

PENERAPAN *E-COMMERCE* BERBASIS *WEB* DENGAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS* PADA TOKO LUMI CLOTHING

Muhamad Armanditto¹⁾, Yudi Santoso²⁾

¹⁾Program studi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

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

E-mail : muhammadditto99@gmail.com¹⁾, yudi.santoso@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

E-Commerce (Electronic Commerce) merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet. Pemilik toko Lumi Clothing mengeluhkan sedikitnya jumlah pelanggan yang datang untuk membeli produk di Lumi Clothing, dikarenakan pelanggan hanya berasal dari wilayah sekitar toko. Pemilik mengharapkan agar pelanggan dan pendapatan pada tokonya dapat meningkat. toko Lumi Clothing juga hanya mengandalkan toko fisik, sehingga transaksi jual beli hanya bisa dilakukan pada satu tempat saja. Karena hanya ada di satu tempat, pelanggan yang memiliki tempat tinggal jauh akan sulit untuk melakukan transaksi dan melihat informasi mengenai produk terbaru pada toko. Masalah tersebut didapat setelah peneliti melakukan pengumpulan data dan analisa data. Berdasarkan masalah tersebut peneliti dapat merancang sistem *e-commerce* berdasarkan masalah yang dihadapi oleh toko Lumi Clothing. Maka dari itu, peneliti mencoba untuk menerapkan *e-commerce* menggunakan *Content Management System* pada toko Lumi Clothing, web *e-commerce* ini dibuat dengan *WordPress* yang pada akhirnya bisa langsung digunakan oleh toko Lumi Clothing. Dengan adanya web *e-commerce* ini, diharapkan pelanggan bisa didapatkan darimana saja dan dapat bertransaksi kapan saja. Selain itu pemilik juga bisa memasarkan produk-produknya secara luas dan meraih keuntungan yang lebih besar dari sebelumnya.

Kata kunci: *Business Model Canvas, Content Management System, WordPress*

1. PENDAHULUAN

Pemilik toko Lumi Clothing mengeluhkan sedikitnya jumlah pelanggan yang datang untuk membeli produk di Lumi Clothing, dikarenakan pelanggan hanya berasal dari wilayah sekitar toko. Pemilik mengharapkan agar pelanggan dan pendapatan pada tokonya dapat meningkat. toko Lumi Clothing juga hanya mengandalkan toko fisik, sehingga transaksi jual beli hanya bisa dilakukan pada satu tempat saja. Karena hanya ada di satu tempat, pelanggan yang memiliki tempat tinggal jauh akan sulit untuk melakukan transaksi dan melihat informasi mengenai produk terbaru pada toko.

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka kendala yang dihadapi merupakan hal-hal sebagai berikut: Kesulitan dalam melakukan pemesanan produk dan sedikitnya informasi mengenai produk terbaru dan terlaris.

Maka dari itu dari masalah tersebut peneliti membuat judul penelitian seperti di atas agar dapat menerapkan web *e-commerce* berbasis *Content Management System Wordpress* yang nantinya bisa dikelola oleh pemilik toko, bisa meraih keuntungan yang lebih besar dari sebelumnya.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh penulis, pada toko Lumi Clothing memiliki masalah yang dihadapi dalam proses penjualan produk, berikut adalah masalah yang dihadapi yaitu sebagai berikut:

- a. Para pelanggan Lumi Clothing hanya berasal dari wilayah sekitar lingkungan toko dan pengunjung toko.
- b. Untuk melakukan pemesanan produk, para pelanggan hanya bisa melakukannya langsung dari toko. Hal ini mempersulit pelanggan yang bertempat tinggal jauh.
- c. Sedikitnya informasi terkini mengenai produk yang baru bagi pelanggan.

Tujuan peneliti membuat *E-Commerce* pada toko Lumi Clothing ini diharapkan mampu menyelesaikan masalah dan mengurangi kesalahan yang mungkin terjadi pada sistem yang sudah ada. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Membantu mendatangkan lebih banyak pelanggan pada Lumi Clothing dengan harapan meningkatkan pendapatan.
- b. Memberikan kemudahan bagi pelanggan yang tempat tinggalnya jauh untuk melakukan pesanan produk secara *online*
- c. Memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mendapat informasi terkini mengenai produk terbaru.

