

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)* WORDPRESS PADA TOKO DELTSA BABY SHOP

Alfi Romdhoni¹⁾, Lauw Lihin²⁾

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260
E-mail : alfiromdhoni94@gmail.com¹⁾, lauwlihin@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Deltsa baby shop adalah usaha ritel yang menyediakan berbagai kebutuhan bayi, berdiri pada tahun 2017. Pada deltsa baby shop tersebut, penulis membangun sebuah website e-commerce untuk meningkatkan penjualan. Dimana hasil wawancara yang dilakukan pada toko deltsa baby shop, sistem penjualan produk saat ini hanya pelanggan yang mengunjungi ke toko secara langsung. Sehingga produk yang ditawarkan pun tidak menjangkau luas ke calon pelanggan. Kehadiran e-commerce sebagai media transaksi baru ini tentunya menguntungkan banyak pihak, baik pihak pelanggan, maupun pihak produsen dan penjual, sangat mungkin untuk mendukung proses mempermudah penjualan menjadi lebih efisien. Hal tersebut menjadi peluang untuk menangani masalah yang terjadi pada deltsa baby shop. Dengan sistem e-commerce ini penulis mencoba mengimplementasikan e-commerce untuk penjualan dan proses bisnisnya secara online sehingga dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh pelanggan. Sehingga dapat memudahkan kegiatan penjualan serta mampu bertahan dan bersaing dengan website lainnya yang serupa seperti yang ada pada saat ini. Penulis mengimplementasikan website dengan menggunakan Content Management System (CMS) dan menggunakan database phpmyadmin. Penulis berharap dengan adanya website-commerce untuk mempermudah penjualan yang berbasis web, dapat membantu deltsa baby shop dalam mengatasi masalah-masalah yang sering terjadi saat ini.

Kata kunci: Implementasi, website e-commerce, Content Management System (CMS), deltsa baby shop.

1. PENDAHULUAN

Pada perkembangan di era digital ini hampir disemua sektor dalam dunia bisnis, instansi atau perusahaan telah banyak yang menggunakan komputer dalam menunjang kegiatannya. Semua aktifitas kegiatan jual-beli produk fisik, produk digital, maupun jasa sudah dilakukan secara cepat, murah, dan mudah dengan adanya sistem e-commerce.

Didalam menerapkan e-commerce untuk memasarkan produk, salah satu hal yang perlu diketahui bahwa bahan bakuyang sangat penting adalah informasi. E-commerce merupakan salah satu pemicu terbentuknya prinsip ekonomi baru yang kini dikenal dengan ekonomi digital [1]. Dari berbagai jenis-jenis e-commerce, Business to Customer (B2C) sering digunakan antara pelaku bisnis dengan kosumen seperti halnya antara perusahaan yang menjual dan menawarkan produknya ke pelanggan secara tradisional. Artinya perusahaan hanya menjual produk atau jasa dan pelanggan hanya sebagai pemakai atau pembeli. Salah satu pelaku usaha yang menggunakan B2C yaitu Toko Deltsa Baby Shop.

Toko Deltsa Baby Shop merupakan konsep usaha ritel menyediakan berbagai kebutuhan bayi dan anak-anak. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan pada Toko Deltsa Baby Shop, sistem penjualan produk toko saat ini hanya pelanggan yang mengunjungi ke toko secara langsung. Sehingga produk yang ditawarkan pun tidak menjangkau luas ke calon pelanggan. Tentu jika produk tidak cukup menjangkau pelanggan, maka penjualan pun tidak

meningkat karena media pemasaran yang digunakan hanya berasal dari pengunjung toko saja. Kehadiran e-commerce sebagai media transaksi baru ini tentunya menguntungkan banyak pihak, baik pihak pelanggan, maupun pihak produsen dan penjual.

