

IMPLEMENTASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO JHM HERBAL

Anggi Praya Hasibuan¹⁾, Dian Anubhakti²⁾

¹⁾Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

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

E-mail : 1512503648@student.budiluhur.ac.id¹⁾, dian.anubhakti@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Toko JHM Herbal adalah toko yang menjual beraneka ragam produk untuk kesehatan tubuh berupa produk herbal seperti kurma, madu, susu kambing dan lain sebagainya. Toko JHM Herbal masih menggunakan sistem manual dalam proses penjualan produk yaitu pelanggan harus datang langsung ke toko untuk melihat, membeli dan melakukan transaksi pembayaran. Hal ini membuat penjualan produk kurang optimal karena penjualan produk terbatas pada pelanggan yang berada di sekitar toko saja. Oleh sebab itu, penulis membuat suatu sistem E-Commerce menggunakan Content Management System (CMS) dengan Wordpress untuk diterapkan pada toko JHM Herbal. Ada beberapa fitur yang digunakan dalam pembuatannya ialah fitur post, media, pages, comments, themes, plugins, setting dan permalink. Hadirnya E-Commerce sebagai media transaksi jual beli pada Toko JHM Herbal memberikan keuntungan antara lain: memperluas pemasaran produk karena dapat diakses oleh siapa saja, dimana saja dan kapan saja, memudahkan dalam memberikan informasi produk yang dipasarkan, memudahkan proses transaksi pembayaran, meningkatkan penjualan produk, dan mempermudah dalam pembuatan laporan penjualan toko.

Kata kunci: E-Commerce, Bussines Model Canvas, Content Management System, Wordpress.

1. PENDAHULUAN

Pengertian *e-commerce* adalah pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. *E-Commerce* atau biasa disebut dengan perdagangan elektronik adalah suatu kegiatan penjualan seperti kegiatan penjualan pada umumnya, yang membedakan adalah para pihak yang bertransaksi tidak bertemu tatap muka secara langsung tetapi melalui media internet[1]. Dengan hadirnya *e-commerce* ini membuat banyak keuntungan dari berbagai pihak, baik dari pihak konsumen maupun pihak produsen. Tentunya dengan adanya konsep *e-commerce* ini lebih mudah untuk melakukan kegiatan bisnis dibandingkan dengan konsep belanja pada umumnya.

Content Management System adalah aplikasi berbasis website yang digunakan untuk memposting suatu artikel, meng-edit halaman website, mengatur tampilan menu dan mengatur tampilan website [2].

Toko JHM Herbal merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang penjualan *obat-obatan herbal*. Pelanggan berasal dari orang yang berada di sekitar toko ataupun orang yang melewati toko. Pemilik toko mengharapkan agar tokonya dapat bersaing dengan toko lain terutama dalam bidang pemasaran.

Wordpress adalah salah satu jenis Content Management System yang paling banyak digunakan, seseorang tidak harus mahir dalam programming untuk membuat sebuah website.

Hanya dengan beberapa sentuhan, seseorang bisa membuat website dengan mudah menggunakan Content Management System Wordpress ini [3].

Maka dari itu, penulis membuat *e-commerce* dengan memanfaatkan teknologi internet agar proses penjualannya dapat diakses kapan saja dan dimana saja menggunakan internet, sehingga dapat meningkatkan tingkat pemasaran pada toko tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang ada pada Toko JHM Herbal sebagai berikut. Metode pemasaran Toko JHM Herbal belum maksimal karena pelanggan hanya berasal dari sekitar toko, maupun orang yang melewati toko. Pelanggan memiliki keterbatasan dalam mengakses produk yang dijual karena harus datang ke Toko JHM Herbal untuk melihat dan membeli produk yang diinginkan. Pelanggan memiliki keterbatasan dalam melakukan transaksi pembayaran karena harus datang ke Toko JHM Herbal dan mahalnya biaya pemasaran pada toko

Dalam penulisan Jurnal ini penulis memiliki beberapa tujuan, yaitu:

- Membantu pemilik toko untuk memasarkan produknya secara luas sehingga pelanggan tidak hanya berasal dari sekitar toko maupun orang yang melewati toko.
- Membantu pelanggan agar lebih mudah dalam mengakses produk yang dijual di

- Toko JHM Herbal.
- c. Membantu pelanggan agar lebih mudah dalam melakukan transaksi pembayaran di Toko JHM Herbal.
 - d. Membantu dalam mengurangi biaya pemasaran.

