

PENERAPAN *E-COMMERCE* DENGAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* (CMS) UNTUK PELAYANAN PENJUALAN BUSANA MUSLIM PADA TOKO NOEM

Suriah Setiana Widiastuti¹⁾, Gandung Triyono²⁾

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

Abstrak

Banyak di antara masyarakat Indonesia yang memiliki daya beli tinggi, namun enggan terjebak dalam rutinitas yang melelahkan. *E-commerce* merupakan perdagangan yang dilakukan dengan cara memanfaatkan jaringan telekomunikasi terutama internet. Penelitian ini membahas tentang website *e-commerce* pada Noem. Masalah yang dihadapi dalam penelitian ini seperti media promosi dan transaksi penjualan Noem masih terbatas pada tempat dan waktu pelayanan, serta belum tertatanya display koleksi produk Noem yang bisa dilihat secara lengkap oleh customer. Untuk itu diperlukan suatu website *e-commerce* yang dapat menyelesaikan masalah tersebut. Metode dalam penelitian ini adalah *Business Model Canvas* (BMC) yang digunakan untuk mendeskripsikan, menganalisa dan merancang model proses bisnis Noem. Pembuatan sistem website *e-commerce*, menggunakan *Content Management System* (CMS). *WooCommerce* merupakan plugin *wordpress* yang populer dalam membuat website *e-commerce*, serta database *PhpMyAdmin* sebagai database server. Hasil model website *e-commerce* dapat membantu dalam media promosi, dan transaksi yang dilakukan tidak terbatas pada tempat dan waktu sehingga dapat meningkatkan penjualan produk Noem, serta display koleksi produk mempermudah customer dalam mengetahui produk Noem yang ready stock.

Kata kunci: *Business Model Canvas* (BMC), *E-Commerce*, *WooCommerce*, *Content Management System* (CMS)

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyak di antara masyarakat Indonesia yang memiliki daya beli tinggi, namun enggan terjebak dalam rutinitas yang melelahkan. Semakin banyak *e-commerce* (layanan untuk sarana jual/beli *online*) yang berkembang di Indonesia membuat banyak perubahan pola belanja masyarakat yang awal bersifat konvensional. Kini berbelanja cukup dengan memilih produk yang ada di *web/blog* [1].

Hal ini yang mendasari Noem untuk mengembangkan usahanya. Noem sendiri merupakan jenis wirusaha kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang *fashion*, khususnya pakaian Muslim yang sesuai dengan syari'at. Masalah yang dihadapi oleh Noem adalah transaksi penjualan masih belum optimal. Dikarenakan pemesanan produk tidak bisa diakses 24 jam. Dan membuat proses pelayanan Noem tersebut menjadi terhambat.

Dengan sistem yang berjalan sekarang, masih terdapat beberapa kekurangan yaitu tidak tertatanya secara terperinci daftar produk dengan baik karena masih menggunakan cara upload di sosial media. Sehingga menyebabkan kurangnya informasi mengenai detail produk serta promo-promo yang dilakukan.

1.2. Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan di selesaikan yaitu:

- a. Media promosi dan transaksi penjualan Noem masih terbatas pada tempat dan waktu pelayanan.
- b. Belum tertatanya *display* koleksi produk Noem yang bisa dilihat secara lengkap oleh *customer*.

2. STUDI PUSTAKA

2.1. *Business Model Canvas*

Business Model Canvas (BMC) adalah Merupakan sebuah framework sederhana yang digunakan untuk mempresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis Noem. Dengan cara mendeskripsikan, menganalisa, dan merancang sebuah model bisnis Noem. *Business Model Canvas* ini juga dapat menggambarkan, mendesain kemudian dapat mengerucutkan ke beberapa aspek bisnis sehingga menjadi satu strategi bisnis yang utuh [2].

2.2. *Wordpress*

WordPress merupakan salah satu jenis CMS (*Content Management System*) yang paling populer didunia. *WordPress* sendiri merupakan suatu aplikasi *open source* secara gratis yang dikembangkan oleh jutaan orang diseluruh dunia. *WordPress* sendiri ditulis menggunakan bahasa PHP dan mendukung basis data MySQL. Dengan menggunakan *WordPress* memungkinkan pengguna bebas dalam mengembangkan sistem yang akan buatnya. Pada penelitian ini, *WordPress* digunakan untuk membangun *online shop* yang professional, yang diperlu dipersiapkan adalah nama *domain*, *hosting* dan *template* [3].