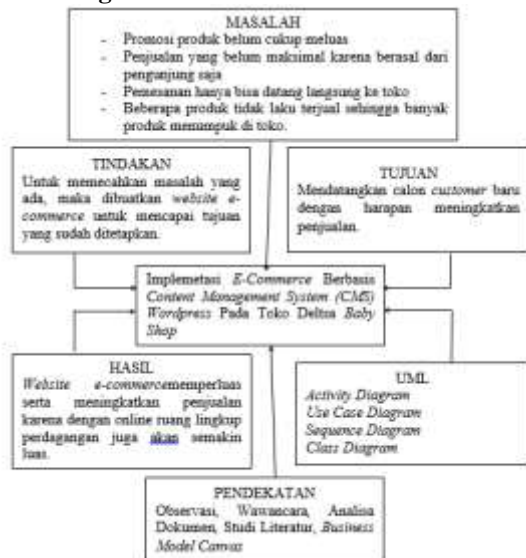
peneliti meninjau studi sebelumnya yang ada dan peneliti dapatkan. Studi sebelumnya adalah seperti sebagai berikut :

“Penerapan Sistem Informasi E-commerce Pakaian dan Perlengkapan Bayi” [2]. Permasalahan yang dihadapi Pencatatan dokumen masih manual sehingga dokumen bisa hilang. Kurangnya promosi produk. Penelitian berikutnya berjudul “Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Dekstop Website Menggunakan Framework Bootsrap Dengan Metode Rapid Application Development Studi Kasus Toko Peralatan Bayi Eeng Baby Shop” [3]. Permasalahan yang ada Belum menerapkannya strategis sistem informasi. Belum bisa memanfaatkan teknologi secara maksimal. Akses ketoko yang kurang memungkinkan. Penelitian berikutnya berjudul “Implementasi E-commerce Toko Prayoga Sport Berbasis Content Management System (CMS) Joomla Modules Virtuemart” [4]. Permasalahan yang dibahas antara lain pemasaran produk toko Prayoga Sport masih bersifat konvensional.

sehingga penjualannya area penjualan terbatas dan kurang dikenal luas

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Seperti yang terlihat pada gambar 1, pengumpulan data ini dilakukan dengan cara memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Berikut ini adalah metode pengumpulan data penelitian yang telah dilakukan penulis yaitu:

a. Pendekatan

Peneliti melakukan pendekatan demi mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan dengan melakukan observasi wawancara analisa dokumen, studi literatur ,secara langsung kepada pemilik dan karyawan untuk mendapatkan informasi mengenai masalah dan kebutuhan yang diinginkan oleh *user*.

b. Masalah

Permasalahan yang terjadi pada pada toko delta baby shop yaitu Promosi produk belum cukup luas, Penjualan yang belum maksimal karena berasal dari pengunjung toko saja, Pemesanan hanya bisa datang langsung ke toko, Beberapa produk tidak laku terjual sehingga banyak produk menumpuk di toko.

c. Tindakan

Untuk memecahkan masalah yang ada, maka dibuatkan *website e-commerce* untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

d. Hasil

Website e-commerce memperluas serta meningkatkan penjualan karena dengan online ruang lingkup perdagangan juga akan semakin luas.

e. Tujuan

Mendatangkan calon *customer* baru dengan harapan meningkatkan penjualan.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data merupakan suatu faktor penting demi keberhasilan dalam penelitian. Adapun metode pengumpul data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Penulis mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dengan cara wawancara secara langsung kepada para informan guna mendapatkan informasi mengenai masalah dan kebutuhan yang diinginkan oleh pengguna.

b. Observasi

Penulis mengumpulkan data dengan cara mengamati langsung ke tempat riset. Penulis dapat mengetahui dengan jelas bagaimana cara kerja dari layanan jasa Deltsa Baby Shop.

c. Teknik Dokumentasi

Mengumpulkan data berdasarkan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan objek penelitian, yang nantinya akan dianalisa lebih lanjut.

2.3 Teknik Analisa Data

Adapun teknik yang digunakan dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

a. Analisa Proses Bisnis

Activity Diagram digunakan untuk memodelkan alur kerja atau sebuah proses bisnis dan urutan aktivitas didalam suatu proses.

b. Analisa Masalah

Analisis masalah dilakukan dengan cara wawancara dan observasi untuk mengetahui permasalahan yang di delta baby shop, lalu akan diuraikan sebab akibat dari permasalahan tersebut.

c. Analisa Kebutuhan

Digunakan setelah mendapatkan permasalahan yang ada pada Toko Delta Baby Shop. Kemudian permasalahan itu dibuatkan solusi guna mengidentifikasi kebutuhan apa saja yang dibutuhkan dan di gambarkan dengan *Class Diagram*, *Use Case Diagram*, *System Sequence Diagram*.

