

PENERAPAN WEBSITE E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK PELAYANAN PENJUALAN PADA MSFASHIONERS

Anggraini Ujianti¹⁾, Gandung Triyono²⁾

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

^{1,2}Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

E-mail: anggrainiujianti@gmail.com¹⁾, gandung.triyono@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Belakangan ini telah banyak sekali media berita menyajikan beragam informasi menarik seputar dunia fashion. Perkembangan dunia fashion yang berkiprah di Indonesia itu sendiri dapat dikatakan mengalami peningkatan. Salah satu brand lokal yang memulai usaha di dunia fashion, yaitu MsFashioners. MsFashioners merupakan suatu bidang usaha yang menjual berbagai macam model kebaya modern, gamis, dan kemeja batik sarimbit. Masalah yang sering dihadapi MsFashioners adalah kurangnya ketelitian dalam mengolah data yang cukup banyak jumlahnya, sehingga terjadi kesalahan dalam proses pembuatan laporan. Dan juga tampilan serta penataan daftar produk masih kurang terstruktur dengan baik. Metode yang digunakan adalah Business Model Canvas (BMC) yang akan digunakan untuk menganalisis model bisnis MsFashioners. Penelitian ini menghasilkan dengan adanya website ini mempermudah admin dalam membuat laporan yang dibutuhkan dalam waktu yang lebih singkat dan juga mengurangi tempat penyimpanan arsip/berkas. Dengan adanya website ini maka dapat memperluas pemasaran dan pelanggan menjadi lebih mudah mendapatkan informasi terbaru tentang produk MsFashioners.

Kata kunci: E-Commerce, Business Model Canvas, Woocommerce, Batik.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini mengalami perkembangan yang sangat cepat, seiring dengan kebutuhan manusia yang juga terus bertambah. Teknologi memegang peranan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, salah satunya yaitu dengan hadirnya jaringan internet. Dengan kehadiran internet memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan hal jual beli dengan memanfaatkan e-commerce.

Belakangan ini, telah banyak sekali media berita menyajikan beragam informasi menarik seputar dunia fashion. Perkembangan dunia fashion yang berkiprah di Indonesia itu sendiri dapat dikatakan mengalami peningkatan. Salah satu brand lokal yang memulai usaha di dunia fashion, yaitu MsFashioners. MsFashioners berada di Jalan H. Jegu, Cipadu Jaya. MsFashioners merupakan suatu bidang usaha yang menjual berbagai macam model kebaya modern, gamis, dan kemeja batik sarimbit.

Masalah yang sering dihadapi MsFashioners adalah kurangnya ketelitian dalam mengolah data yang cukup banyak jumlahnya, sehingga terjadi kesalahan dalam proses pembuatan laporan. Dan juga tampilan serta penataan daftar produk masih kurang terstruktur dengan baik.

Dengan ini dibutuhkannya sebuah website berupa e-commerce yang bertujuan untuk dapat membantu penjual dalam pengolahan data dan

transaksi yang dilakukan melalui media website e-commerce.

2. PENELITIAN SEBELUMNYA

Penelitian sebelumnya yang telah dipelajari seperti penelitian [1] mengenai teori penjualan yang merupakan aktivitas jual beli barang maupun jasa untuk memperoleh laba.

Penelitian [2] mengenai e-commerce merupakan sebuah transaksi secara online antara penjual dan pembeli melalui jaringan internet sebagai perantara.

Penelitian [3] mengenai business model canvas merupakan gambaran model bisnis yang memiliki 9 pilar yang bertujuan untuk membuat rencana bisnis agar memperoleh laba.

Penelitian [4] mengenai woocommerce merupakan sebuah plugin wordpress guna memudahkan pengguna dalam membuat sebuah toko online.

Penelitian yang dilakukan [5] tentang perancangan e-commerce batik pada batik Banten, permasalahan yang terjadi yaitu kurangnya pemasaran dalam penjualan. Metode yang digunakan adalah metode waterfall, dari penelitian tersebut menghasilkan pengusaha dapat menjual dan memasarkan produknya lebih luas lagi.