2.3. WooCommerce

WooCommerce merupakan plugin toko online pada platform Wordpress yang sangat populer dalam membuat web e-commerce. Platform woocommerce ini dapat disesuaikan dengan kehendak bisnis dan didukung oleh ribuan extension dan tema yang gratis maupun berbayar. Serta dapat melakukan modifikasi karena WooCommerce menyediakan catatan kode pengembangan yang cukup banyak. Hal ini tentu saja membuat WooCommerce sangat fleksibel dan mudah untuk disesuaikan dalam pembuatan online shop [4].

2.4. Search Engine Optimization

Search Engine Optimization (SEO) merupakan suatu cara untuk menaikkan ranking situs (website) dalam daftar hasil pencarian search engine google. Dengan kata lain, SEO membuat situs (website) kita gampang dicari, populer dan terpercaya. Search Engine Optimization (SEO) adalah serangkaian teknik yang dilakukan agar website dapat dengan mudah ditemukan oleh pencari informasi melalui Search Engine, yaitu google [5].

Berfungsi juga dalam membantu website Noem masuk pada halaman top 10 google. Dimana peringkat yang tinggi akan sangat mempengaruhi bagaimana sebuah halaman website untuk semakin sering dikunjungi atau dilihat oleh para pengguna internet yang mengaksesnya, hal ini akan meningkatkan jumlah trafik yang masuk ke dalam halaman website.

2.5. Studi Literatur

Menurut penelitian [6] yang berjudul “Aplikasi E-Commerce Pada Toko Khairunniswa Berbasis Web” masalah pada penelitian ini masih kurang optimal dan berkeinginan memiliki media promosi produk dan transaksi jual beli tanpa harus terkendala dengan waktu dan jarak, dan kurangnya informasi mengenai detail produk-produk yang ditawarkan oleh Toko Khairunniswa secara akurat kepada pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang sebuah sistem informasi berbasis e-commerce pada Toko Khairunniswa untuk membantu dan meningkatkan penjualan agar dapat melakukan pemesanan secara online dan memberikan informasi produk terbaru yang dijual kepada pelanggan melalui halaman website.

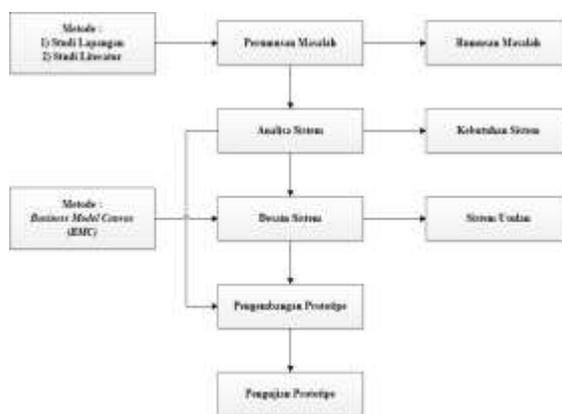
Menurut penelitian [7] yang berjudul “Perancangan Penjualan Produk Busana Muslim Syar’I Berbasis Web Pada Nadzwa Collection Purworejo” masalah pada penelitian ini tidak ada media informasi penjualan yang informatif untuk menjelaskan produk, belum tersedianya media informasi yang dapat memudahkan konsumen dalam pemesanan produk yang dijual, dan laporan bulanan sulit dibuat karena pencatatan masih dilakukan secara manual. Tujuan penelitian ini adalah dapat meningkatkan sistem pelayanan serta memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi produk.

Menurut penelitian [8] yang berjudul “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta” masalah pada penelitian ini media promosi hanya menggunakan spanduk, penjualan masih sebatas offline, dan penyimpanan data dan pencetakan laporan masih berupa pencatatan dalam bentuk arsip. Tujuan penelitian ini adalah memberi solusi pemecahan masalah-masalah yang ada dengan merancang sebuah sistem informasi penjualan berbasis e-commerce.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Langkah Penelitian

Dalam proses penelitian dilakukan secara beratah. Tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