2.4 Metodologi Analisis

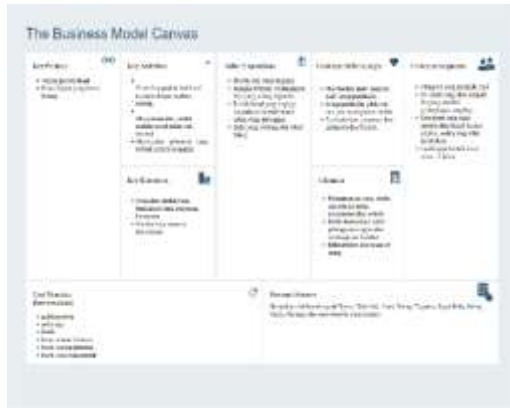
Metodologi penelitian yang digunakan dalam riset ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Data kualitatif sendiri merupakan data yang berupa kalimat yang menjelaskan suatu peristiwa atau kegiatan. Teknik pengumpulan diperoleh dari hasil wawancara kepada pemilik Delta Baby Shop dan observasi lapangan mengenai bisnis tersebut. Yang kemudian diolah kembali menggunakan teknik analisa tertentu. Dalam penelitian ini teknik analisa yang penulis gunakan untuk mengolah data tersebut adalah *Business Model Canvas (BMC)*.

Peneliti menggunakan *Business Model Canvas* untuk menganalisis model usaha yang sedang dijalankan dan akan dijalankan oleh toko delta baby shop, karena penggunaan *Business Model Canvas* dapat membantu pemilik delta baby shop melihat

lebih akurat bagaimana model usaha yang sedang dijalani atau akan dijalani. Evaluasi terhadap satu demi satu elemen-elemen kunci akan memudahkan analisis terhadap apa yang kurang tepat dan pada akhirnya pemilik toko deltsa baby shop dapat mengambil langkah untuk mencapai tujuan bisnisnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Business Model Canvas



Gambar 2. Business Model Canvas

Seperti yang terlihat pada gambar 2 :

a. Customer Segments

Toko Deltsa Baby Shop adalah toko yang menjual perlengkapan untuk bayi. Tempat yang strategis dibilangan mall Jakarta selatan dan terdapat dilantai dasar mempermudah akses konsumen langsung datang ke toko. Toko Deltsa Baby Shop menjual *brand* yang *high class*, produk *brand* yang lengkap menjadikan banyak varian pilihan bagi pelanggan, serta mengikuti model perlengkapan bayi yang sedang digemari saat ini. Menawarkan harga yang bersaing dan cukup relatif.

b. Value Propositions

Target dari Toko Deltsa Baby Shop adalah orang tua yang memiliki bayi, ibu hamil yang akan menjadi ibu untuk mempersiapkan perlengkapan untuk sang bayi, pelanggan yang akan membelikan hadiah kepada kerabat atau saudara yang telah melahirkan dan bayi hingga balita kisaran umur 1-5 tahun.

c. Channels

Setelah mengetahui calon pelanggan yang dituju, dibutuhkan media untuk melakukan pemasaran produk Deltsa Baby Shop sehingga calon pelanggan tertarik untuk membeli produk. Media yang digunakan oleh Deltsa Baby Shop adalah Instagram sebagai media promosi yang utama. Sebagai media komunikasi untuk pelanggan Deltsa Baby Shop menggunakan whatsapp dan livechat untuk melayani pelanggan secara langsung. Menyampaikan value proposition produk kepada pelanggan. Rekomendasi dari orang ke orang sehingga website tersebut banyak yang mengetahui.

d. Customers Relationship

Toko Deltsa Baby Shop memberikan gratis bungkus kado setiap pembelian jadi sangat menguntungkan bagi pelanggan yang ingin memberikan hadiah kepada kerabat atau saudara. Juga setiap pembelian lebih dari satu juta mendapatkan hadiah yang akan diberikan kepada pelanggan. Pemberitahuan promosi melalui media sosial dan *internet* yang sangat menguntungkan bagi pelanggan.

e. Revenue Stream

Sebagai pelaku usaha, penghasilan dan pendapatan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha dimana pendapatan ini sangat berpengaruh terhadap bisnis yang sedang dijalankan. Untuk itu toko deltsa baby shop telah memikirkan produk apa yang dapat diandalkan sebagai sumber pendapatan yaitu penjualan *brand* ternama seperti pigeon, baby safe, lussy bunny, kiddy, sugar baby dan masih banyak *brand* ternama lainnya.

f. Key Activities

Pembelian produk dari *brand-brand* ternama dengan kualitas yang baik serta mempromosikan produk melalui sosial media dan *internet*. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

g. Key Resource

Pemilihan produk yang berkualitas demi kenyamanan pelanggan. Tenaga kerja yang bertanggung jawab atas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

h. Key Partners

Deltsa Baby Shop memiliki partner vendor dari produk *brand*, penyedia serta jasa pengiriman barang.