Manfaat penulisan dari penelitian ini. Diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan dan pendapatan pada Lumi Clothing. Memberikan nuansa baru bagi pelanggan dalam berbelanja di Lumi Clothing. Memperkuat kepercayaan antara Lumi Clothing dengan pelanggan.

Untuk berfokus pada masalah yang ada agar tidak keluar dari pokok pembahasan maka peneliti membatasi masalah, antara:

- Sistem *e-commerce* pada tulisan ini dibuat dengan menggunakan *CMS Wordpress*.
- Sistem *e-commerce* yang diterapkan adalah *B2C (Business To Customer)*.
- Untuk pengiriman produk hanya meliputi wilayah negara Indonesia.
- Hanya mencakup proses pemesanan, proses pembayaran, proses pengembalian barang, proses pengembalian dana, dan proses pengiriman.
- Tidak mencakup pembelian yang datang langsung ke toko.

2. STUDI LITERATUR

2.1. Pengertian

E-Commerce (Electronic Commerce) merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis^[1].

Business Model Canvas merupakan kerangka kerja (*frame work*) untuk memetakan bisnis kita agar kinerjanya lebih optimal^[2].

Activity diagram merupakan 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*^[3].

Use case diagram merupakan diagram yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara sistem dengan aktor^[4].

Class diagram merupakan salah satu diagram yang digunakan oleh pengembangan berorientasi *object (OOP)*^[5].

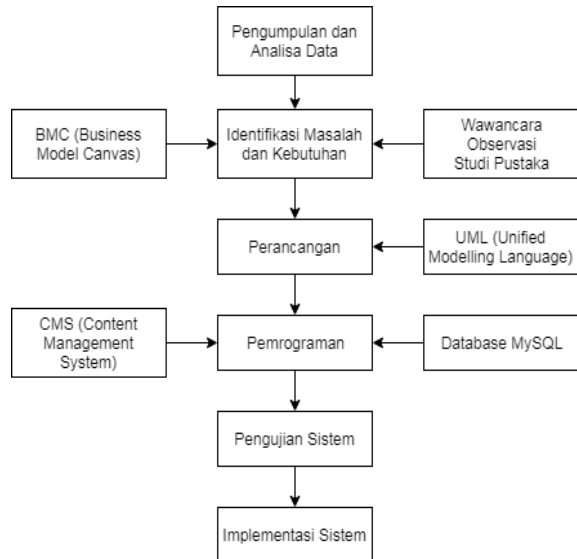
SEO merupakan singkatan dari *Search Engine Optimization*, yakni serangkaian teknik yang dilakukan agar *website* dapat dengan mudah ditemukan oleh pencari informasi melalui *search engine*^[6].

2.2. Penelitian Sebelumnya

Naskah publikasi berjudul: Perancangan dan Pengembangan Toko Online dengan Metode Interaction Flow Modeling Language (Studi Kasus Toko Winata). Disusun oleh Steven Putera Suryanto Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik Informasi Institut Informatika Indonesia 2017. Melalui naskah ini peneliti mempelajari alur proses sistem usulan yang nantinya akan dirancang untuk menyelesaikan masalah yang terdapat pada instansi yang diteliti.

3. METODE PENELITIAN

- Metode penelitian merupakan hal yang sangat penting dan harus dilakukan dalam suatu penelitian. Pada gambar 1 menggambarkan kerangka pemikiran yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah pada penelitian ini. Berikut merupakan kerangka pemikiran yang peneliti buat dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

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

b. Metodologi Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan sumber data peneliti melakukan metodologi pengumpulan data. Adapun metode pengumpulan data yang peneliti gunakan, yaitu:

- Wawancara**
Peneliti mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dengan wawancara secara langsung kepada pemilik toko dan karyawan toko. Melalui metode ini peneliti mendapatkan bagaimana arus proses bisnis penjualan pada toko Lumi Clothing serta masalah yang ada pada toko Lumi Clothing.
- Observasi**
Peneliti mengumpulkan data dengan cara mengamati langsung proses penjualan yang terjadi di toko guna mendapatkan data yang jelas dan lengkap.
- Dokumentasi**
Peneliti mengumpulkan berkas atau dokumen yang ada di toko Lumi Clothing sebagai sumber data bagi penelitian seperti nota sebagai bukti transaksi.