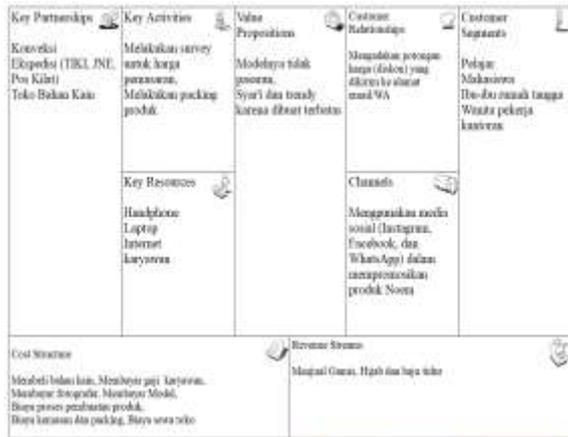
Gambar 1. Langkah Penelitian

Gambar 1 menggambarkan kondisi alur dari langkah penelitian ini dalam membangun website e-commerce pada Noem. Dalam merumuskan dan menganalisa masalah-masalah yang ada pada Noem, maka diperlukan pendekatan masalah dengan Wawancara dan Analisa Dokumen yang terkait dengan proses berjalan, sehingga penulis dapat mengetahui masalah apa yang ada. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah BMC (Business Model Canvas) dan perancangan database atau basis data pada pembuatan website ini menggunakan Class Diagram. Tahap selanjutnya melakukan pengembangan prototipe dengan menggunakan CMS (Content Management Sistem). Dan tahapan terakhir adalah pengujian sistem menggunakan black box testing. Adapun tujuan dibuatkan E-Commerce pada Noem untuk meningkatkan penjualan, pengolahan data, promosi serta dapat menambah wawasan dalam dunia e-commerce bagi pemilik Noem.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Analisa dengan BMC

Hasil dengan analisa *Business Model Canvas* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. *Business Model Canvas* Noem

Gambar 2 menggambarkan kondisi metodologi *Business Model Canvas* (BMC) yang ada pada Noem. Berikut ini adalah Sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC), antara lain :

a. *Value Propositions*

Merupakan nilai lebih yang diberikan Noem untuk para customer melalui produknya, yaitu modelnya tidak pasaran, syar'i dan trendy karena dibuat terbatas.

b. *Customer Segments*

Merupakan target pasar yang menjadi fokus Noem dalam menjual produknya. Target customer pada Noem. Contoh pelajar, mahasiswa, ibu-ibu rumah tangga, dan wanita pekerja kantoran.

c. *Revenue Streams*

Merupakan pendapatan atau profit yang didapatkan oleh Noem dalam menjual produknya. Noem menghasilkan keuntungan dari asset sale, yaitu : menjual gamis, hijab dan baju tidur.

d. *Key Activities*

Merupakan kegiatan-kegiatan penting yang dilakukan Noem untuk mendukung tercapainya suatu keberhasilan usaha. Melakukan *survey* untuk harga pemasaran dan melakukan *packing* produk.

e. *Key Resource*

Merupakan sumber daya yang diperlukan Noem dalam menunjang keberhasilannya. Adapun *physical asset* yang dimiliki oleh Noem adalah *handphone*, *laptop*, *internet*, dan *karyawan*.

f. *Customer Relationship*

Merupakan usaha Noem dalam menjalin hubungan dengan para *customer*nya. Dengan cara mengadakan potongan harga (diskon) yang dikirim ke alamat *e-mail* / *WA*.

g. *Channels*

Merupakan suatu metode Noem dalam menawarkan produknya kepada para *customer*. *Awareness* pada Noem adalah menggunakan media sosial (*Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp*) dalam mempromosikan produknya.

h. *Key Partners*

Merupakan suatu kerjasama antara Noem dengan mitra. Noem menjalin kerjasama dengan koveksi, ekspedisi (TIKI, JNE, dan Pos Kilat), dan toko bahan kain.

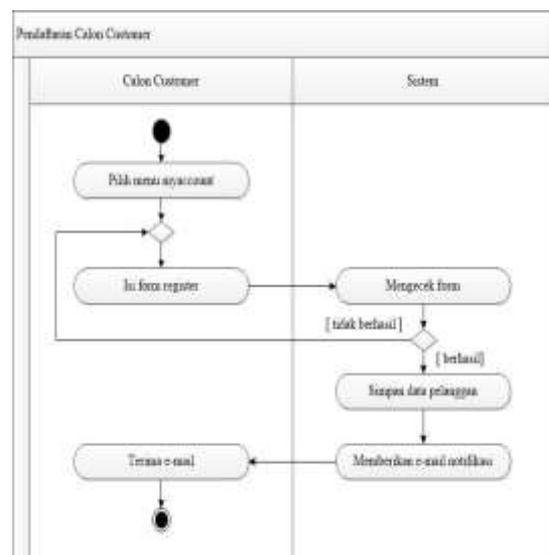
i. *Cost Structure*

Merupakan biaya yang dikeluarkan Noem dalam menjalankan usahanya. Antara lain membeli bahan kain, membayar gaji karyawan, membayar fotografer, membayar model, biaya proses pembuatan produk, biaya kemasan dan *packing*, dan biaya sewa toko.