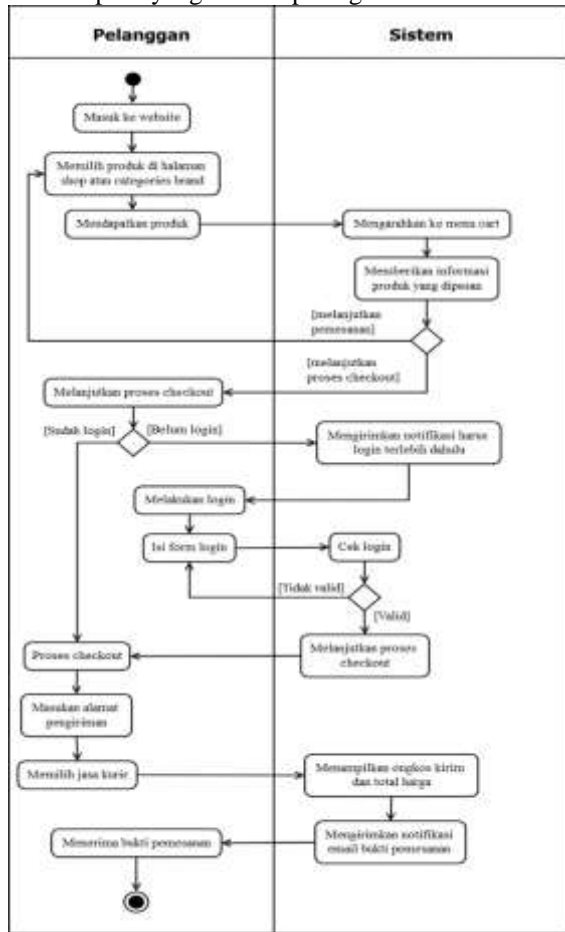
i. Cost Structure

Deltsa Baby Shop mengeluarkan biaya operasional dan biaya pembelian produk dalam menjalankan bisnisnya. Biaya operasional terdiri dari biaya gaji karyawan, biaya sewa toko, biaya listrik, biaya internet pertahun, biaya *hosting* pertahun dan biaya pembelian produk.

3.2. Proses Pemesanan

Proses pemesanan produk dilakukan dengan cara pelanggan masuk *website* kemudian pelanggan dapat memilih produk yang diinginkan pada halaman *shop* atau *categories brand*. Setelah pelanggan mendapatkan produk, sistem akan mengarahkan ke halaman *cart*. Pada halaman *cart* berisi informasi produk yang dipesan oleh pelanggan dan pelanggan juga dapat melakukan pemesanan kembali dengan cara kembali ke halaman *shop* atau *categories brand*. Jika tidak, pelanggan dapat meneruskan ke proses *checkout*. Jika sudah *login* pelanggan dapat mengisi *form* pemesanan di halaman *checkout*, jika belum sistem mengirimkan notifikasi pelanggan diharuskan untuk *login* terlebih dahulu di menu *my account*. Lalu pelanggan melakukan *login* dan melanjutkan proses *checkout*. Setelah itu pelanggan diminta untuk mengisi *form* alamat yang di tuju dan memilih jasa pengiriman barang. Jika sudah sistem akan menampilkan harga ongkos kirim belanja dan total yang harus dibayar. kemudian sistem mengirimkan

notifikasi email bahwa pesanan berhasil dibuat beserta detail pesanan dan akun bank perusahaan untuk pelanggan melakukan pembayaran melalui *transfer* bank. Seperti yang terlihat pada gambar 3.