4) Studi Pustaka

Data yang diperoleh dengan cara membaca catatan sewaktu kuliah, buku-buku, jurnal, laporan kuliah kerja praktek, dan skripsi. Selain itu beberapa sumber lain seperti internet yang ada hubungannya dengan topik yang dibahas.

c. Teknik Analisa Data

Ada beberapa teknik yang dilakukan oleh peneliti untuk menganalisa data pada penelitian ini, antara lain:

1) Analisa Masalah

Menganalisa masalah yang dihadapi oleh Lumi Clothing dan pelanggannya dalam melakukan transaksi pemesanan produk menggunakan *Business Model Canvas*, tools yang digunakan adalah *canvanizer*.

2) Analisa Perancangan Sistem

Menganalisa sistem yang berjalan saat ini, sehingga menghasilkan model sistem baru yang nantinya dapat menjadi sistem usulan menggunakan *UML tools* yang digunakan adalah *draw.io*.

d. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan

Peneliti menggunakan teknik wawancara, dokumentasi, studi pustaka, serta observasi untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk penelitian dan membuat *Business Model Canvas* menggunakan *tools canvanizer*.

e. Perancangan

Pada tahapan ini peneliti merancang sistem menggunakan *UML (Unified Modeling Language)*. Peneliti membuat *Activity Diagram*, *Class Diagram*, *Use Case Diagram*, dan *Sequence Diagram* untuk penelitian ini menggunakan *tools draw.io*.

f. Pemrograman

Di dalam membuat program ini, peneliti menggunakan *Content Management System Wordpress* dan database *MySQL* untuk membangun program yang sebelumnya sudah dirancang untuk penelitian ini.

g. Pengujian Sistem

Setelah sistem dibuat, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian. Dengan melakukan pengujian fungsi dari sistem maka akan terlihat keluaran yang dihasilkan oleh sistem.

h. Implementasi

Setelah sistem dilakukan beberapa pengujian untuk memastikan fungsi sistem berjalan dengan baik, berikutnya adalah mengimplementasikan sistem yang sudah diuji tersebut kepada toko Lumi Clothing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. BMC (*Business Model Canvas*)

Pada gambar 2 terdapat *Business Model Canvas* yang menggambarkan komponen-komponen bisnis usulan dari instansi penelitian. Di bawah ini merupakan gambar *Business Model Canvas* yang dibuat pada penelitian ini:



Gambar 2. BMC (*Business Model Canvas*)

Berikut adalah komponen-komponen yang terdapat di dalam *Business Model Canvas* pada penelitian ini, antara lain:

1) *Key Partners*

Agar bisnis dapat berjalan dengan baik, Toko Lumi Clothing melakukan kerjasama dengan *supplier* kaos polos. *Supplier* kaos merupakan pihak yang menyuplai kaos polos yang nantinya akan dicetak dengan desain produk yang sudah dibuat oleh Lumi Clothing.

2) *Key Activities*

Kegiatan utama yang dilakukan oleh toko Lumi Clothing yaitu mencari *supplier* kaos polos dengan bahan berkualitas dan membelinya. Pakaian yang sudah dibeli akan dibuatkan desain yang unik dan kekinian. Selain itu Lumi Clothing juga akan melakukan penyablonan dengan bahan sablon yang berkualitas.

3) *Value Propositions*

Kelebihan yang diberikan toko Lumi Clothing adalah semua produk yang dijual menggunakan bahan yang berkualitas, lembut, dan nyaman di kulit. Selain itu kaos pada Lumi Clothing juga memiliki desain kekinian yang unik dan menggunakan sablon yang berkualitas. Dalam hal ini pelanggan tidak perlu ragu untuk memilih produk yang dijual. Karena dengan bahan yang lembut dan nyaman di kulit, pakaian ini sangat cocok digunakan untuk menjalani kegiatan sehari-hari.

