dilakukan analisis kebutuhan dari *software* yang akan dirancang dan dibuat, meliputi analisis beberapa fungsional atau tahapan yang dibutuhkan, analisis keluaran, analisis masukan dan analisis kebutuhan.

b. Design

Pada tahap ini dilakukan perancangan *software* yang diharapkan agar menghasilkan sebuah prediksi apa yang seharusnya dikerjakan oleh *software* dan bagaimana tampilannya meliputi rancangan *output*,

rancangan *input*, rancangan struktur data yang digunakan dan rancangan struktur *software*. Proses ini memudahkan dalam menspesifikasikan kebutuhan dan arsitektur *software* secara keseluruhan.

c. Implementation

Pada tahap ini dilakukan uji coba rancangan dari tahap-tahap sebelumnya dan memulai dalam pembuatan *database* sesuai skema rancangan serta pembuatan *software* berdasarkan desain sistem.

d. Testing

Pada tahap ini dilakukan penggabungan modul-modul yang telah dibuat dan dilakukan pengujian atau *testing*. Proses ini dilaksanakan agar mengetahui apakah *software* yang dibangun sudah sesuai dengan rencana *design* dan apakah masih terdapat kesalahan atau tidak.

e. Maintenance

Pada tahap ini dilakukan penjaagaan atau pengawasan sistem agar tetap mampu beroperasi secara benar melalui kemampuan sistem dalam mengadaptasikan diri sesuai dengan kebutuhan.

2.3. Studi Literatur

Berikut ini beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan sebagai studi literatur, antara lain :

- a. Penulis Syahrani dengan judul “Penerapan Sistem Informasi *E-Commerce* Pakaian dan Perlengkapan Bayi” diterbitkan oleh STMIK Nusa Mandiri pada tahun 2017. Penelitian ini diharapkan strategi dan pemasaran akan berkembang sehingga mendorong peningkatan permintaan pasar terhadap barang [1].
- b. Penulis Humisar Hasugian, Vivi Salma dengan judul “Pemodelan Sistem Informasi Pelayanan Jasa *Repair* Modem dan Penjualan Modul VSAT Pada PT. Paradise *Communications* Berbasis *Object Oriented* Menggunakan *Unified Modelling Language*” diterbitkan oleh STMIK AMIKOM Yogyakarta pada tahun 2017. Penelitian ini bertujuan kinerja staff semakin mambair dan pelayanan terhadap *customer* semakin meningkat [2].

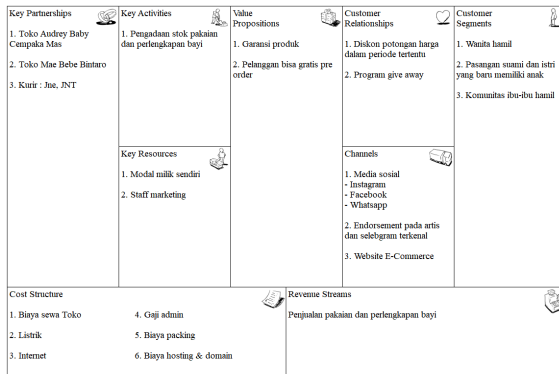
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. *Business Model Canvas*

Menurut Frans Royan [3] *Business Model Canvas* berguna untuk menggambarkan kanvas tersebut sebagai selembar kertas bagi seorang penulis, pelukis atau layar komputer bagi seorang desainer. *Business Model Canvas* ini juga digunakan untuk memvisualisasikan gagasan, logika, berpikir

atau kerangka kerja para desainer. Berikut ini adalah *business model canvas* pada Toko Una Baby :