Manfaat dari penulisan Jurnal ini yaitu Toko JHM Herbal dapat memperluas pemasaran produknya, pelanggan dengan mudah mengakses produk yang dijual dan mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi sehingga dapat meningkatkan penjualan produknya.

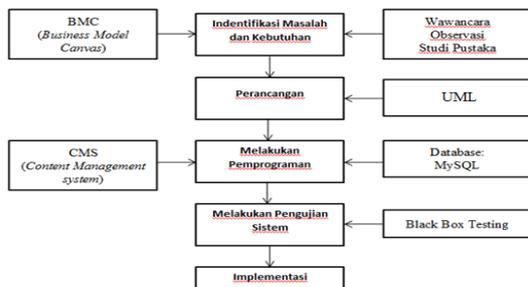
Dalam penulisan ini penulis membatasi masalah agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan dan pembahasan tidak terlalu meluas dalam sistem ini, yaitu:

- a. Pembuatan *website* berbasis *Content Management System (CMS) Wordpress* yg diunggah ke hosting.
- b. Terdapat fitur keranjang, fitur pemesanan barang, konfirmasi pembayaran, dan fitur *tracking order status* melalui *website*.
- c. Dalam fitur keranjang, jika pembeli melakukan pembelian produk, maka produk tersebut akan dimasukkan kedalam keranjang terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi pembayaran.
- d. Untuk transaksi pembayaran, pembeli diharuskan melakukan pembayaran melalui via transfer dan pembeli diwajibkan meng-*upload* bukti transfer agar dikonfirmasi oleh penjual.
- e. Tidak membahas pembelian langsung ke toko.

2. METODE PENELITIAN

Kerangka pemikiran adalah langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam menjalankan penelitian yang dilakukan.

Berikut adalah kerangka pemikiran yang peneliti buat di dalam penelitian ini, dapat di lihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berikut adalah penjelasan kerangka pemikiran yang peneliti buat di dalam penelitian ini:

a. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan

Peneliti memakai teknik wawancara kepada karyawan toko, observasi dan studi pustaka untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian dan membuat BMC (*Business Model Canvas*) sebagai detail dari bisnis yang sedang berjalan.

b. Perancangan

Pada tahapan ini peneliti merancang dan mendesain sistem yang akan dibuat menggunakan UML (*Unified Modeling Language*) diantaranya: *activity diagram*, *use case diagram*, *class diagram*, *sequence diagram*.

c. Melakukan Pemrograman

Di dalam membuat program ini, peneliti menggunakan CMS (*Content Management system*) dengan *wordpress* dan menggunakan *database mysql* untuk membangun program yang sebelumnya sudah dilakukan perancangan oleh peneliti.

d. Melakukan Pengujian Sistem

Setelah sistem dibuat, langkah selanjutnya yang peneliti lakukan adalah melakukan pengujian. Teknik yang digunakan adalah dengan *Black Box Testing*, yaitu dengan menguji fungsi-fungsi dari sistem dan melihat hasil yang dikeluarkan oleh sistem.

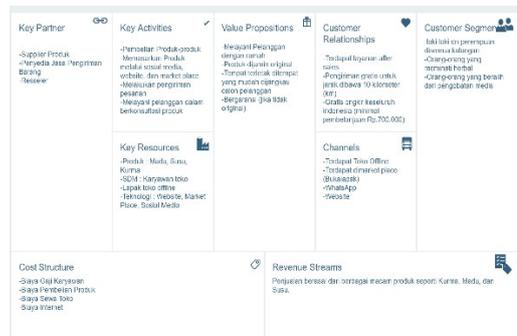
e. Implementasi

Setelah sistem dilakukan serangkaian pengujian untuk memastikan sistem berjalan dengan baik, langkah berikutnya adalah menerapkan sistem yang sudah di uji tersebut kepada Toko JHM Herbal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas merupakan kerangka kerja (frame work) untuk memetakan bisnis kita agar kerjanya lebih optimal[4]. Berikut adalah *Business Model Canvas* yang peneliti buat dapat di lihat pada gambar 2.