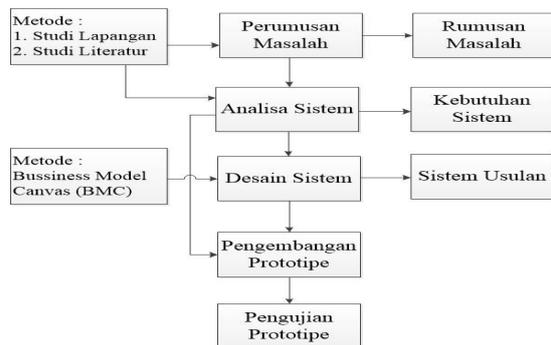
Penelitian yang dilakukan [6] tentang perancangan e-commerce berbasis website pada toko

Mirabella batik Jambi, permasalahan yang terjadi yaitu kurangnya pemasaran dalam penjualan dan pemesanan hanya dapat dilakukan melalui toko saja. Metode yang digunakan adalah metode *waterfall*, dari penelitian tersebut menghasilkan memudahkan pelanggan untuk melihat produk secara *detail* dan melakukan pemesanan tanpa harus datang ke toko hanya dengan mengakses situs *web e-commerce* toko Mirabella Batik Jambi.

Penelitian yang dilakukan [7] tentang analisis dan perancangan sistem informasi *e-commerce* berbasis *web* pada UMKM batik Rindiani Jambi, permasalahan yang terjadi yaitu kesulitan dalam melakukan penjualan dan promosi produk yang menjangkau pasar yang lebih luas. Metode yang digunakan adalah metode *waterfall*, dari penelitian tersebut menghasilkan dengan adanya sistem *e-commerce* ini mampu meningkatkan penjualan produk yang ada di UMKM Rindiani.

3. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini menggunakan langkah sebagai berikut:



Gambar 1. Langkah Penelitian

Penjelasan dari Gambar 1 sebagai berikut: Untuk menganalisa masalah-masalah yang ada pada MsFashioners ini, maka tahap pertama yang dilakukan dengan wawancara, analisa dokumen dan *studi literatur* yang terkait dengan proses berjalan, sehingga peneliti dapat mengetahui masalah yang ada. Lalu menganalisa sistem untuk mengetahui kebutuhan sistem pada MsFashioners dan dapat merancang sistem usulan. Kemudian metodologi menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*. Setelah itu peneliti melanjutkan ketahap pengembangan prototipe dengan metode *Content Managemet System (CMS)*. Tahap terakhir melakukan pengujian sistem untuk memeriksa apakah suatu program yang dihasilkan sudah dapat dijalankan sesuai dengan kebutuhan.

3.1. Analisa Model Bisnis

Analisa sistem dilakukan untuk mengidentifikasi sistem berjalan pada instansi guna mengetahui kebutuhan sistem yang akan dibuat untuk menyelesaikan masalah. Analisa sistem dapat digambarkan dengan *Business Model Canvas*. BMC digunakan untuk mendeskripsikan dan mengidentifikasi model bisnis yang sedang berjalan maupun membuat strategi bisnis baru.

3.2. Desain Sistem

Metode perancangan sistem dilakukan untuk mengetahui masalah yang terjadi untuk mengetahui kebutuhan sistem. Metode perancangan sistem dapat dilakukan dengan memahami proses sistem berjalan yang terjadi. Perancangan sistem dapat digambarkan dengan:

a. *Unified Modeling Language (UML)*

- 1) *Activity diagram*, digunakan untuk menggambarkan proses bisnis dan urutan aktifitas dalam sebuah proses. Peneliti menggunakan *Microsoft Visio* untuk membuatnya.
- 2) *Use case diagram*, digunakan untuk kegiatan apa saja yang dapat dilakukan oleh *user / pengguna* sistem yang sedang berjalan. Peneliti menggunakan *Microsoft Visio* untuk membuatnya.
- 3) *Use case description*, digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang fungsionalitas suatu proses bisnis yang didalamnya melibatkan sebuah sistem. Peneliti menggunakan *Microsoft Visio* untuk membuatnya.
- 4) *Class diagram*, digunakan untuk menggambarkan struktur dan deskripsi *class, package* dan objek beserta hubungan satu sama lain. Peneliti menggunakan *Microsoft Visio* untuk membuatnya.
- 5) *System sequence diagram*, digunakan untuk menjelaskan interaksi sistem obyek yang disusun dalam suatu urutan waktu. Urutan waktu yang dimaksud adalah urutan kejadian yang dilakukan oleh seorang *actor* dalam menjalankan *system*. Peneliti menggunakan *Draw.io* untuk membuatnya.

b. Rancangan Layar (*User Interface*)

User Interface, digunakan untuk proses membangun koneksi antar muka aplikasi. Peneliti menggunakan *Balsamiq Mockups 3* untuk membuatnya.