Gambar 3. Business Model Canvas

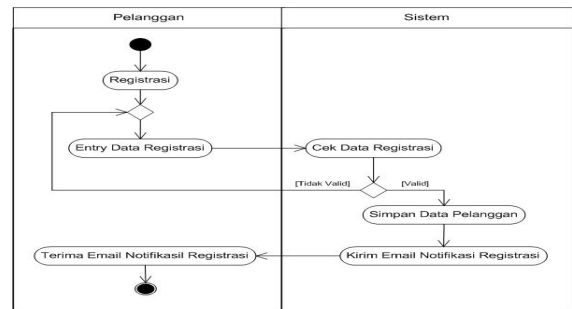


3.2. Activity Diagram

a. Proses Pendaftaran

Setiap pelanggan yang sudah melakukan pemesanan produk dan ingin transaksi pembayaran supaya *login* atau registrasi ke sistem terlebih dahulu. Kemudian sistem akan mengecek data yang telah *dientry* oleh pelanggan. Jika tidak sesuai, pelanggan supaya memperbaiki atau melengkapi data yang kurang valid. Jika data sudah sesuai, maka sistem akan menyimpan data tersebut dan mengirim notifikasi *email* registrasi kepada pelanggan.

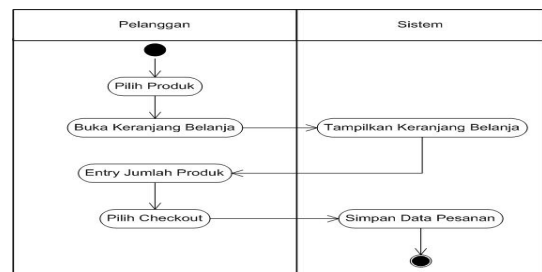
Gambar 4. Proses Pendaftaran



b. Proses Pemesanan

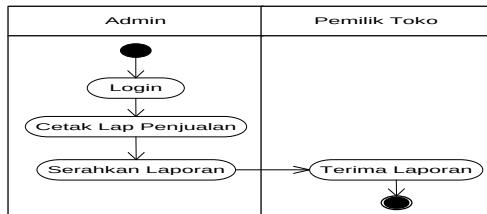
Ketika pelanggan ingin belanja, pelanggan bisa memilih beberapa produk yang diinginkan dan memasukkannya ke keranjang belanja. Pelanggan juga bisa mengatur jumlah pesanan yang diinginkan. Setelah itu pelanggan memilih halaman *checkout* untuk melengkapi data bukti pesanan.

Gambar 5. Proses Pemesanan



c. Proses Pembuatan Laporan

Admin akan mencetak beberapa laporan pada periode yang diinginkan. Setelah selesai, laporan tersebut akan diserahkan kepada pemilik Toko.



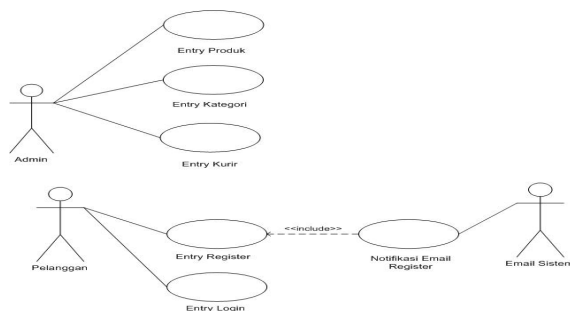
Gambar 6. Proses Cetak Laporan Penjualan

Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi

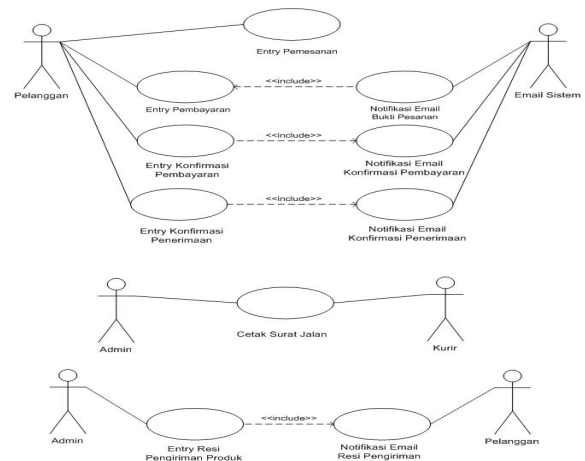
3.3. Use Case Diagram

Use Case Diagram merupakan diagram yang dapat digunakan untuk menggambarkan interaksi antara pengguna akhir dengan sistem. Berdasarkan proses bisnis yang telah dijelaskan sebelumnya, maka teridentifikasi beberapa kebutuhan sistem baru diantaranya sebagai berikut :