Gambar 2. Business Model Canvas

Berikut adalah komponen-komponen yang terdapat di dalam BMC (*Business Model Canvas*), antara lain:

a. Customer Segments

Calon pelanggan yang JHM Herbal bidik untuk dijadikan pelanggan adalah laki-laki dan perempuan disemua kalangan. JHM herbal juga membidik orang-orang yang peduli terhadap kesehatan dirinya dan orang-orang yang beralih dari pengobatan medis. Karena tidak jarang orang-orang yang membeli produk JHM Herbal adalah orang yang sedang sakit dan sudah mencoba berobat ke dokter tapi progresnya tidak begitu signifikan sehingga orang-orang ini mencoba pengobatan alternative dengan mengkonsumsi obat-obatan herbal.

b. Value Proposition

Nilai-nilai atau kelebihan yang diberikan oleh JHM Herbal dengan melayani pelanggan dengan ramah, memberikan produk dengan kualitas asli yang juga diberikan garansi jika produk terbukti tidak asli. Jadi, pelanggan tidak perlu khawatir jika produk yang dibeli palsu karena semua produk yang dijual terdaftar di BPOM. Pelanggan juga dapat dengan menemukan toko JHM Herbal karena lokasi toko terletak di daerah yang mudah dijangkau, yaitu dekat dengan pasar.

c. Channels

Saluran yang digunakan untuk menunjang usaha JHM Herbal dengan adanya toko offline, toko yang berada dekat dengan pasar sehingga memudahkan pelanggan untuk membelinya langsung ke toko. Jika pelanggan tidak bisa membeli langsung ke toko, pelanggan dapat membeli produk JHM Herbal melalui marketplace seperti Bukalapak. Saluran yang digunakan tidak hanya untuk melayani transaksi jual-beli tetapi juga untuk menyampaikan informasi kepada para pelanggan JHM Herbal. Saluran komunikasi yang digunakan adalah WhatsApp. Saluran ini digunakan untuk komunikasi antara pihak JHM Herbal dan pelanggan. Untuk memaksimalkan saluran yang ada JHM Herbal juga akan menggunakan facebook fanspage sebagai saluran pemasaran dan website sebagai media pemasaran sekaligus penjualan yang baru.

d. Customer Relationships

Untuk mempertahankan pelanggan agar tetap setia dengan JHM Herbal tidaklah mudah. Dibutuhkan cara agar pelanggan tetap setia menggunakan produk dari JHM Herbal. Untuk itu, JHM Herbal memberikan promo-promo atau diskon ongkir melalui media social, marketplace, dan website. Promo yang diberikan JHM Herbal diantaranya gratis pengiriman untuk jarak dibawah 10 km dari lokasi toko, memberikan gratis ongkos kirim ke seluruh Indonesia dengan minimal total pembelanjaan senilai Rp. 700.000. Untuk meningkatkan kualitas layanan, JHM Herbal juga

memberikan layanan konsultasi secara gratis mengenai produk atau penyakit yang diderita oleh pelanggan.

e. Revenue Streams

Produk herbal yang dijual oleh JHM Herbal itu berbagai macam produk. Tapi, untuk menjalankan usaha diperlukan produk unggulan yang dijadikan sebagai sumber pendapatan. Produk unggulan ini yang diharapkan akan mendatangkan keuntungan bagi JHM Herbal. Produk unggulan tersebut adalah madu, kurma dan susu. Ketiga produk ini akan menjadi produk unggulan yang difokuskan JHM Herbal untuk dijadikan sumber pendapatan.

f. Key Activities

Aktivitas utama dibutuhkan untuk mendukung usaha agar usaha dapat berjalan dengan baik dan terarah. Aktivitas utama yang ada pada JHM Herbal adalah pembelian produk-produk herbal kepada supplier, lalu memasarkannya melalui saluran yang sudah dibuat seperti website, social media, dan marketplace, lalu melakukan pengiriman pesanan. JHM Herbal juga melayani transaksi secara offline dengan datang ke toko. JHM Herbal juga melayani pelanggan untuk berkonsultasi mengenai produk atau penyakit yang diderita pelanggan.

g. Key Resource

JHM Herbal membutuhkan berbagai macam sumber daya agar bisnisnya dapat berjalan. Mulai dari produk herbal seperti madu, susu, dan kurma. Produk herbal ini kemudian dipasarkan melalui social media, website, ataupun market place juga dipasarkan dengan ditaro di etalase toko agar pengunjung toko dapat memesan produk secara langsung. Untuk sumber daya manusia yang dibutuhkan adalah penjaga toko yang bertugas untuk menjaga toko dan melayani pelanggan yang datang ke toko.

