

Analisis dan Implementasi e-Commerce berbasis CMS untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Onfit.id

Lauw Li Hin ¹⁾, Hafizh Nur Baskara ²⁾

^{1,2)} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur
 Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260
 Email: lihin@budiluhur.ac.id ¹⁾, 1712501129@student.budiluhur.ac.id ²⁾

Abstrak — Pada era industry 4.0 ini penggunaan internet di Indonesia tak hanya untuk mencari informasi dan berkomunikasi, melainkan dapat dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi. Proses jual beli yang awalnya dilakukan dengan bertemu langsung antara penjual dan pembeli, kini dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan bantuan jaringan elektronik. Hal inilah yang disebut dengan E-Commerce. E-Commerce (Electronic Commerce) berkembang sangat pesat, perkembangan e-commerce tersebut didominasi pada sektor fashion style. Onfit.id merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penjualan barang fashion seperti celana Jeans, toko ini berlokasi di Sudimara Timur, Tangerang. Sistem penjualan Onfit.id dapat dilakukan secara daring melalui sosial media. Hal itu menyebabkan kurang luasnya jangkauan pasar pada toko Onfit.id dan mengakibatkan calon pelanggan kekurangan informasi tentang toko Onfit.id. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode business model canvas untuk menganalisa model pengembangan bisnis yang ada pada toko Onfit.id dan implementasi e-commerce menggunakan content management system (cms) serta menyiapkan strategi search engine optimization (SEO) dan pemasaran agar dapat memperluas jangkauan pemasaran dan memberi kemudahan dalam mengakses informasi untuk calon pelanggan pada toko Onfit.id. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu dengan adanya website e-commerce, diharapkan toko Onfit.id memiliki sarana untuk mempromosikan produk dan sebagai sarana penyampaian informasi dengan menggunakan fitur Search Engine Optimization dan fitur-fitur lainnya yang terdapat pada website e-commerce.

Kata kunci: E-Commerce, Toko Onfit.id, Fashion

Abstract — In this era of industry 4.0, the use of the internet in Indonesia is not only for finding information and communicating, but it can be used for economic

activities. The buying and selling process, which was originally carried out by meeting directly between the seller and the buyer, can now be done anywhere and anytime with the help of an electronic network. This is what is called E-Commerce. E-Commerce (Electronic Commerce) is growing very rapidly, the development of e-commerce is dominated by the fashion style sector. Onfit.id is a business engaged in the sale of fashion items such as jeans, this store is located in East Sudimara, Tangerang. The Onfit.id sales system can be done online through social media. This causes a lack of market reach at the Onfit.id store and results in potential customers lacking information about the Onfit.id store. In conducting this research, the author uses the business model canvas method to analyze the existing business development model at the Onfit.id store and the implementation of e-commerce using a content management system (CMS) and prepares search engine optimization (SEO) and marketing strategies in order to expand the reach marketing and provide convenience in accessing information for prospective customers at the Onfit.id store. The conclusion of this research is that with the existence of an e-commerce website, it is hoped that the Onfit.id store will have the means to promote products and as a means of delivering information by using the Search Engine Optimization feature and other features found on the e-commerce website.

Keywords: E-Commerce, Toko Onfit.id, Fashion

I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Pada era industry 4.0 ini penggunaan internet di Indonesia tak hanya untuk mencari informasi dan berkomunikasi, melainkan dapat dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi. Proses jual beli yang awalnya dilakukan dengan bertemu langsung antara penjual dan pembeli, kini dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan bantuan jaringan elektronik. Hal inilah yang disebut dengan E-Commerce.

E-Commerce (Elektronik Commerce) berkembang sangat pesat, perkembangan e-commerce tersebut didominasi pada sektor fashion style. Maka dari itu penjualan fashion sekarang banyak menggunakan e-commerce karena sangat memudahkan masyarakat yang ingin membeli atau menjual suatu produk.

Onfit.id merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penjualan barang fashion seperti celana Jeans. Sistem penjualan Onfit.id hanya memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Whatsapp untuk penjualan dan promosi produknya.

Dalam pencatatan data transaksi Onfit.id masih mencatatnya secara manual dan jika customer ingin membeli produk kita hanya memesan menggunakan direct message Instagram atau whatsapp. Dengan menggunakan fasilitas Instagram sebagai media penjualan maka ruang lingkup penjualan maupun promosi masih kurang dari target karena hanya mengandalkan pengikut di social media Onfit.id.

Dari permasalahan yang ada, penulis mengajukan solusi untuk mengatasi masalah di Onfit.id dengan mengembangkan bisnis penjualannya melalui E-commerce.

E-commerce merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan internet, sehingga mempermudah Onfit.id dalam menjalankan transaksinya kapan saja dan dimana saja. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan Onfit.id dengan menggunakan penjualan online yang biayanya lebih murah.