4.2. Proses Bisnis Pada Model Usulan

a. Pendaftaran Calon *Customer* (Registrasi)

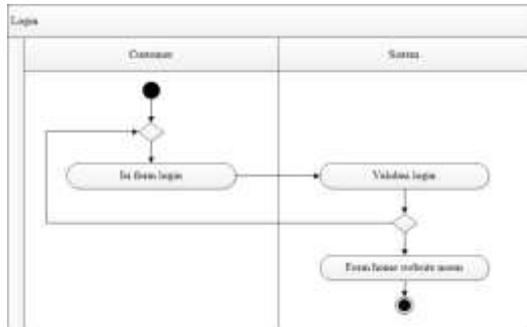
Dalam *website e-commerce* ini, calon *customer* yang akan membeli produk harus melakukan registrasi terlebih dahulu. Dengan cara klik menu *my account*, kemudian calon *customer* mengisi *Form Registrasi*. Kemudian sistem akan mengecek *form registrasi*, jika registrasi berhasil maka sistem akan menyimpan data calon *customer*. Lalu *customer* akan mendapatkan notifikasi *e-mail* dan menjadi *customer* Noem. Proses pendaftaran calon *customer* terdapat pada gambar 3.



Gambar 3. Pendaftaran Calon *Customer*

b. Login Customer

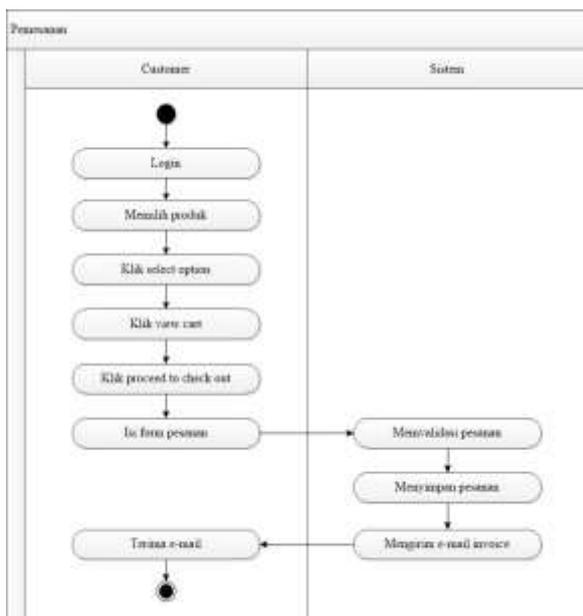
Setelah melakukan registrasi, *customer* dapat melakukan *login* pada *website e-commerce* dengan memasukkan *username* atau *e-mail* dan *password* yang sebelumnya sudah dibuat saat registrasi. Proses *login customer* terdapat pada gambar 4.



Gambar 4. Login Customer

c. Pemesanan Produk

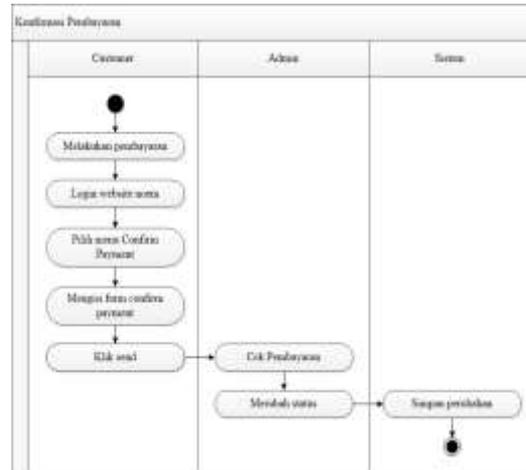
Customer yang akan membeli harus melakukan *login* terlebih dahulu setelah itu *customer* dapat memilih produk yang diinginkan, dan klik *select options*. Kemudian masuk ke halaman *cart*, *customer* dapat menginput jumlah produk yang ingin dibeli beserta ukuran sizenya. Setelah itu klik *view cart*, lalu klik *proceed to checkout*. Kemudian sistem akan mengecek apakah *customer* sudah *login* atau belum. Jika *customer* belum *login*, maka sistem akan mengarahkan ke halaman *login*. Jika sudah *login*, *customer* diharuskan mengisi *form* pesanan. kemudian pesanan akan divalidasi oleh sistem apabila pesanan sudah *valid* dan sistem akan menyimpan data pesanan kemudian sistem langsung kirim *e-mail invoice*. Proses pemesanan produk oleh *customer* terdapat pada gambar 5.