h. Key Partners

Agar bisnis dapat berjalan dengan baik, JHM Herbal melakukan melakukan kerjasama dengan berbagai pihak. Supplier produk herbal menjadi pihak yang menyuplai produk ke JHM Herbal. Supplier produk ini akan menjadi pihak yang sangat penting karena produk herbal yang disuplai menjadi produ utama yang dijual. Lalu, ada penyedia jasa pengiriman barang sebagai pihak untuk mengirimkan produk ke berbagai tempat. Ada juga reseller untuk membantu memasarkan produk JHM Herbal.

i. Cost Structure

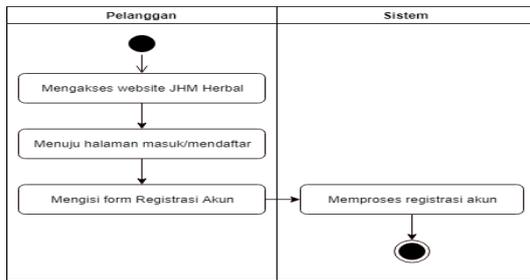
Pengeluaran operasional yang dilakukan oleh JHM Herbal yaitu membayar gaji karyawan, melakukan pembelian produk, membayar sewa toko, dan membayar biaya internet.

3.2. Activity Diagram

Activity diagram, yaitu diagram yang digunakan untuk menggambarkan alur kerja (aktivitas) pada use case (proses), logika, proses bisnis dan hubungan antara aktor dengan alur-alur kerja use case[5]. Berikut adalah activity diagram yang dibuat penulis dalam karya ilmiah ini:

a. Proses Registrasi Akun

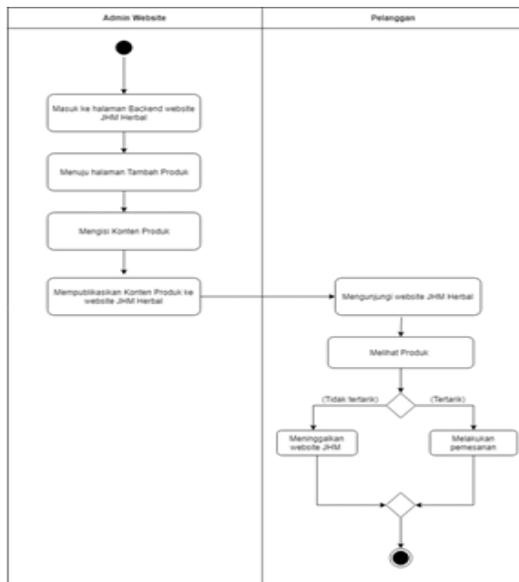
Pada proses registrasi akun, akan ditampilkan dalam bentuk activity diagram, ada 2 aktor yang terlibat didalam proses registrasi akun yaitu pelanggan dan sistem. Dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Registrasi Akun

b. Proses Pemesanan atau Tambah Produk

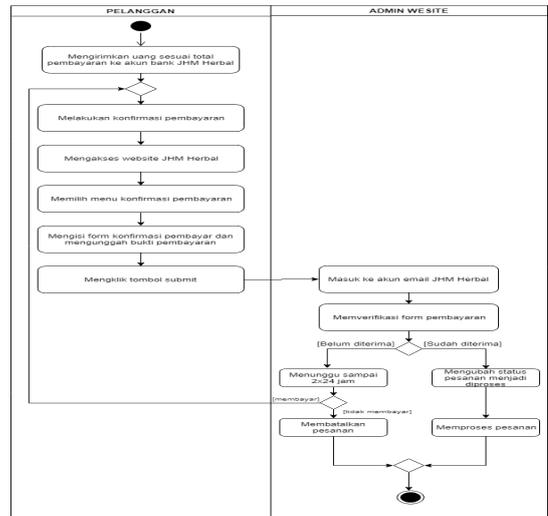
Pada proses ini melibatkan 2 aktor yaitu pelanggan dan admin website, dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Proses Pemasaran/Tambah Produk