I.2. Masalah

- Tidak adanya fitur untuk melakukan pencarian produk dan pengelompokan produk, sehingga pelanggan kesulitan saat mencari produk yang ingin dibeli.
- Penyajian informasi promo pada toko sangat kecil cakupannya sehingga hanya pembeli yang mengikuti media sosial toko yang mengetahuinya.
- Tidak terdapat modul konfirmasi pembayaran dan konfirmasi retur produk secara online sehingga pemilik kesulitan untuk mengetahui pelanggan yang sudah melakukan konfirmasi pembayaran maupun retur produk.
- Tidak terdapat laporan transaksi secara online seperti laporan status pemesanan, pendapatan penjualan, retur produk, dan stok produk, sehingga banyak laporan yang tidak tercatat dengan baik.

I.3. Tujuan

- Memberikan kemudahan pemilik untuk melakukan transaksi penjualan dan meningkatkan penjualan Onfit.id.
- Memberikan kemudahan dalam penyajian informasi promo dan produk yang masih tersedia sehingga memberikan kemudahan pelanggan saat melakukan transaksi.
- Mempermudah pemilik dalam pembuatan laporan yang berkaitan dengan transaksi.

I.4. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan agar masalah tidak menyimpang dari pokok pembahasan mengenai sistem pemesanan hingga transaksi berbasis online pada Onfit.id, penelitian ini dibatasi pada:

- Membangun dan merancang E-commerce dengan content management system (CMS) wordpress.
- Pemecahan masalah menggunakan konsep e-commerce dan business model canvas (BMC).

II. STUDI PUSTAKA

II.1. Pengertian Sistem

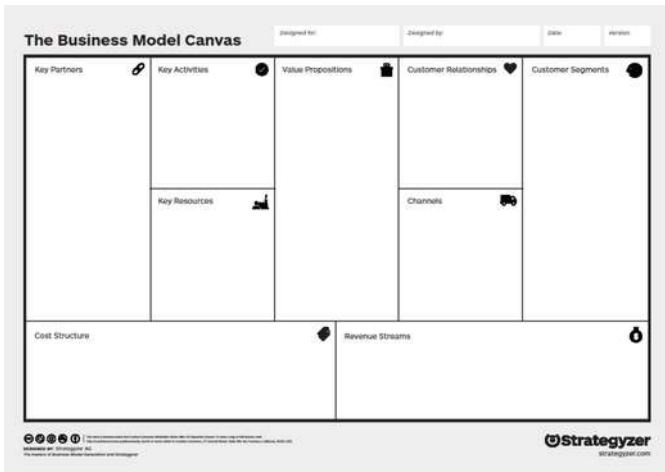
Menurut Prof. Dr. Mr. S. Prajudi Atmosudirdjo dalam buku yang di tulis oleh Tata Sutabri (2012) Mengungkapkan bahwa sistem ialah: "Suatu sistem terdiri atas objek-objek atau unsur-unsur atau komponen- komponen yang berkaitan dan berhubungan satu sama lainnya sedemikian rupa sehingga unsur-unsur tersebut merupakan suatu kesatuan pemrosesan atau pengolahan tertentu."

II.2. Pengertian Informasi

Menurut Tata Sutabri (Sutabri, Konsep Sistem Informasi, 2012) "informasi adalah sebuah istilah yang tepat dalam pemakaian umum. Informasi dapat mengenai data mentah, data tersusun, kapasitas sebuah saluran komunikasi, dan lain sebagainya".

II.3. Business Model Canvas (BMC)

Menurut Farhan Ramadhan dan Lusi Fajarita (2020) "BMC adalah Sebuah metode yang digunakan dalam mengatur dan mengelola strategi bisnis yang dibentuk secara visual agar lebih mudah dipahami oleh penggunanya.



Gambar 1: Business Model Canvas (BMC)

II.4. Konsep Dasar Penjualan

Menurut Farhan Ramadhan dan Lusi Fajarita (2020) Penjualan adalah “Suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mencari pembeli, memengaruhi, dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengandakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak”.

II.5. Pengertian e-Commerce

Muhammad Hanafi Nasution dan Yudi Santoso (2020) mengemukakan: “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.”. Sedangkan menurut Nuryadi dan Atik Ariesta (2020) “E- Commerce merupakan jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui internet.”

II.6. Search Engine Optimization

Sofyan et al., (2019) mengungkapkan: “Search Engine Optimization (SEO) merupakan teknik untuk memaksimalkan suatu website agar lebih dikenal atau lebih mudah dibaca oleh search engine. Teknik SEO dilakukan melalui proses yang sistematis artinya teknik SEO harus mengikuti aturan- aturan yang berlaku pada suatu search engine tertentu yang menjadi rujukannya Teknik SEO diterapkan pada suatu website dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung website tersebut.