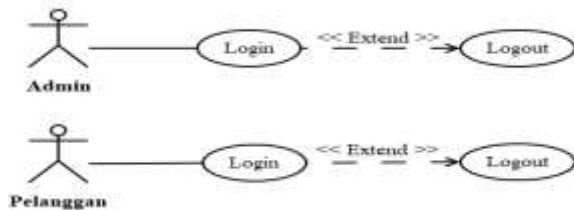
Gambar 3. Activity Diagram Pemesanan

3.3. Use Case Diagram

Berdasarkan proses bisnis usulan maka dapat dibuatkan *use case diagram* dan deskripsi *use case* sebagai berikut:

a. Use Case Diagram user login

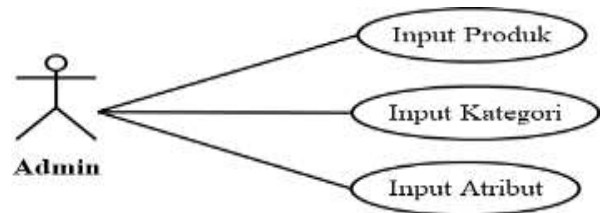
Pada gambar 4 *use case* ini menjelaskan bagaimana admin melakukan *login* pada *website*.



Gambar 4. Use Case Diagram user login

b. Use Case Diagram Master Admin

Pada gambar 5 aktor yang terdapat pada *use case diagram* master ini yaitu *Admin website*. Aktor tersebut dapat melakukan tambah produk, kategori, atribut, yang ada di *front-end website*.



Gambar 5. Use Case Diagram Master

c. Use Case Diagram Transaksi

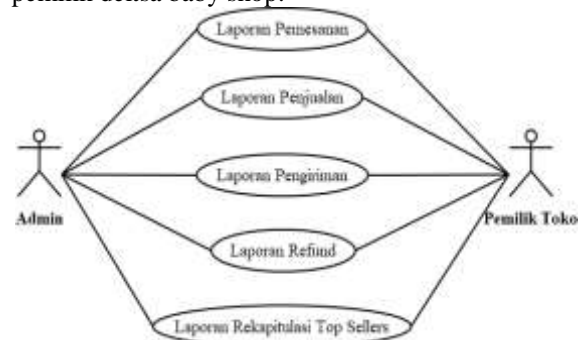
Pada gambar 6 *use case diagram* transaksi ini terdiri dari dua aktor admin dan pelanggan *website*. Aktor pelanggan dapat melakukan input pesanan, input pengiriman, *checkout*, konfirmasi pembayaran, lihat faktur dan retur. aktor admin *website* dapat melakukan verifikasi konfirmasi pembayaran, input nomer resi pengiriman, kelola pesanan dan konfirmasi retur.



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi

d. Use Case Diagram Laporan

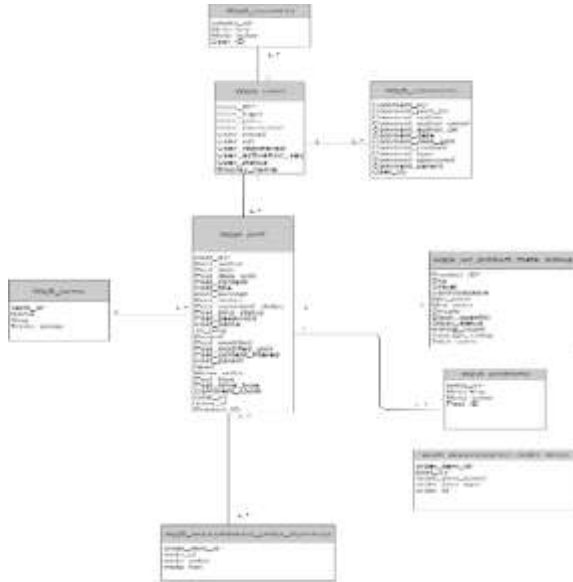
Pada Gambar 7 aktor admin *website* membuat laporan pemesanan, penjualan, pengiriman, laporan refund dan laporan rekapitulasi *top sellers*. Setelah membuat laporan admin *website* mencetak laporan tersebut dan memberikan laporan tersebut kepada pemilik *deltsa baby shop*.