c. Proses Pemesanan Produk

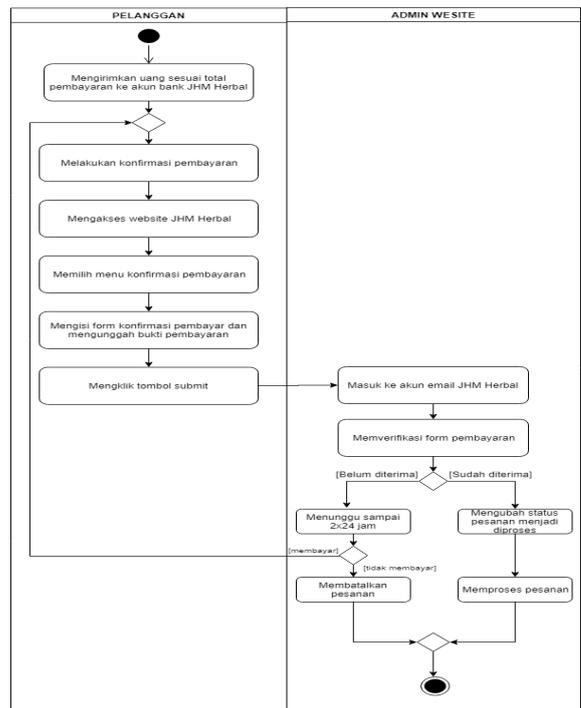
Pada proses ini melibatkan 2 aktor yaitu pelanggan dan admin website, dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Proses Pemesanan Produk

d. Proses Pembayaran dan Konfirmasi Pembayaran

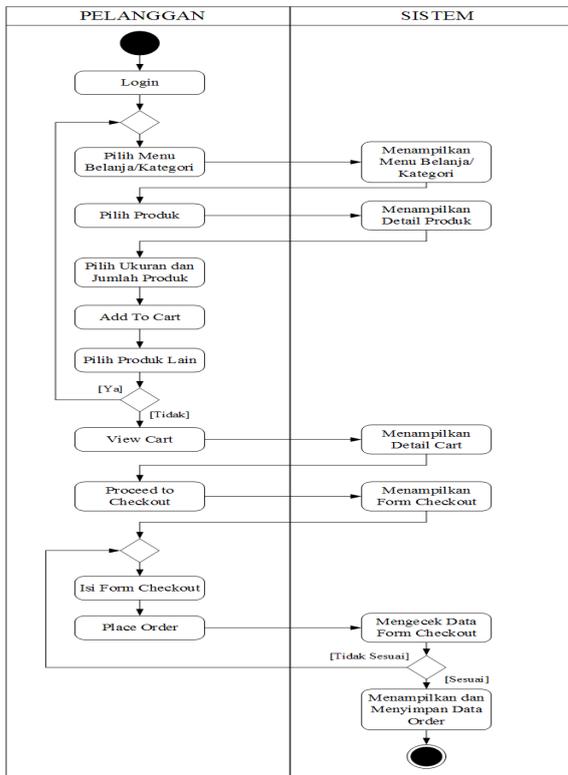
Pada proses ini melibatkan 2 aktor yaitu pelanggan dan admin website. Dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Proses Pembayaran dan Konfirmasi Pembayaran

e. Proses Pengiriman Pesanan

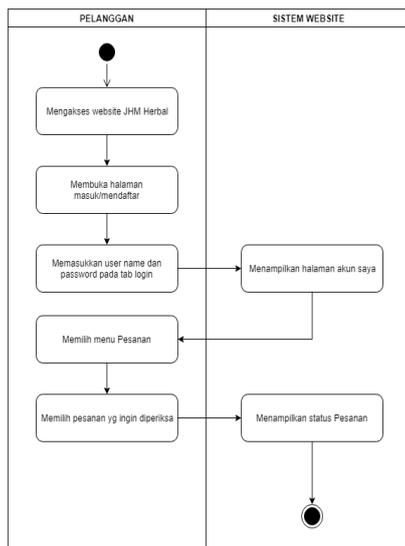
Proses Pengiriman Pesanan ini digambarkan dengan activity diagram yang melibatkan 2 aktor yaitu pelanggan dan admin website. Dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Proses Pengiriman Pesanan

f. Proses Cek Status

Proses Cek Status Pesanan digambarkan dengan activity diagram yang melibatkan 2 aktor yaitu pelanggan dan admin website. Dapat dilihat pada gambar 8.