4) *Customer Relationships*

Toko Lumi Clothing mempertahankan pelanggan agar tetap membeli produk dengan cara memberikan potongan harga kepada pelanggan setiap pembelian melalui *website*. Selain itu toko

Lumi Clothing juga memberikan jaminan pengembalian barang selama dua hari terhitung barang sampai di pelanggan. Dan jika pelanggan sudah mentransfer sejumlah uang namun stok tidak tersedia, maka Lumi Clothing akan mengembalikan dana tersebut kepada pelanggan.

5) *Customer Segments*

Sasaran yang dituju untuk dijadikan sasaran pelanggan oleh toko Lumi Clothing yaitu anak-anak muda laki-laki dan perempuan karena desain produk yang dibuat oleh toko Lumi Clothing ditunjukkan untuk pelajar sekolah, mahasiswa, serta orang yang sudah berpenghasilan.

6) *Key Resources*

Agar bisnis dapat berjalan dengan baik, toko Lumi Clothing membutuhkan beberapa sumber daya mulai dari bahan untuk membuat produk seperti kaos polos yang nantinya bahan ini akan cetak dengan desain yang sudah ditetapkan Lumi Clothing dan kemudian dijual kepada pelanggan. Selain terdapat juga sumber daya manusia untuk menjalankan bisnis di toko Lumi Clothing yaitu karyawan yang mengerti mengenai bahan pakaian yang bertugas untuk memberi masukan atas kualitas bahan yang akan dicetak, dan desainer yang bertugas untuk mendesain pakaian dengan model yang kekinian dan tukang sablon yang nantinya akan mencetak desain yang telah dibuat.

7) *Channels*

Setelah mengetahui calon pelanggan yang dituju, selain berjualan melalui toko fisik toko Lumi Clothing kedepannya akan menggunakan Instagram sebagai media pemasaran digital dan website e-commerce sebagai media penjualan yang baru. Lumi Clothing menggunakan toko fisik sebagai media penjualan offline untuk pelanggan yang ingin membeli langsung. Toko Lumi Clothing juga menggunakan WhatsApp sebagai media komunikasi dengan pelanggan.

8) *Cost Structures*

Biaya operasional yang dikeluarkan toko Lumi Clothing yaitu gaji karyawan, membayar desainer dan tukang sablon, biaya layanan internet, pembelian bahan, biaya listrik, dan transportasi.

9) *Revenue Streams*

Sebagai pelaku usaha, pendapatan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha dimana pendapatan ini sangat berpengaruh terhadap bisnis yang sedang dijalankan. Maka dari itu setelah melihat dari key resource, toko Lumi Clothing telah memikirkan kegiatan yang dapat diandalkan sebagai sumber pendapatan yaitu penjualan produk, jasa penyablonan, dan jasa pembuatan kaos.

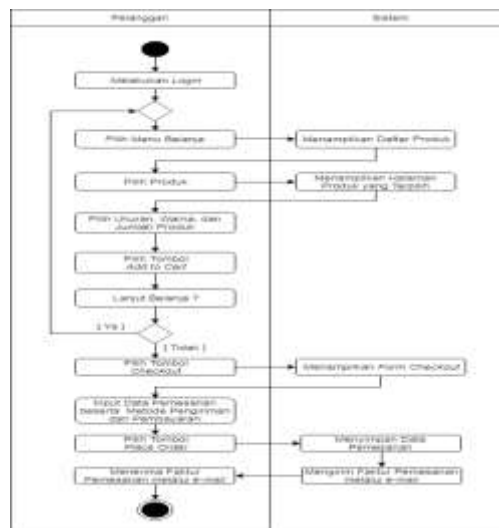
b. *Activity Diagram*

Berikut activity diagram yang peneliti buat dalam penelitian ini:

1) *Proses Pemesanan Produk*

Pada proses pemesanan produk, pelanggan harus login dengan akun yang sudah dibuat pada situs terlebih dahulu. Setelah login, pelanggan memilih menu belanja untuk melihat daftar produk yang tersedia pada situs Lumi Clothing. Setelah produk yang ingin dipesan terpilih, pelanggan harus memilih ukuran, warna, serta jumlah produk tersebut. Setelah semua sudah dipilih selanjutnya lakukan checkout dan entry data pengiriman, metode pengiriman, serta metode pembayaran. Setelah semuanya telah diisi pilih place order agar pesanan disimpan oleh sistem dan diproses oleh admin.

Pada gambar 3 terdapat activity diagram pemesanan produk yang menggambarkan alur proses dari pemesanan produk pada instansi penelitian. Di bawah ini merupakan gambar Business Model Canvas.



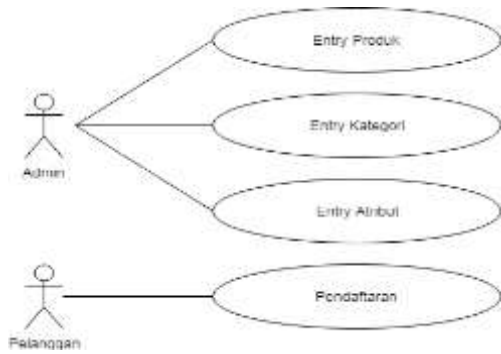
Gambar 3. Proses Pemesanan Produk

c. *Use Case Diagram*

Berikut adalah use case diagram yang peneliti buat dalam penelitian ini:

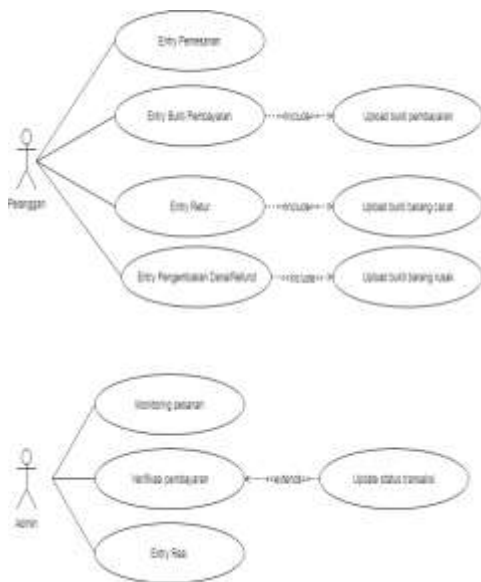
1) *Use Case Diagram Master*

Pada gambar 4 menggambarkan bahwa admin dapat melakukan entry produk, entry kategori, dan entry atribut. Dan pelanggan dapat melakukan pendaftaran. Di bawah ini merupakan use case diagram master yang dibuat pada penelitian ini:



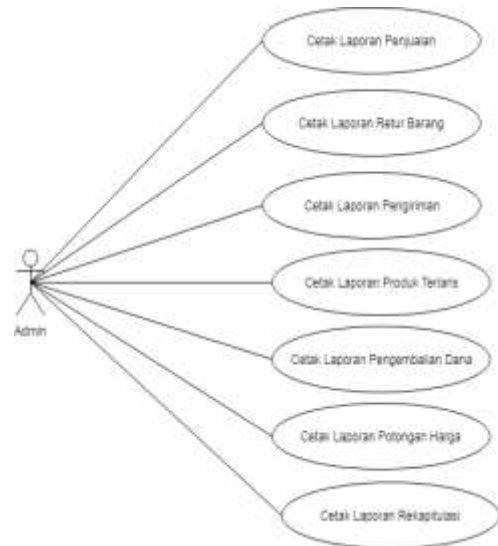
Gambar 4. Use Case Diagram Master

2) *Use Case Diagram* Transaksi
 Pada gambar 5 menggambarkan bahwa pelanggan dapat melakukan *entry pemesanan*, *entry pembayaran*, *entry retur*, dan *entry pengembalian dana*. Dan admin dapat melakukan *monitoring pesanan*, verifikasi pembayaran, dan *entry resi*. Di bawah ini merupakan *use case diagram* transaksi yang dibuat pada penelitian ini :