3.3. Pengembangan Prototipe

Pembuatan prototipe dilakukan untuk memberikan gambaran kebutuhan kepada *user* terhadap sistem usulan yang akan dibuat MsFashioners. Berikut ini adalah beberapa hal yang

akan dilakukan dalam pengembangan prototipe sistem informasi pada MsFashioners:

a. Desain Sistem

Desain sistem adalah tahap setelah analisa sistem dari siklus pengembangan sistem yang mendefinisikan dari kebutuhan-kebutuhan fungsional, persiapan untuk rancang bangun implementasi, menggambarkan bagaimana suatu sistem dibentuk yang dapat berupa penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Pada penelitian ini menggunakan desain *business model canvas* (BMC) dan *class diagram* untuk perancangan *database* pada *website* yang akan diusulkan. Dan dalam merancang *user interface* pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pengalaman interaksi yang mudah dipahami user.

b. Konfigurasi CMS

Content Management System (CMS) yang digunakan adalah dengan plugin *woocommerce WordPress* untuk mempermudah pembuatan *website* yang diusulkan akan digunakan.

c. Pembelian Web Domain dan Hosting

Pembelian atau penyewaan *web hosting* diperlukan untuk meletakkan *file-file website* agar dapat diakses dari internet. Sedangkan *web domain* merupakan alamat dari *website* yang akan dibuat. Pembelian/penyewaan *web domain* juga diperlukan untuk *website* yang telah diusulkan dan dapat diakses lewat internet secara *online* oleh pelanggan atau *user*.

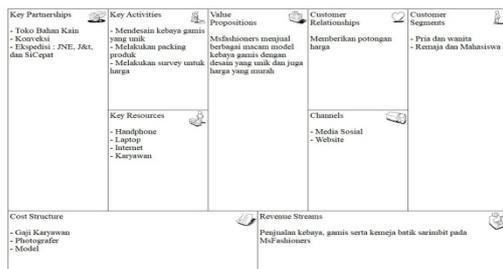
3.4. Pengujian Sistem

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap sistem untuk memeriksa apakah suatu program yang dihasilkan sudah dapat dijalankan sesuai dengan kebutuhan. Pengujian sistem merupakan hal terpenting yang bertujuan untuk menemukan kesalahan-kesalahan atau kekurangan-kekurangan pada sistem.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Analisa Dengan BMC

Berikut ini adalah 9 pilar BMC, yaitu:



Gambar 2. Business Model Canvas

Pada Gambar 2 menggambarkan kondisi metodologi *Business Model Canvas* (BMC) yang ada di MsFashioners. Berikut penjelasannya:

a. Value Proposition

Adalah blok pertama yang harus diisi dan merupakan nilai lebih atau keunggulan produk yang ditawarkan untuk pelanggan. Berikut *value proposition* yang sesuai dengan MsFashioners, yaitu: MsFashioners menjual berbagai model kebaya gamis dengan desain yang unik dan juga harga yang murah.

b. Customer Segment

Langkah selanjutnya adalah mencari target yang mungkin tertarik dengan produk yang ditawarkan. Berikut adalah target pelanggan pada MsFashioners, yaitu pria dan wanita serta remaja dan mahasiswa.

c. Customer Relationship

Adalah cara MsFashioners untuk berkomunikasi dengan para pelanggan. Berikut *customer relationship* yang sesuai dengan MsFashioners, yaitu memberikan potongan harga.

d. Channels

Merupakan metode MsFashioners dalam menawarkan produknya kepada para pelanggan. Berikut *channels* yang sesuai dengan MsFashioners, yaitu media sosial dan *website*.

e. Key Activities

Adalah kegiatan penting yang dilakukan oleh MsFashioners untuk menghasilkan suatu keberhasilan usaha. Berikut *key activities* yang sesuai dengan MsFashioners, yaitu:

- 1) Mendesain kebaya gamis yang unik.
- 2) Melakukan *packing* produk.
- 3) Melakukan *survey* untuk harga.

f. Key Resources

Merupakan sumberdaya yang diperlukan MsFashioners dalam mencapai keberhasilannya. Berikut *key resources* yang sesuai dengan MsFashioners, yaitu handphone, laptop, internet dan karyawan.

g. Key Partners

Merupakan pihak-pihak yang bisa menjalin kerjasama dengan MsFashioners. Berikut *key partners* yang sesuai dengan MsFashioners, yaitu:

- 1) Toko Bahan Kain
- 2) Konveksi
- 3) Ekspedisi: JNE, J&T, dan SiCepat.

h. Cost Structure

Merupakan biaya yang harus dikeluarkan MsFashioners untuk menjalankan usahanya. Berikut *cost structure* yang sesuai dengan MsFashioners, yaitu:

- 1) Gaji Pegawai
- 2) Fotografer
- 3) Model

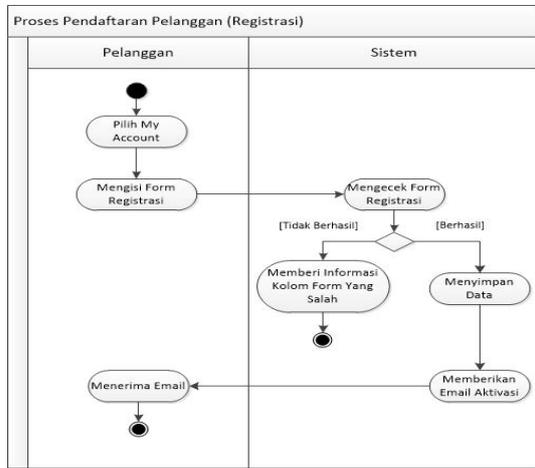
i. Revenue Stream

Merupakan hasil keuntungan yang didapatkan oleh MsFashioners dalam menjual produknya. Berikut *revenue stream* yang sesuai dengan MsFashioners, yaitu penjualan kebaya dan batik sarimbit pada MsFashioners.

4.2. Proses Bisnis Model Usulan

a. Pendaftaran Pelanggan (Registrasi)

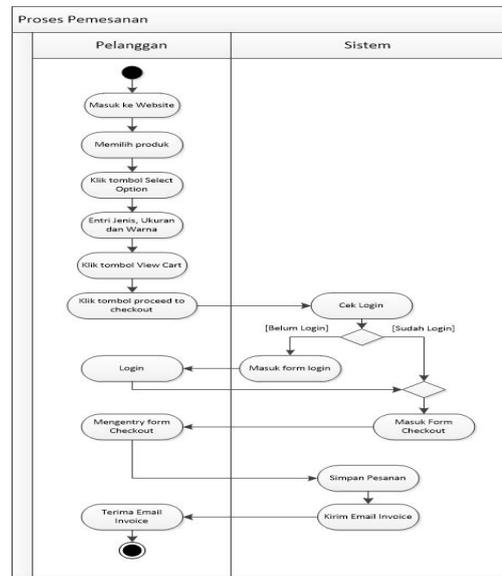
Pelanggan yang ingin memesan produk harus mendaftar akun terlebih dahulu dengan cara masuk ke *website* msfashioners. Jika pelanggan sudah pernah melakukan registrasi maka pelanggan dapat langsung melakukan *login*. Untuk lebih jelasnya, proses registrasi dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pendaftaran Pelanggan (Registrasi)

b. Pemesanan Produk

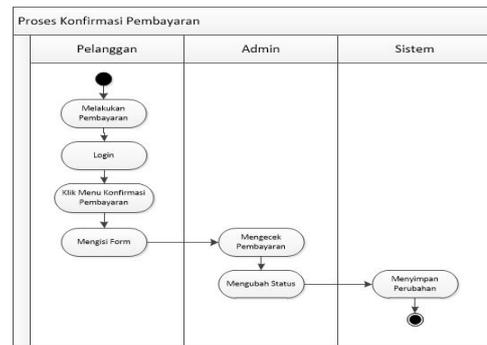
Pelanggan yang hendak membeli harus masuk ke *website* terlebih dahulu setelah itu pelanggan dapat memilih produk yang diinginkan dan klik *select options*. Kemudian masuk ke halaman *cart*, pelanggan dapat menginput jumlah produk yang ingin dibeli beserta ukuran dan warna. Setelah itu klik *view cart*, lalu klik *proceed to checkout*. Kemudian sistem akan mengecek apakah pelanggan sudah *login* atau belum. Jika pelanggan belum *login* maka sistem akan memunculkan *form login*. Jika sudah *login*, pelanggan diharuskan mengisi *form Checkout*. Kemudian pesanan akan divalidasi oleh sistem apabila pesanan sudah *valid* dan sistem akan menyimpan data pesanan kemudian sistem langsung kirim *e-mail invoice*. Untuk lebih jelas, proses pemesanan produk dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pemesanan Produk