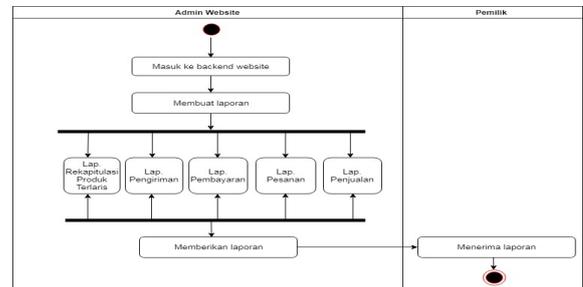


Gambar 8. Proses Cek Status Pesanan

g. Proses Pembuatan Laporan

Proses Pembuatan Laporan ini digambarkan dengan activity diagram yang melibatkan 2 aktor

yaitu admin website dan pemilik. Dapat dilihat pada gambar 9.



Gambar 9. Proses Pembuatan Laporan

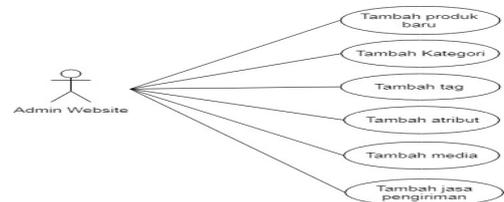
3.3. Use Case Diagram

Use case diagram yaitu diagram yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara sistem dengan aktor[6]. Berikut adalah use case diagram yang dibuat oleh penulis dalam karya ilmiah:

Berikut adalah use case diagram yang dibuat oleh penulis dalam karya ilmiah:

a. Use Case Diagram Master

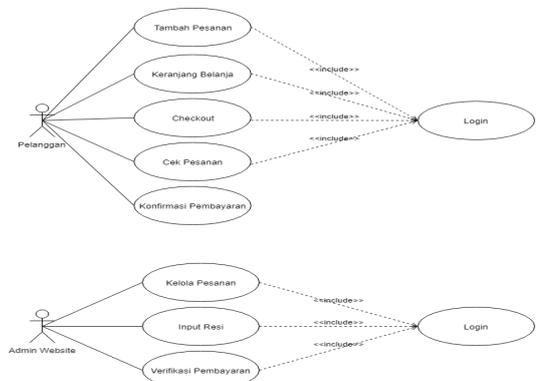
Pada use case diagram master admin website menjadi aktor yang menjalankan beberapa use case terdapat pada gambar 10.



Gambar 10. Use Case Diagram Master

b. Use Case Diagram Transaksi

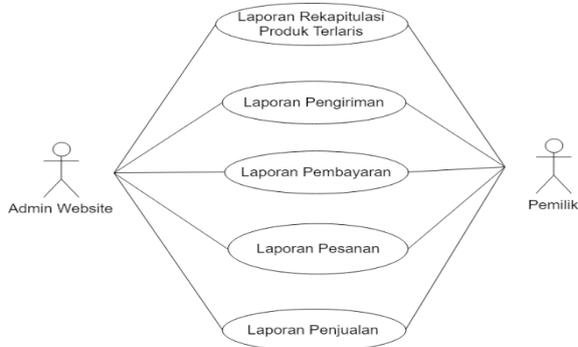
Pada use case diagram transaksi pelanggan dan admin website menjadi aktor yang menjalankan beberapa use case yang berbeda. terdapat pada gambar 11.



Gambar 11. Use Case Diagram Transaksi

c. Use Case Diagram Laporan

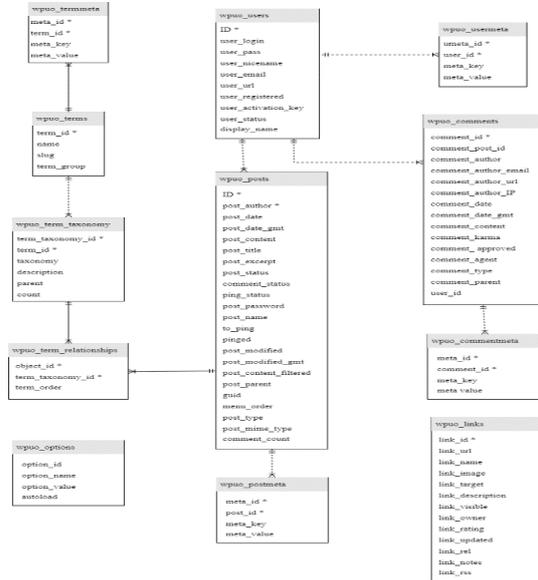
Pada use case Diagram Laporan admin website menjadi actor menjalankan beberapa use case yang akan diterima oleh pemilik, terdapat pada gambar 12.