Gambar 5. Use Case Diagram Transaksi

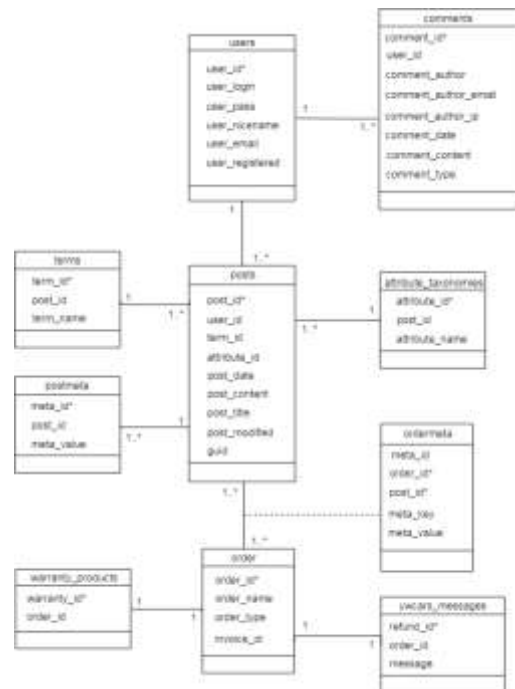
3) *Use Case Diagram* Laporan
 Pada gambar 6 berisi Tampil Laporan Penjualan, Tampil Laporan Retur Barang, Tampil Laporan Pengiriman, Tampil Laporan Produk Terlaris, Tampil Laporan Pengembalian Dana, Tampil Laporan Potongan Harga, dan Tampil Laporan Rekapitulasi. Di bawah ini merupakan Berikut *use case diagram* laporan yang dibuat pada penelitian ini:



Gambar 6. Use Case Diagram Laporan

d. *Class Diagram*

Pada gambar 7 menggambarkan rancangan *database* pada program yang dibuat. Di bawah ini merupakan rancangan *class diagram* yang peneliti buat dalam penelitian ini:

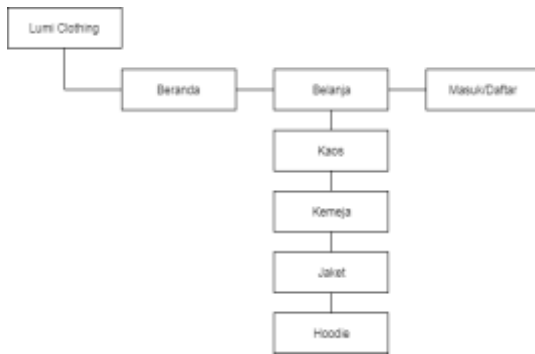


Gambar 7. Class Diagram

e. Struktur Tampilan Menu

1) *Front End*

Pada gambar 8 menggambarkan struktur tampilan menu *front end* merupakan menu yang digunakan oleh pelanggan. Di bawah ini merupakan struktur tampilan menu *front end* pada penelitian ini:



Gambar 8. Struktur Tampilan Menu Front End

2) Back End

Pada gambar 9 struktur tampilan menu *back end* merupakan menu yang digunakan oleh admin. Di bawah ini merupakan struktur tampilan menu *back end* pada penelitian ini:

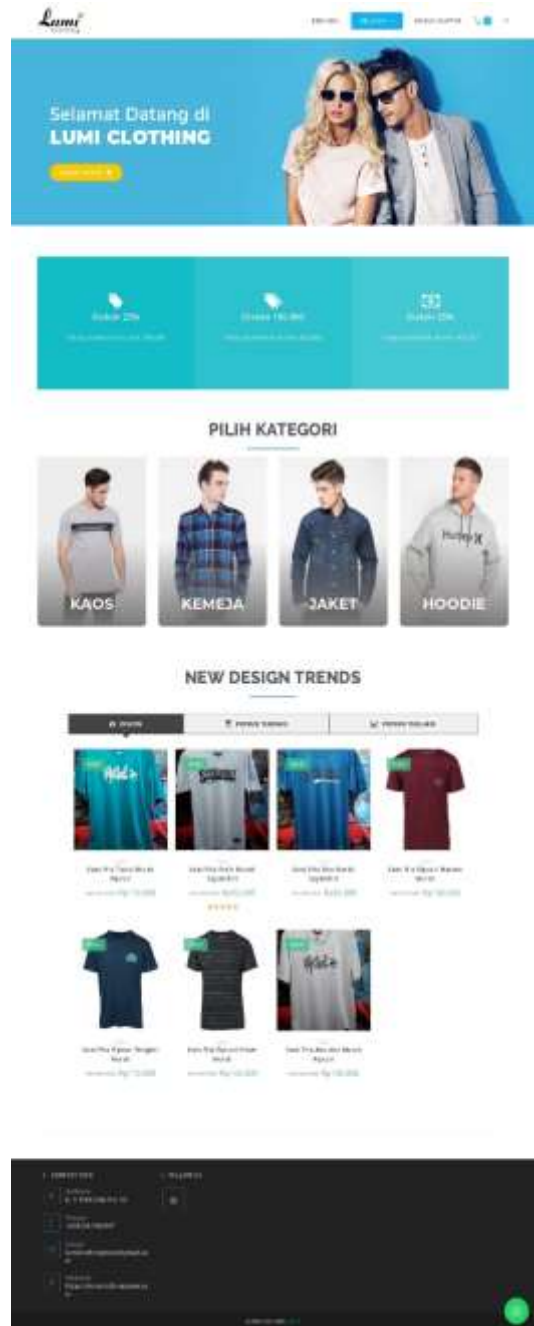


Gambar 9. Struktur Tampilan Menu Back End

f. Hasil Website

1) Menu Utama

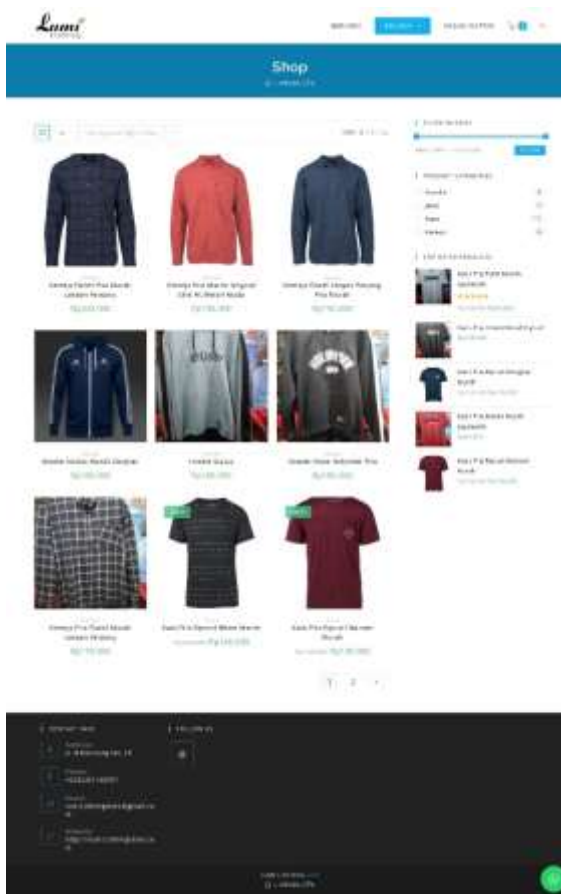
Pada gambar 10 menggambarkan menu utama *website* yang berisi tentang *banner* toko, kupon potongan harga bagi pelanggan, daftar kategori produk, daftar produk terbaru, daftar produk terlaris, daftar produk diskon, menu *website*, dan informasi *website* yang penting lainnya. Di bawah ini merupakan halaman menu utama dari *website* Lumi Clothing:



Gambar 10. Hasil Menu Utama Website

2) Pemesanan Produk

Pada gambar 10 halaman pemesanan produk berisi tentang produk yang dijual Lumi Clothing, dimana nantinya pelanggan bisa melakukan pemesanan dan pembayaran pada produk yang dipesan oleh pelanggan. Di bawah ini merupakan halaman menu pemesanan pelanggan dari *website* Lumi Clothing:



Gambar 11. Hasil Halaman Pemesanan Produk

f. Strategi SEO (*Search Engine Optimization*)

Untuk menyelesaikan masalah mengenai sedikitnya pelanggan di instansi penelitian, peneliti menerapkan strategi SEO pada penelitian ini agar bisa mendapatkan lebih banyak pelanggan. Berikut Merupakan teknik SEO yang diterapkan pada penelitian ini:

- 1) Analisa *Keywords* (Kata Kunci)

Dalam mencari kata kunci carilah kata kunci yang terkait dengan produk yang dijual. Pilih kata kunci yang memiliki volume pencarian pencariannya tinggi dan nilai persaingannya kecil.
- 2) Judul Produk dan *Keywords*

Tentukan judul atau nama produk sesuai dengan kata kunci yang sudah dianalisa. Judul atau nama produk harus disesuaikan dengan produk yang dijual serta ditambahkan dengan kata kunci yang paling sering dicari oleh mesin pencari (*search engine*) seperti *google*, *bing*, *yahoo*, dan lainnya.
- 3) Deskripsi Produk

Buatlah isi deskripsi produk dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh *user* ataupun mesin pencari, hindari kalimat atau kata yang sulit dimengerti karena hal ini dapat

menghambat *search engine* untuk membaca apa yang terdapat dalam isi deskripsi produk. Tempatkan nama atau judul produk untuk membuat konten deskripsi produk lebih mudah ditemukan, karena pada judul atau nama produk terdapat kata kunci yang difokuskan agar konten yang dibuat dapat berada pada halaman pertama *search engine*.

- 4) Gambar Produk

Gambar produk merupakan hal penting untuk meningkatkan keberadaan situs pada halaman utama suatu *search engine*. Langkah yang perlu dilakukan adalah membuat judul pada gambar produk sesuai dengan judul atau nama produk yang nantinya akan menjadi *keyword* pada gambar produk dalam *search engine*.
- 5) Hasil SEO

Pada gambar 12 menggambarkan hasil pencarian halaman *website* Lumi Clothing yang berhasil mencapai halaman pertama *google*. Di bawah ini merupakan hasil SEO yang diterapkan.



Gambar 12. Hasil Strategi SEO

Pada Selasa, 23 juli 2019 pukul 13:15 WIB gambar 10, salah satu produk Lumi Clothing berhasil muncul pada halaman pertama *google*.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian kali ini peneliti dapat menarik kesimpulan, antara lain:

 - a. Dengan memanfaatkan SEO sebagai media peningkatan performa *website* dapat meningkatkan pelanggan pada Lumi Clothing.
 - b. Dengan adanya *website e-commerce* yang dilengkapi dengan fitur pemesanan dan pembatasan produk, pelanggan yang bertempat tinggal jauh dapat melakukan pemesanan produk lebih mudah.

- c. Dengan adanya beranda pada *website e-commerce* dan *social media* pelanggan dapat mengetahui mengenai informasi produk terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Komputer, Wahana. *Membuat Toko Online dengan Wordpress dan WP E-Commerce*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo, p.8, 2015.
- [2]. Royan, Frans M. *Bisnis Model Kanvas Distributor*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, p.1, 2014.
- [3]. Mulyani, Sri. *Sistem Informasi Akuntansi: Aplikasi Di Sektor Publik*. Bandung : Unpad Press, p.54, 2019.
- [4]. Mulyani, Sri. *Sistem Informasi Akuntansi: Aplikasi Di Sektor Publik*. Bandung : Unpad Press, p.41, 2019.
- [5]. Mulyani, Sri. *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah*. Bandung : Abdi Sistematika, p.101, 2017.
- [6]. Rahman, Su. *Buku Sakti SEO WordPress dan Joomla*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo, p.7, 2018.