Gambar 7. Use Case Diagram Laporan

3.4. Class Diagram

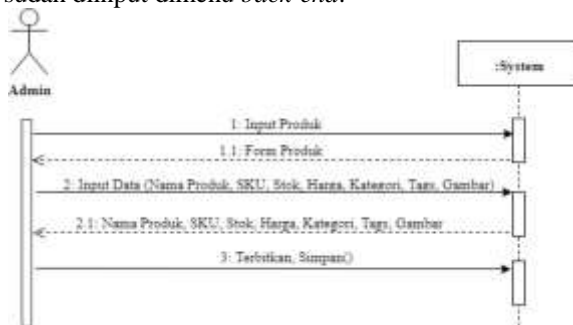
Class Diagram yang digunakan pada website deltas baby shop memiliki 9 tabel, tabel tersebut saling terhubung dan berelasi satu dengan lainnya. Berikut class diagram website deltas baby shop dijelaskan pada gambar 8.



Gambar 8. Class Diagram

3.5. System Sequence Diagram Input Produk

Pada gambar 9 merupakan system sequence diagram input produk, dimana admin melakukan input produk dan sistem menampilkan produk yang sudah diinput dimenu back-end.



Gambar 9. System Sequence Diagram Input Produk

3.6. System Sequence Diagram Pesanan

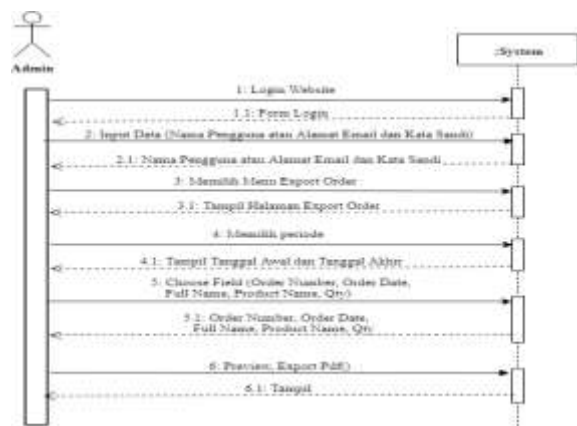
Pada gambar 10 merupakan system sequence diagram pesanan, dimana pelanggan melakukan pesan produk pada website deltas baby shop. Pada proses pesanan pelanggan memilih produk lalu memasukan kedalam keranjang dan dilanjutkan keproses checkout setelah itu sistem menyimpan dan memberikan notifikasi email ke pelanggan.



Gambar 10. System Sequence Diagram Pesanan

3.7. System Sequence Diagram Laporan Pesanan

Pada gambar 11 merupakan system sequence diagram laporan pesanan, dimana admin membuat laporan pesanan. Pada proses laporan pesanan admin memilih periode lalu memilih field yang sesuai laporan pesanan setelah itu sistem menampilkan laporan pesanan.



Gambar 11. System Sequence Diagram Laporan Pesanan

3.8. Tampilan Sistem

a. Tampilan Home

Tampilan home pada website deltas baby shop merupakan tampilan beranda pada website dimana ditampilkan home ini terdapat tampilan produk terbaru yang bisa pengunjung lihat. Berikut tampilan dijelaskan pada gambar 12.



Gambar 12. Tampilan home

b. Tampilan Shop

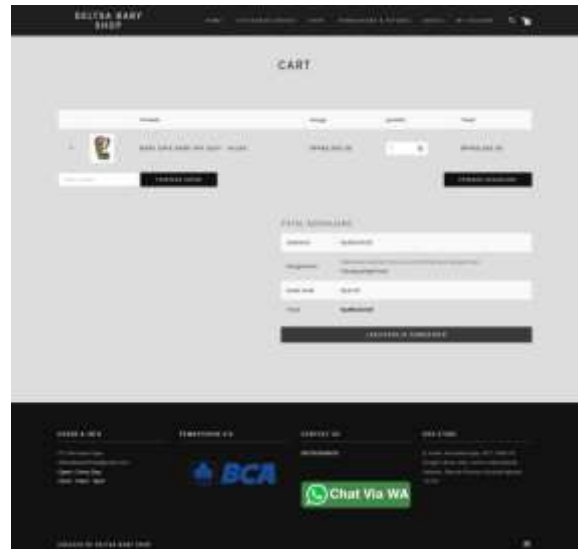
Tampilan *Shop* pada *website* deltas baby shop berisi tentang produk dan gambar, berikut tampilan *shop* pada *website* deltas baby shop dijelaskan pada gambar 13.