c. Konfirmasi Pembayaran

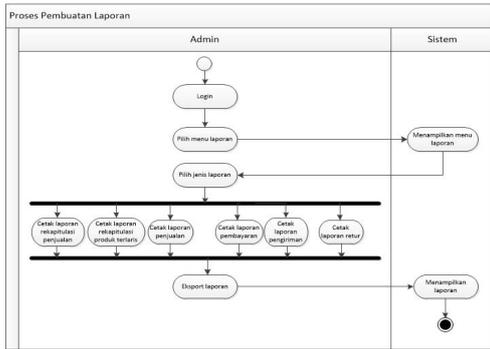
Pelanggan melakukan pembayaran, setelah itu pelanggan harus konfirmasi pembayaran dengan cara *login* pada *website* MsFashioners. Masuk ke menu konfirmasi pembayaran dan mengisi *form* tersebut. Kemudian *admin* mengecek apabila pembayaran sudah sesuai akan dikonfirmasi dan merubah status pembayaran oleh *admin*. Untuk lebih jelasnya, proses konfirmasi pembayaran dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Konfirmasi Pembayaran

d. Pembuatan Laporan

Admin akan melakukan pembuatan laporan dengan cara *login* terlebih dahulu. Kemudian *admin* dapat memilih laporan yang diinginkan (laporan rekapitulasi penjualan, laporan rekapitulasi produk terlaris, laporan penjualan, laporan pembayaran, laporan pengiriman dan laporan retur) kemudian *admin* dapat mencetak setiap bulannya. Untuk lebih jelasnya, proses pembuatan laporan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Pembuatan Laporan

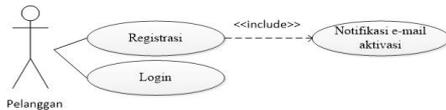
4.3. Use Case Diagram

a. Use Case Diagram Master

Use case diagram master pada MsFashioners terbagi menjadi 2 sisi, dari sisi user (calon pelanggan) dan Admin. Berikut gambar use case diagram master:

1) Use Case Diagram Master Pelanggan

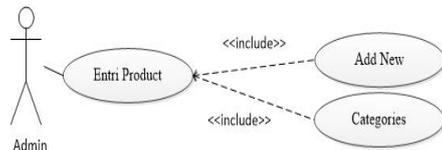
Use case diagram master pelanggan menggambarkan bahwa pelanggan dapat registrasi dan login pada website MsFashioners. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Use Case Diagram Master Pelanggan

2) Use Case Diagram Master Admin

Use case diagram master admin menggambarkan bahwa admin dapat mengentry produk pada website MsFashioners. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Use Case Diagram Master Admin

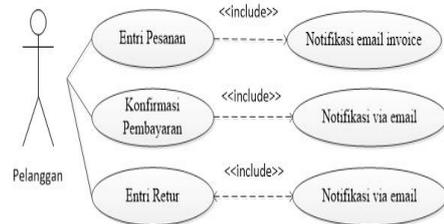
b. Use Case Diagram Transaksi

Use case diagram transaksi pada MsFashioners terbagi menjadi 2 sisi, dari sisi user (calon pelanggan) dan Admin. Berikut gambar use case diagram transaksi:

1) Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

Use case diagram transaksi pelanggan berisi entri pemesanan, konfirmasi pembayaran dan entri retur. Pada use case diagram transaksi ini terdapat aktor aktif