Gambar 5. Login Customer

d. Konfirmasi Pembayaran

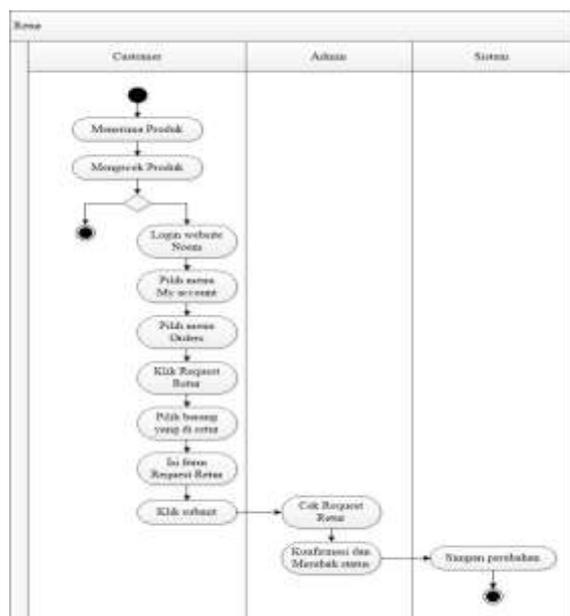
Apabila pembayaran telah dilakukan, *customer* harus konfirmasi pembayaran dengan cara *login* pada *website* noem. Masuk ke menu *confirm payment* dan mengisi *form* tersebut. Kemudian admin mengecek apabila pembayaran sudah sesuai akan dikonfirmasi dan merubah status pembayaran oleh *admin*. Proses konfirmasi pembayaran yang dilakukan oleh *customer* terdapat pada gambar 6.



Gambar 6. Konfirmasi Pembayaran

e. Retur Produk

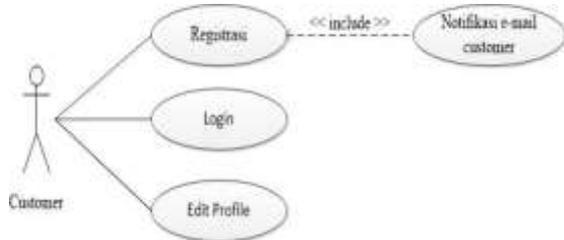
Apabila produk telah diterima, *customer* mengecek apakah produk yang dikirim sudah sesuai atau tidak. Jika produk tidak sesuai, *customer* *login* pada *website* noem. Dan pilih menu *My account* pada halaman *website*. Kemudian mengisi *form request retur* pada menu *orders*. Kemudian *admin* mengecek apabila retur diterima atau ditolak, akan dikonfirmasi dan merubah status pembayaran oleh *admin*. Proses retur produk terdapat pada gambar 7.



Gambar 7. Retur Produk

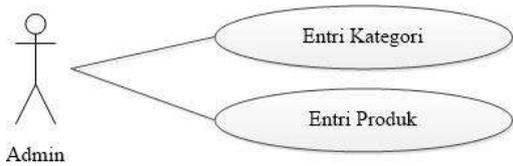
4.3. Fungsi Pada Model Usulan

a. Fungsi Pada Model Usulan Master *Customer*
 Fungsi pada model usulan ini menggambarkan tentang kegiatan aktor melakukan registrasi, login, dan edit *profile* agar dapat melakukan transaksi pada *website* terdapat pada gambar 8.



Gambar 8. Fungsi Pada Model Usulan Master *Customer*

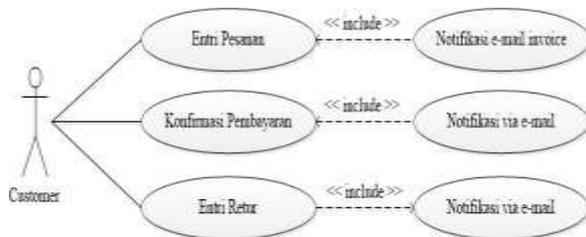
b. Fungsi Pada Model Usulan Master *Admin*
 Fungsi pada model usulan ini menggambarkan bahwa *admin* dapat mengentry kategori dan produk pada *website* Noem dengan login terlebih dahulu terdapat pada gambar 9.