Gambar 13. Tampilan Shop

c. Tampilan Cart

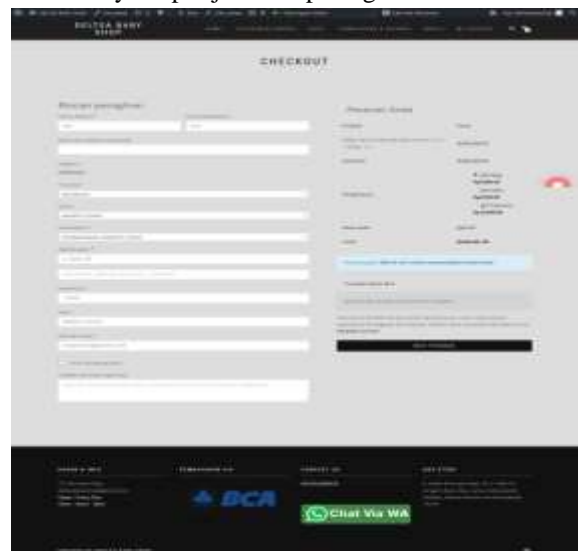
Tampilan *Cart* disini berfungsi sebagai keranjang belanja dimana pelanggan dapat menambah barang belanjanya lebih dari 1 produk dan terdapat total pembelian yang harus dibayar oleh pelanggan. Berikut tampilan *cart* pada *website* deltas baby shop dijelaskan pada gambar 14.



Gambar 14. Tampilan Cart

d. Tampilan Checkout

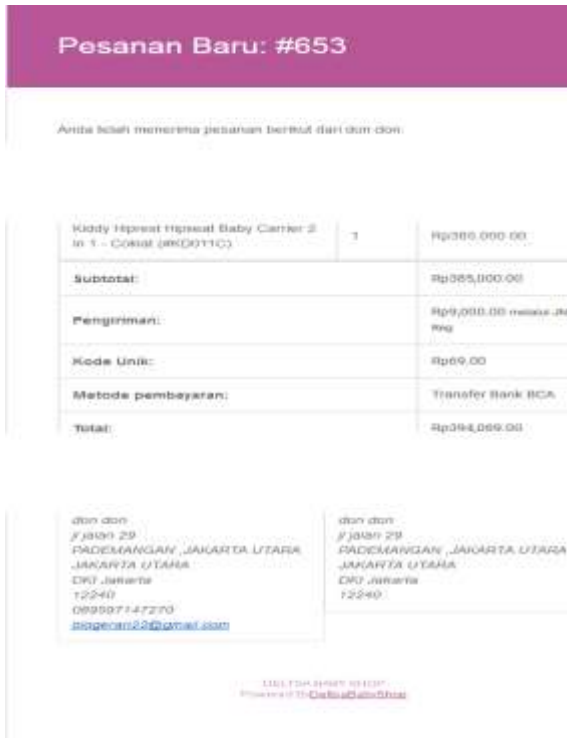
Tampilan *Checkout* merupakan dari rincian penagihan yang terdapat informasi yang harus diisi seperti alamat yang dituju, nomer telepon, dan jasa pengiriman. Berikut tampilan *checkout* pada *website* deltas baby shop dijelaskan pada gambar 15.



Gambar 15. Tampilan Checkout

e. Tampilan Email Notifikasi Pesanan

Tampilan email notifikasi pesanan adalah pemberitahuan untuk pelanggan bahwa pesanan berhasil dibuat. Berisikan informasi mengenai cara transfer, nomor rekening tujuan dan detail pesanan. Berikut tampilan email notifikasi pesanan pada *website* deltas baby shop dijelaskan pada gambar 16.



Gambar 16. Tampilan Email Notifikasi Pesanan

f. Tampilan Laporan Penjualan

Tampilan laporan penjualan merupakan data penjualan yang telah berhasil terjual kepada pelanggan. Menampilkan nomor pesan, nama pelanggan, nama produk, metode pembayaran, tanggal pembayaran dan total pembayaran. Berikut tampilan laporan penjualan pada website deltsa baby shop dijelaskan pada gambar 17.