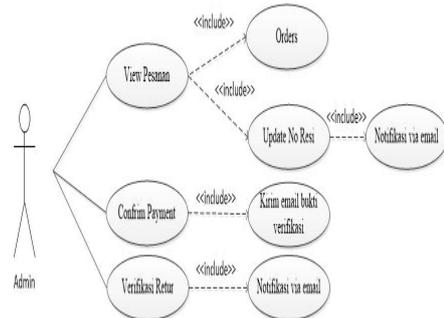
yaitu pelanggan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

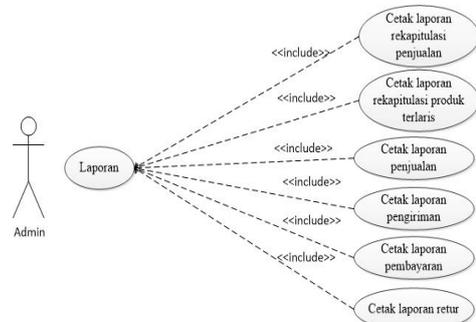
2) Use Case Diagram Transaksi Admin

Use case diagram transaksi admin berisi login, view pesanan, verifikasi pembayaran, update pengiriman dan verifikasi retur. Pada Use Case Diagram transaksi ini terdapat aktor aktif yaitu Admin, sedangkan untuk aktor pasif yaitu bagian sistem. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Use Case Diagram Transaksi Admin

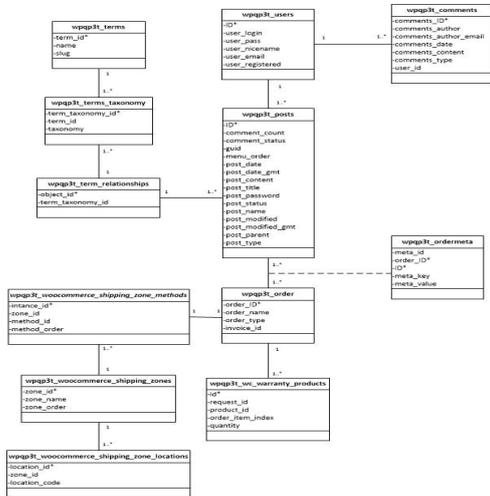
c. Use Case Diagram Laporan Use Case Diagram Laporan berisi cetak laporan rekapitulasi penjualan, cetak laporan rekapitulasi produk terlaris, cetak laporan penjualan, cetak laporan pengiriman, cetak laporan pembayaran, cetak laporan retur seperti pada gambar 11 dibawah ini.



Gambar 11. Use Case Diagram Laporan

4.4. Class Diagram

Berikut *class diagram* yang terjadi di *website* MsFashioners:



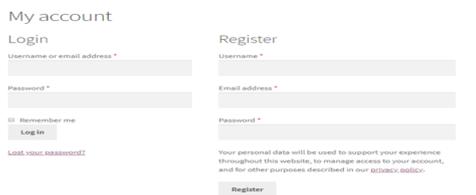
Gambar 12. Class Diagram

Pada Gambar 12 menjelaskan *class diagram* yang terjadi pada *website* MsFashioners. Tabel *wpqp3t_posts* berisikan data-data produk MsFashioners dan berelasi dengan tabel *wpqp3t_terms*. Tabel *wpqp3t_users* berisikan data pelanggan. Tabel *wpqp3t_comments* berisikan *review* produk yang di beli oleh pelanggan. Tabel *wpqp3t_order* berisikan *orderan* pelanggan. Tabel *wpqp3t_wc_warranty_products* berisikan data retur produk dari pelanggan.

4.5. Rancangan Layar

a. Pendaftaran Pelanggan (Registrasi)

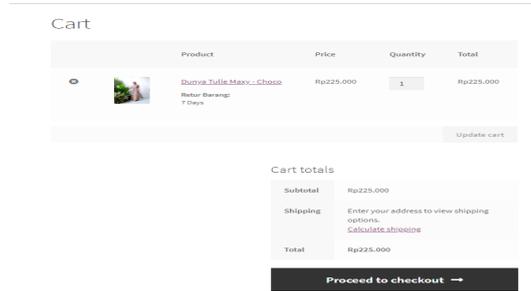
Rancangan layar pada Gambar 15 ini digunakan untuk pelanggan yang akan melakukan registrasi dan *login* ke *website* MsFashioners. Dan nantinya data akan tersimpan dalam *database*.