Gambar 7. Use Case Diagram Master

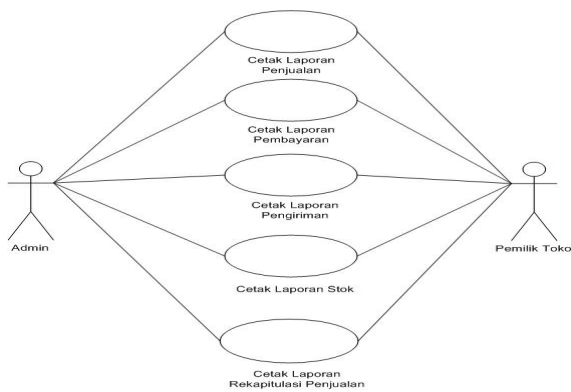


Pada gambar 7. merupakan use case diagram data master pada Toko Una Baby. Terdapat 3 data master yang khusus di entry oleh bagian admin. Sedangkan 2 master lainnya di entry oleh pihak pelanggan yang saling terhubung dengan email sistem.



Pada gambar 8. merupakan use case diagram transaksi pada Toko Una Baby. Ketika pelanggan melakukan transaksi akan secara otomatis mendapat email dari sistem. Admin juga bisa mencetak surat jalan yang akan diletakkan pada pesanan pelanggan.

Gambar 9. Use Case Diagram Cetak Laporan

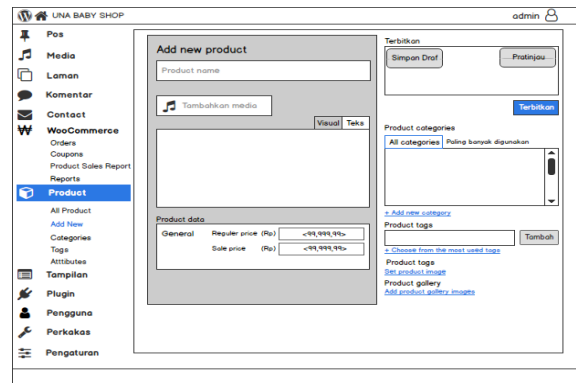


Pada gambar 9. merupakan *use case diagram* cetak laporan pada Toko Una Baby. Setiap bulan admin akan mencetak beberapa laporan, kemudian diserahkan kepada pemilik Toko bertujuan untuk pengambilan keputusan.

3.4. Rancangan Layar

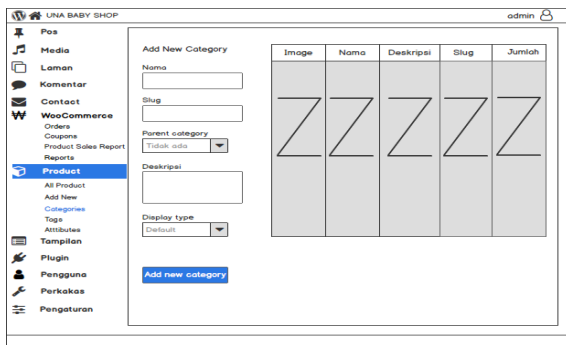
Berikut ini adalah beberapa rancangan layar yang terdapat pada Toko Una Baby berbasis E-Commerce :

Gambar 10. Rancangan Layar Entry Data Produk

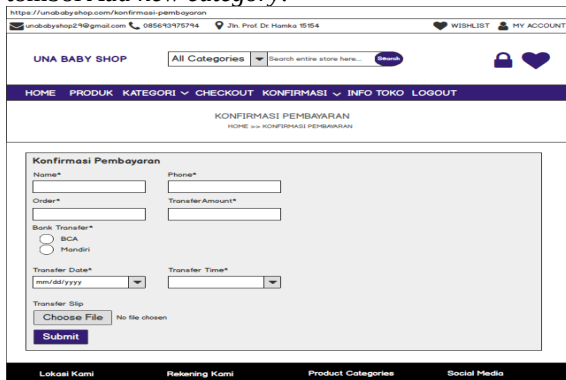


Pada gambar 10. merupakan rancangan layar untuk *entry* data produk baru. Terdapat *field* untuk mengisi data nama produk, deskripsi dan harga dari produk tersebut. Tombol pratinjau untuk melihat sementara hasil data yang telah di *entry*. Tombol terbitkan jika produk sudah siap untuk dipasarkan ke pelanggan.