Gambar 12. Use Case Diagram Laporan

3.4. Class Diagram

Class diagram merupakan salah satu diagram yang digunakan pengembangan berorientasi object (OOP). Dengan menggunakan ERD kita sudah bisa menggambarkan entity dan relasi dari entity tersebut, tapi kita tidak bisa menggambarkan perilaku dari entity tersebut. [7]. Berikut class diagram yang terdapat pada gambar 13.

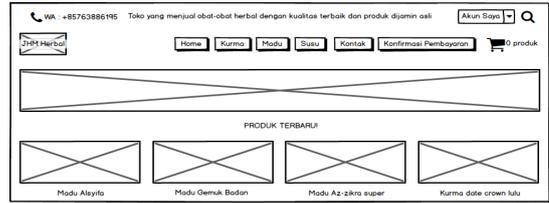


Gambar 13. Class Diagram

3.5. Rancangan Layar

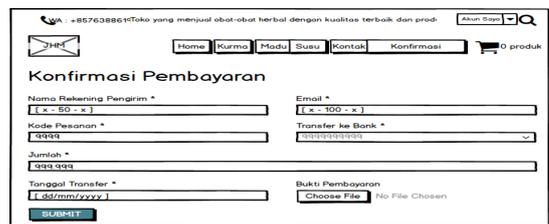
a. Rancangan Layar Home

Ketika user mengakses website jhmherbal.com maka user akan berada di halaman beranda website terdapat pada gambar 14.



Gambar 14. Rancangan Layar Home

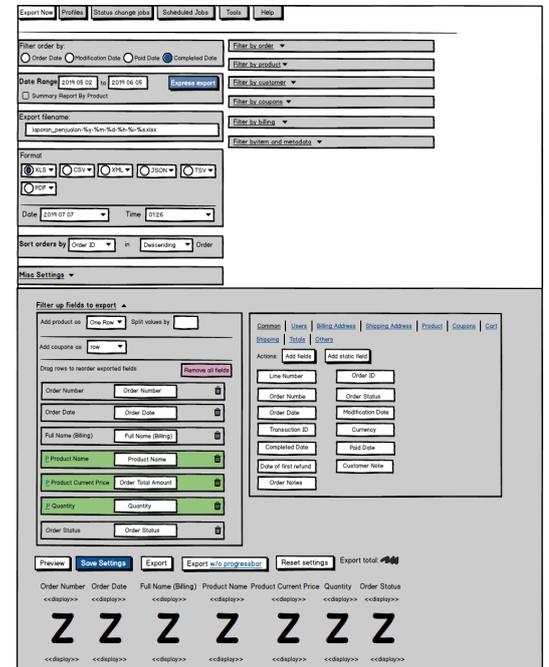
b. Rancangan Layar Konfirmasi Penjualan
Pada Rancangan Layar Konfirmasi Pembayaran terdapat beberapa form yang dapat diinput oleh user. Terdapat pada gambar 15.



Gambar 15. Rancangan Layar Konfirmasi Pembayaran

c. Rancangan Layar Laporan Penjualan

User berada di laporan penjualan, memilih complete date, express export dan memilih menu xls, lalu mengklik save setting. Terdapat pada gambar 16.



Gambar 16. Laporan Penjualan

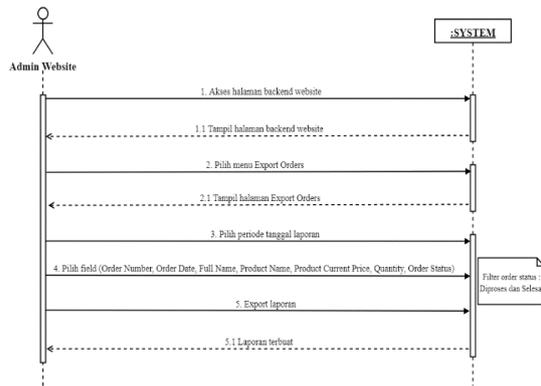
3.6. System Sequence Diagram (SSD)