Gambar 9. Fungsi Pada Model Usulan Master *Admin*

c. Fungsi Pada Model Usulan Transaksi *Customer*

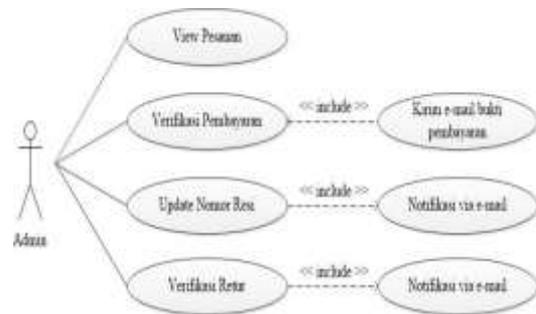
Fungsi pada model usulan ini menggambarkan suatu kegiatan *customer* yang sudah melakukan login pada *website* Noem dan ingin melakukan entri pesanan produk. *Customer* telah melakukan pembayaran dengan mengirim uang sesuai total yang harus dibayar ke rekening bank Noem dan melakukan melakukan konfirmasi pembayaran pada *website*. *Customer* yang ingin melakukan retur produk pada *website*, apabila telah menerima produk Noem, ada ketidak sesuaian produk yang dipesannya terdapat pada gambar 10.



Gambar 10. Fungsi Pada Model Usulan Transaksi *Customer*

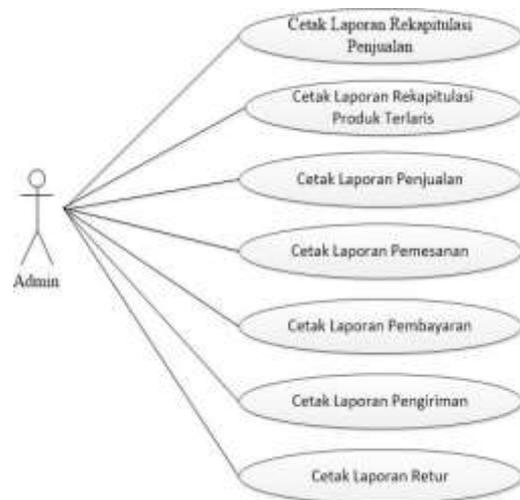
d. Fungsi Pada Model Usulan Transaksi *Admin*
 Fungsi pada model usulan ini menggambarkan transaksi admin berisi View Pemesanan, Verifikasi Pembayaran, Update Nomor Resi, dan Verifikasi Retur. Pada fungsi model usulan transaksi ini

terdapat aktor aktif yaitu *Admin*. Setiap *admin update* nomor resi dan verifikasi retur, *customer* akan menerima notifikasi via *e-mail* terdapat pada gambar 11.



Gambar 11. Fungsi Pada Model Usulan Transaksi *Admin*

e. Fungsi Pada Model Usulan Laporan
 Fungsi pada model usulan ini merukan suatu kegiatan yang *admin* lakukan perenam bulan sekali. Adapun yang dilakukan *admin* seperti mencetak laporan rekapitulasi penjualan dan mencetak laporan rekapitulasi produk terlaris. Adapun kegiatan *admin* yang di kakukan setiap bulannya antara lain mencetak laporan penjualan, mencetak laporan pemesanan, mencetak laporan pembayaran, mencetak laporan pengiriman, dan mencetak laporan retur terdapat pada gambar 12.

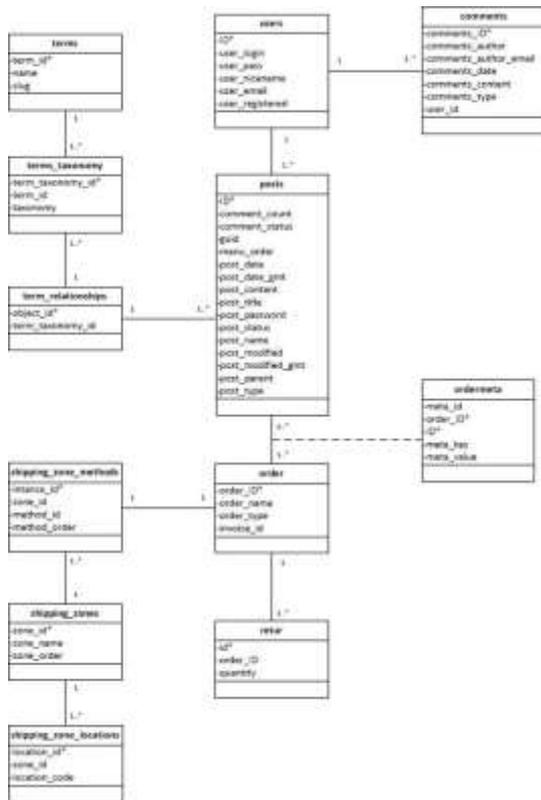


Gambar 12. Fungsi Pada Model Usulan Laporan

4.4. Model Bisnis Data

Hasil pemodelan data pada *website e-commerce* Noem. Dapat dijelaskan bahwa *class diagram* yang terjadi pada *website* noem. Yang pertama tabel *users* berisikan data *customer*. Tabel *comments* berisikan *review* produk yang di beli oleh *customer*. Tabel *order* berisikan orderan *customer*. Tabel *post* berisikan data-data produk Noem dan ber relasi dengan tabel *terms*. Adapun tabel retur berisikan data retur produk dari *customer* jika produk yang dikirim Noem tidak sesuai. Tabel *shipping* merupakan data ekspedisi pengiriman yang