Gambar 11. Rancangan Layar Entry Data Kategori

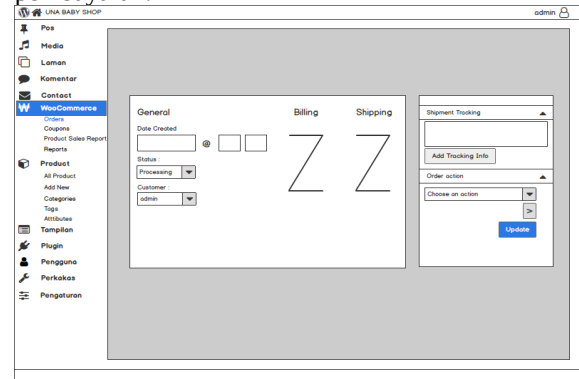


Pada gambar 11. merupakan rancangan layar *entry* data kategori. Terdapat *field* untuk mengisi data nama kategori, slug dan deskripsi. Jika data sudah diisi, simpan kategori dengan menekan tombol *Add new category*.



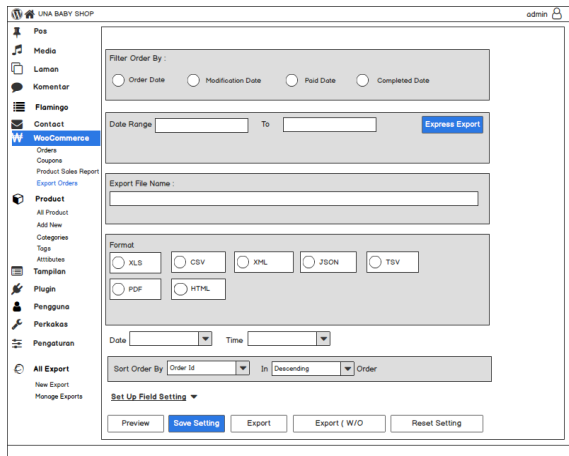
Gambar 12. Rancangan Layar Konfirmasi Pembayaran

Pada gambar 12. merupakan rancangan layar konfirmasi pembayaran pada tampilan pelanggan setelah pelanggan melakukan *transfer*. Terdapat *field* data nama pelanggan, no *handphone*, jenis *bank*, tanggal *transfer* dan tombol *upload* bukti *transfer*. Ketika pelanggan sudah mengisi data tersebut dengan lengkap, pelanggan menekan tombol *submit* untuk menyimpan data konfirmasi pembayaran.



Gambar 13. Rancangan Layar Konfirmasi Pengiriman

Pada gambar 13. merupakan rancangan layar konfirmasi pengiriman. Admin akan mengubah status pesan dan menekan *add tracking info* untuk meng*entry* nomor resi pengiriman. Tombol *update* bertujuan untuk menyimpan resi tersebut.

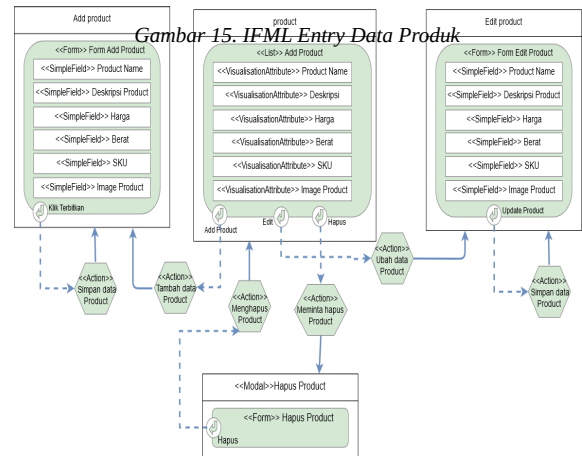


Gambar 14. Rancangan Layar Cetak Laporan Penjualan

Pada gambar 14. merupakan rancangan layar cetak laporan penjualan. Terdapat beberapa pilihan menu periode dan jenis format laporan yang diinginkan. Tombol *preview* untuk melihat hasil cetakan sementara laporan. Serta tombol *express export* jika ingin mencetak laporan penjualan tersebut.