Gambar 13. Rancangan Layar Pendaftaran Pelanggan (Registrasi)

b. Pemesanan Produk (Cart)

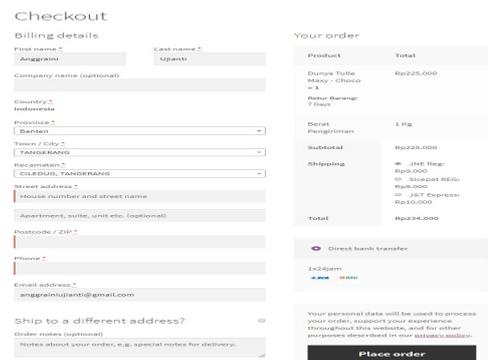
Rancangan layar pada Gambar 16 ini menjelaskan, *cart* ini akan tampil ketika pelanggan memilih produk yang akan dibeli. Terdiri dari *image product*, *price*, *quantity*, dan *total* yang harus dibayarkan. Selesai melakukan *cart*, data akan tersimpan ke dalam *database*.



Gambar 14. Rancangan Layar Pemesanan Produk (Cart)

c. Pembayaran (Checkout)

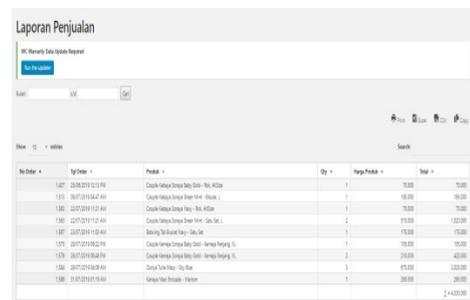
Rancangan layar pada Gambar 17 ini menjelaskan, *checkout* ini akan tampil setelah pelanggan selesai melakukan *cart*, pelanggan akan diharuskan menginput *billing details* dan memilih ekspedisi pengiriman. Setelah selesai menginput *checkout*, data akan tersimpan ke dalam *database*.



Gambar 15. Rancangan Layar Pembayaran (Checkout)

d. Laporan

Rancangan layar pada Gambar 18 ini menjelaskan, laporan penjualan ini digunakan *admin* untuk memudahkan *admin* dalam mengetahui penjualan produk *msfashioners* setiap bulannya.



Gambar 16. Rancangan Layar Laporan

5. KESIMPULAN

Dengan adanya *website* ini mempermudah *admin* dalam membuat laporan yang dibutuhkan

dalam waktu yang lebih singkat dan juga mengurangi tempat penyimpanan arsip/ berkas.

Dengan adanya *website* ini maka perusahaan dapat memperluas pemasaran dan pelanggan menjadi lebih mudah mendapatkan informasi terbaru tentang produk MsFashioners

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Prasetyo and R. Susanti, "Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada PT . Cahaya Sejahtera Sentosa Blitar," *Ilm. Teknol. dan Informasia ASIA*, vol. 10, no. 2, pp. 1–16, 2016.
- [2] Masitah, Abdullah, and Ilyas, "E-Commerce Penjualan Pakaian Pada Lapak Mariati Berbasis Web," *Intra-Tech*, vol. 2, no. 2, pp. 1–11, 2018.
- [3] Y. Yurike and W. L. Sahetapy, "Analisis Business Model Canvas Pada Ud Diamond Motor," *AGORA*, vol. 6, no. 2, pp. 1–5, 2018.
- [4] W. Komputer, *Membangun Toko Online Multiproduk Dengan Wordpress Dan Woocommerce*. Elex Media Komputindo, 2014.
- [5] I. Yunita and L. Suryani, "Perancangan E-Commerce Batik Pada Batik Banten," *Ilm. Sains Teknol.*, vol. 1, no. 2, pp. 66–81, 2018.
- [6] A. R. Rachman and E. Fernando, "Perancangan E-Commerce Berbasis Website Pada Toko Mirabella Batik Jambi," *Processor*, vol. 12, no. 2, 2017.
- [7] D. Setiawan and Lutfi, "Analisis dan Perancangan Sistem Informasi e-Commerce Berbasis Web Pada UMKM Batik Rindani Jambi," *Sains Sosio Hum.*, vol. 2, no. 1, pp. 69–78, 2018.