digunakan Noem dalam mengirimkan produknya. Pemodelan data *website* Noem terdapat pada Gambar 13.

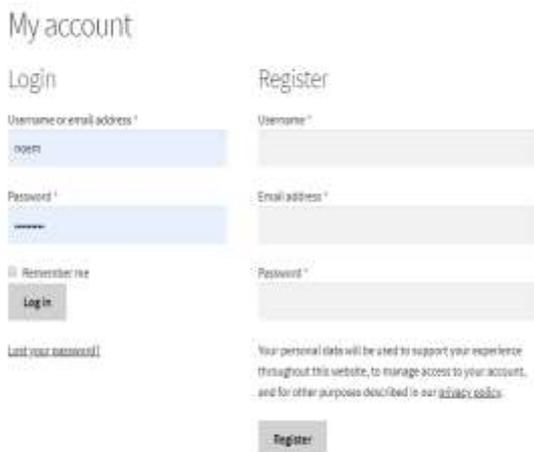


Gambar 13. Model Bisnis Data

4.5. Rancangan Layar

a. Register dan Login Customer

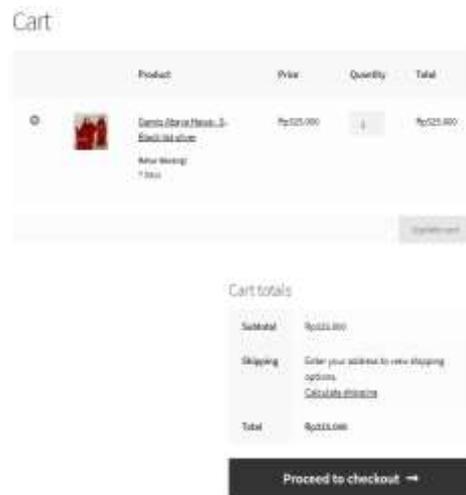
Menjelaskan rancangan layar yang digunakan *customer* untuk melakukan registrasi *website* noem. *Form* register pada *website* noem terdiri dari *username*, *email address*, dan *password*. Terdapat juga *form* untuk *customer login* pada *website* noem. Semua data *customer* akan tersimpan di dalam *database phpMyAdmin* terdapat pada Gambar 14.



Gambar 14. Rancangan Layar Register dan Login Customer

b. Rancangan Layar Cart

Rancangan layar *cart* ini akan tampil ketika *customer* sudah memilih produk yang ingin dibeli. Terdiri dari *image product*, *product*, *price*, *quantity*, dan total yang harus dibayarkan. Selesai melakukan *cart*, data tersebut akan tersimpan ke dalam *database system* terdapat pada Gambar 15.



Gambar 15. Rancangan Layar Cart

c. Checkout

Rancangan layar *checkout* ini akan tampil setelah *cart*, dan *customer* menginput *billing details* yang berisikan nama, alamat, serta memilih ekspedisi pengiriman. Selesai menginput pada *form checkout*, data tersebut akan tersimpan ke dalam *database system* terdapat pada Gambar 16.



Gambar 16. Checkout

d. *Confirm Payment*

Rancangan layar ini digunakan *customer* untuk menginput data *confirm payment* setelah melakukan pembayaran. Data tersebut berisikan informasi mengenai bukti pembayaran seperti *name*, *phone*, *order*, *transfer amount*, *bank transfer*, *transfer date*, *transfer time* dan *transfer slip*. Selesai menginput data tersebut akan tersimpan dalam *database* sistem terdapat pada Gambar 17.