System Sequence Diagram (SSD) adalah diagram yang digunakan untuk mendefinisikan input dan output serta urutan interaksi antara pengguna

dan sistem untuk use case. [8]. Berikut adalah *system sequence diagram* yang dibuat oleh penulis dalam karya ilmiah ini:

a. *System Sequence Diagram* Tambah Produk Baru

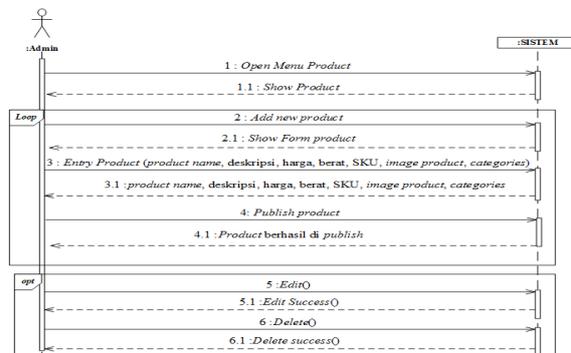
Berikut *System Sequence Diagram* Tambah Produk Baru. Terdapat pada gambar 17.



Gambar 17. *System Sequence Diagram* Tambah Produk Baru

b. *System Sequence Diagram* Konfirm Pembayaran

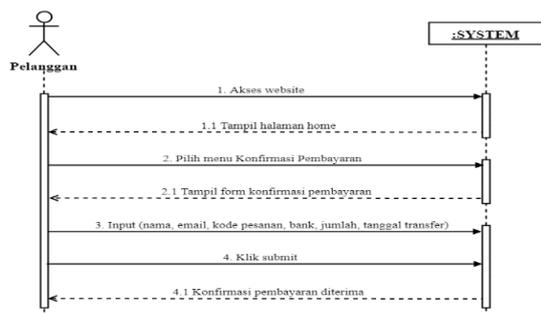
Berikut *System Sequence Diagram* Konfirm Pembayaran. Terdapat pada gambar 18.



Gambar 18. *System Sequence Diagram* Konfirmasi Pembayaran

c. *System Sequence Diagram* Laporan Penjualan

Berikut *System Sequence Diagram* Laporan Penjualan. Terdapat pada gambar 19.



Gambar 19. *System Sequence Diagram* Laporan Penjualan

4. KESIMPULAN

Dalam penelitian kali ini, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan, antara lain:

- a. Dengan dibuatnya sistem *E-Commerce* menggunakan *Content Management System (CMS)* dengan menerapkan optimasi *SEO* pada Toko JHM Herbal akan meningkatkan penjualan dan dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas karena dapat dilakukan oleh siapa saja, dimana saja dan kapan saja.
- b. Dapat memperluas pemasaran produk dan memudahkan pelanggan dalam melakukan pesanan pada Toko JHM Herbal.
- c. Dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa harus datang langsung ke toko.
- d. Dapat mengurangi biaya pemasaran (dalam penerapan optimasi *SEO*) pada toko JHM Herbal.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dewi, G., Wirnyaningih., Barlinti, Y.S., Hukum Perikatan Islam di Indonesia, Depok, Prenada Media, p.180, 2018.
- [2] Abdulloh, R., Trik Mudah Membuat CMS Website dari Nol, Jakarta, Elex Media Komputindo, p.1, 2016.
- [3] Krisianto, A., Jago WordPress, Jakarta, Elex Media Komputindo, p.1, 2014.
- [4] Royan, F.M., Bisnis Model Kanvas Distributor, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, p.1, 2014.
- [5] Mulyani, S. dkk, Sistem Informasi Akuntansi: Aplikasi Di Sektor Publik: Panduan Praktis Analisis dan Perancangan Implementasi SIA di Sektor Publik, Bandung, Unpad Press, p.54, 2019.
- [6] Mulyani, S. dkk, Sistem Informasi Akuntansi: Aplikasi Di Sektor Publik: Panduan Praktis Analisis dan Perancangan Implementasi SIA di Sektor Publik, Bandung, Unpad Press, p.41, 2019.
- [7] Mulyani, S., Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah: Notasi Pemodelan Unified Modeling Language (UML), Bandung, Abdi Sistematika, p.101, 2017.
- [8] Triandini, E., Suardika, I G., Step by Step Desain Proyek Menggunakan UML, Yogyakarta, Andi Offset, p.71, 2012.