3.5. Interaction Flow Modeling Language (IFML)

Menurut Suryanto, Pattiasina dan Soetarmono [4] IFML (*Interaction Flow Modeling Language*) merupakan jenis bahasa pemodelan yang memiliki kemiripan dengan WebML dan juga mewakili generalisasi dari *domain web* untuk aplikasi *generic* pemodelan *front-end*. Berikut ini contoh IFML pada Toko Una *Baby* seperti gambar dibawah ini :



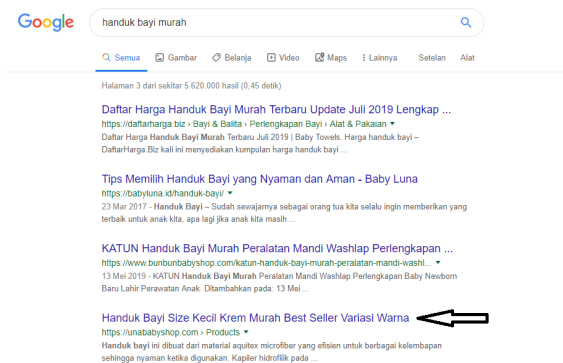
Gambar 15. IFML Entry Data Produk

Pada gambar 15. merupakan IFML *entry* data produk baru. Admin mengisi beberapa data produk ke dalam *field add new product* diantaranya seperti nama produk, deskripsi, harga, berat, sku dan gambar produk. Jika admin sudah pernah mengisi data produk maka akan tampil beberapa *list* produk. Tombol *edit* tersedia untuk mengubah data produk yang sudah pernah di *entry*. Setelah admin mengedit data produk, admin menyimpan perubahan tersebut ke dalam sistem dengan menekan tombol simpan. Tombol hapus digunakan untuk menghapus data produk. Sedangkan tombol terbitkan berfungsi untuk menampilkan produk kepada pelanggan.

3.6. Strategi Search Engine Optimization (SEO)

Menurut Su Rahman [5] SEO memiliki pengertian yaitu serangkaian teknik yang dilakukan agar *website* dapat dengan mudah ditemukan oleh google. Dibawah ini adalah hasil dari penerapan teknik SEO yang dicoba pada Toko Una *Baby* :

Gambar 16. Hasil SEO



Menggunakan *Unified Modeling Language*. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2017, pp49-55.

- [3] Royan, Frans, 2015, *Bisnis Model Kanvas Distributor Mematenkan Kinerja Optimal Distributor dan 30 Kesalahan Yang Dilakukan*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, p12.
- [4] Suryanto, S.P., Pattiasina, T.J., Soetarmono, Anggya, 2017, *Perancangan dan Pengembangan Toko Online Dengan Metode Interaction Flow Modelling Language*, 6(1), p8.
- [5] Rahman, S, 2018, *Cara Mudah Menghasilkan Website Terbaik Untuk Usaha Online*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo, p12.

4. KESIMPULAN

Setelah mempelajari permasalahan yang terjadi pada Toko Una *Baby* dan juga solusi pemecahan yang diberikan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yang dapat dirinci sebagai berikut :

- a. Dengan adanya fitur daftar produk yang dijual di Toko, saat ini pelanggan dimudahkan untuk mendapatkan informasi produk yang ingin dicari atau dibutuhkan.
- b. Dengan dibuatnya *E-Commerce* pada Toko Una *Baby*, maka membuat pelanggan tetap bisa berbelanja meskipun jam kerja Toko telah tutup.
- c. Dengan menggunakan teknik SEO (*Search Engine Optimization*), maka memudahkan pelanggan untuk melakukan pencarian nama domain Toko.
- d. Dengan adanya fitur kategori produk, maka saat ini admin dimudahkan untuk mengelola produk sesuai dengan kategorinya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Syahriani., 2017, *Penerapan Sistem Informasi E-Commerce Pakaian dan Perlengkapan Bayi*. Jakarta, STMIK Nusa Mandiri, pp77-82.
- [2] Hasugian, H., Salma, V., 2017, *Pemodelan Sistem Informasi Pelayanan Jasa Repair Modem dan Penjualan Modul VSAT Pada PT. Paradise Communications Berbasis Object Oriented*