Gambar 17. *Confirm Payment*

e. Laporan

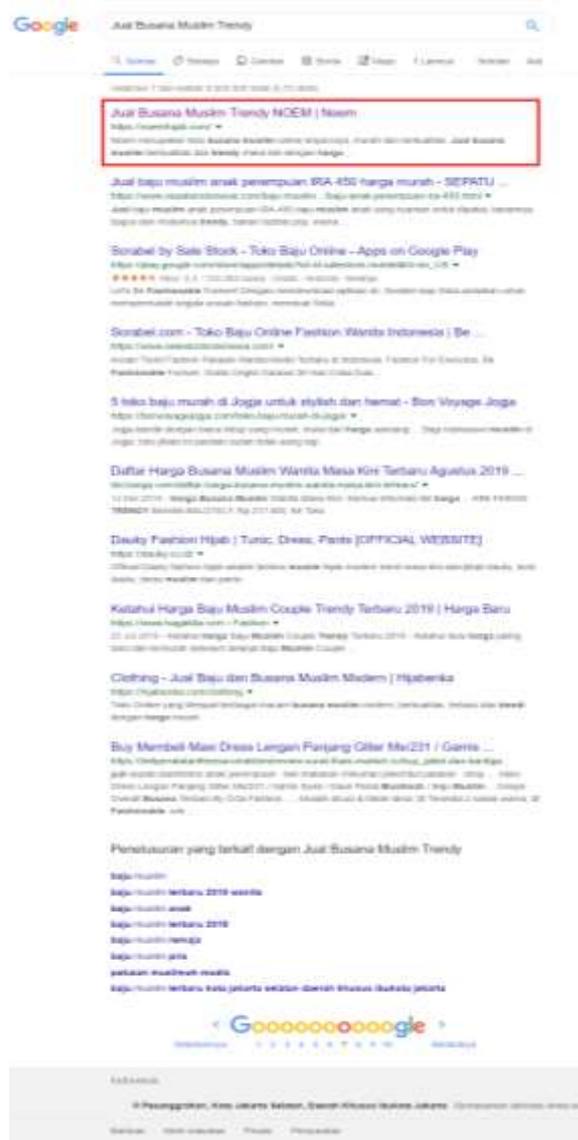
Rancangan layar yang digunakan *admin* mengetahui *customer* yang sudah melakukan pembayaran produk Noem. Semua data pembayaran tersimpan ke dalam *database* system terdapat pada Gambar 18.

No	Date	Name	No
1	20190718
2	20190718
3	20190718
4	20190718
5	20190718
6	20190718
7	20190718
8	20190718
9	20190718
10	20190718
			2,000

Gambar 18. *Laporan Pembayaran*

4.6. *Search Engine Optimization*

Dengan menggunakan strategi *search engine optimization*, dapat menaikkan *ranking situs website* Noem dalam hasil pencarian *search engine google*. Halaman *website* dari Noem sudah tampil di halaman *google* pada hari Kamis 18 Juli 2019 terdapat pada Gambar 19.



Gambar 19. *Search Engine Optimization*

5. KESIMPULAN

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat dua kesimpulan antara lain :

- a. Dengan menerapkan *e-commerce* sebagai media promosi dan transaksi penjualan Noem tidak terbatas pada tempat dan waktu.
- b. Dengan adanya *website e-commerce* dapat memudahkan *customer* dalam melihat secara lengkap *display* koleksi produk Noem.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Syarifudin, R., Purnama, B. E. and Wardati, I. U. "Pembangunan *Website E-Commerce* Pada Griya Kerudung Dan Busana Umami Collection", pp. 1–8, (2018).
- [2] Aziz, K. A., Wulandari, S. and Sagita, B. H. "Perancangan Model Bisnis Ukm Atelier Prana Dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas*", vol.5, pp. 1–6, (2018).

- [3] Dedik Kurniawan, “*The master of 3: Joomla, Wordpress, AuraCMS*”, Jakarta, (2012), p. 69.
- [4] R. Firmansyah, P. Mauliana, Hunaifi, W. Nanang, S. Wildan, R. Dewi, and Yunika, “Penerapan Sistem Penjualan Online pada Usaha Dagang Kusuma Bandung”, p. 128, (2018).
- [5] Himawan, Arisantoso and Saefullah, A. “*Search Engine Optimization (SEO) Menggunakan Metode White Hat Seo Untuk Meningkatkan Peringkat Dan Trafik Kunjungan Website*”, p. 2. (2017)
- [6] Burhanudin and Baharuddin, “Aplikasi *E-Commerce* Pada Toko Khairunniswa Berbasis Web”, pp. 7–13. (2017)
- [7] Wahyuni, T. and Hasan, N, “Perancangan Penjualan Produk Busana Muslim Syar’i Berbasis Web Pada Nadzwa *Collection* Purworejo”, pp. 46–52. (2017)
- [8] Handayani. S, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta”, p. 182. (2018)