No	No Pesan	Tgl Bayar	Nama Pelanggan	Nama Produk	Metode Bayar	Tgl Bayar	Total
101	2019-07-24 00:00	Bayar	Pegipean (sandi)	Stroller Baby	Transfer Bank	2019-07-24 00:00	1.200.000
102	2019-07-24 00:00	Bayar	Salipriya (sandi)	Highseat Baby	Transfer Bank	2019-07-24 00:00	385.000
103	2019-07-24 00:00	Bayar	Andi (sandi)	Highseat Baby	Transfer Bank	2019-07-24 00:00	385.000
104	2019-07-24 00:00	Bayar	Fitri (sandi)	Highseat Baby	Transfer Bank	2019-07-24 00:00	385.000
105	2019-07-24 00:00	Bayar	Baby Training	Highseat Baby	Transfer Bank	2019-07-24 00:00	385.000
106	2019-07-24 00:00	Bayar	Highseat Baby	Highseat Baby	Transfer Bank	2019-07-24 00:00	385.000
107	2019-07-24 00:00	Bayar	Highseat Baby	Highseat Baby	Transfer Bank	2019-07-24 00:00	385.000
108	2019-07-24 00:00	Bayar	Highseat Baby	Highseat Baby	Transfer Bank	2019-07-24 00:00	385.000

Gambar 17. Tampilan Laporan Penjualan

3.9. Strategi Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) adalah sebuah proses yang menggunakan prinsip-prinsip dasar pencarian dari sebuah mesin pencari untuk mendapatkan dan juga meningkatkan nilai indeks peringkat yang lebih tinggi untuk sebuah halaman website atau juga dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah akses kunjungan [5].

a. Menentukan kalimat pencarian dasar

Pencarian kata kunci merupakan tahap awal dalam penerapan SEO On Page, kata kunci yang relevan dengan nama produk yang dijual merupakan dasar dalam pencarian kata kunci.

b. Penempatan Kata Kunci

penentuan kalimat pencarian dasar adalah pada keywords tool dibutuhkan sebuah dasar dalam pencarian contoh kalimat “Feeding Set”.

c. Menggunakan Plugin Jetpack

Plugin jetpack merupakan sebuah plugin yang dapat mempermudah pengguna dalam meningkatkan performa situs website. Selain dapat meningkatkan performa website plugin jetpack dapat membantu kita dalam melihat pengunjung yang datang pada website Deltsa baby shop.

d. Hasil Penerapan

Adapun hasil penerapan SEO yang telah diterapkan pada website Deltsa Baby Shop adalah sebagai berikut:



Gambar 18. Hasil Penerapan

3.10. Marketing

Strategi pemasaran Deltsa Baby Shop menggunakan media sosial Instagram. Nantinya akan diarahkan ke halaman website e-commerce Deltsa Baby Shop untuk melakukan pemesanan hingga transaksi. Instagram hanya sebatas tempat promosi.



Gambar 19. Marketing

4. KESIMPULAN

Setelah mempelajari masalah yang ada dan mencari solusi dari masalah yang terjadi pada toko Deltsa Baby Shop, maka dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

- a. Media promosi yang digunakan saat ini sudah cukup luas jangkauan pasarnya sehingga stok lama yang tidak terjual dapat dipromosikan di halaman depan website agar pelanggan tertarik dengan produk tersebut.
- b. Dengan adanya *website* resmi, pelanggan dapat memesan melalui *website* tanpa harus datang ke toko.
- c. Penjualan jadi lebih maksimal karena telah memanfaatkan *website e-commerce* sebagai media pemesanan yang baru.
- d. Pelanggan mudah mengetahui produk terbaru lewat *website*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rerung, Rante Rintho. *E-Commerce : Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- [2] Syahriani. "Penerapan Sistem Informasi E-Commerce Pakaian Dan Perlengkapan Bayi." *Teknik Komputer* III, no. 2, 77-82, 2017.
- [3] Martin, Jodi. "Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Desktop Website Menggunakan Framework Bootstrap Dengan Metode Rapid Application Development , Studi Kasus Toko Peralatan Bayi ' EENG BABY SHOP '." *Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)* 5, no. 1, 57-68, 2018.
- [4] Mustofa, Siti Maisaroh. "Impementasi E-Commerce Toko Prayoga Sport Berbasis Content Management System (CMS) Joomla Modules VirtueMart." *SISFOTEK GLOBAL* 7, no. 2, 2017.
- [5] Halilintar, Rafi Bagaskara. "Implementasi Seo (Search Engine Optimization) Pada Website Agc (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan Serp (Search Engine Result Page) Studi Kasus : Website Gallery." 13-18, 2018.