II.7. Interaction Flow Modeling Language (IFML)

Alperdo dan Gata (2019) mengungkapkan: “IFML adalah Bahasa pemodelan yang sangat terinspirasi oleh WebML dan

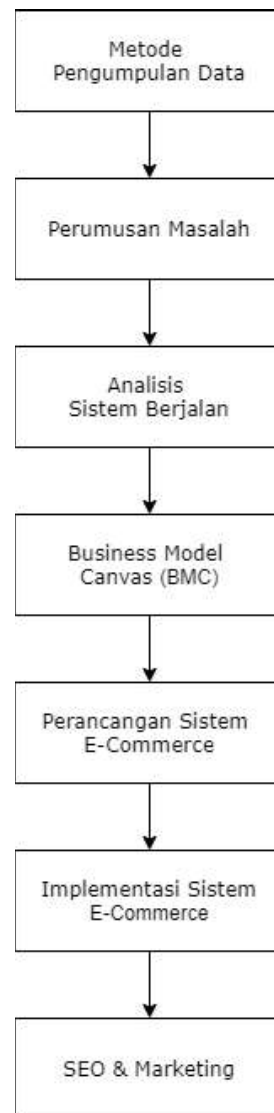
mewakili generalisasi dari domain web untuk aplikasi generik pemodelan front-end”

II.8. Implementasi Sistem

Okta Veza, Hanafi, dan Nurul Maghfiroh (2020) mengungkapkan bahwa pengertian implementasi yaitu “Impelementasi merupakan tahapan penerapan sebuah program dalm pembangunan sistem. Implementasi dibuat berdasarkan hasil suatu analisis serta desain yang terinci terhadap suatu sistem yang sedang berjalan. Dari pembuatan perancangan program diketahui bahwa sistem siap dipakai dengan melakukan implementasi sistem.”

III. METODE PENELITIAN

III.1. Tahapan Penelitian



Gambar 2: Tahapan Penelitian

III.2. Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah cara yang digunakan dalam melakukan metodologi pengumpulan data, yaitu:

- Studi Lapangan
 - Wawancara
Penulis mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemilik toko
 - Observasi Merupakan metode pengumpulan data dengan cara datang langsung dan melakukan pengamatan terhadap toko untuk menemukan masalah yang tidak disebutkan oleh pemilik toko.
- Studi Literatur
Mencari teori-teori yang terkait dengan e- Commerce dan teori umum yang terkait dengan topik yang dibahas dengan membaca berbagai sumber referensi artikel dan skripsi yang telah dipublikasikan.

III.3. Perumusan Masalah

Setelah menganalisa dan mengidentifikasi masalah yang terdapat pada toko Onfit.id dan membaca studi literatur. Penulis dapat merumuskan akar masalah yang terdapat pada toko tersebut, dan penulis juga dapat merumuskannya dengan sebab dan akibat yang ada pada toko Onfit.id

III.4. Analisa Sistem Berjalan

Analisa Sistem Berjalan merupakan suatu langkah-langkah penelitian yang dilakukan dengan cara penulis mulai melakukan analisa proses bisnis yang ada pada Onfit.id menggunakan Activity Diagram, dan Business Model Canvas .

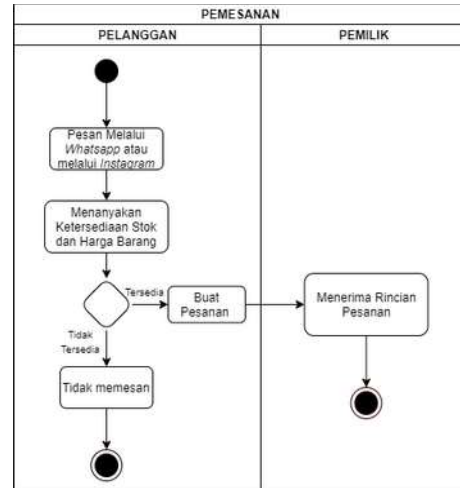
III.5. Business Model Canvas (BMC)

Adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, menilai, dan mengubah model bisnis. Terdapat 9 elemen Business Model Canvas yang ada pada Onfit.id yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partners, dan cost structure

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

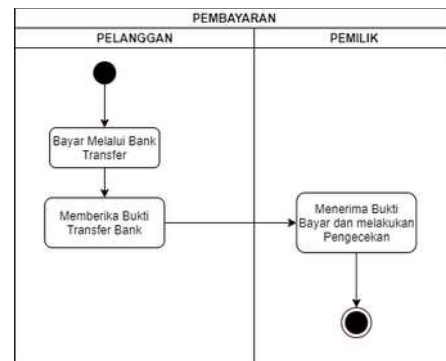
IV.1. Analisis Sistem Berjalan

IV.1.1. Proses Pemesanan Produk



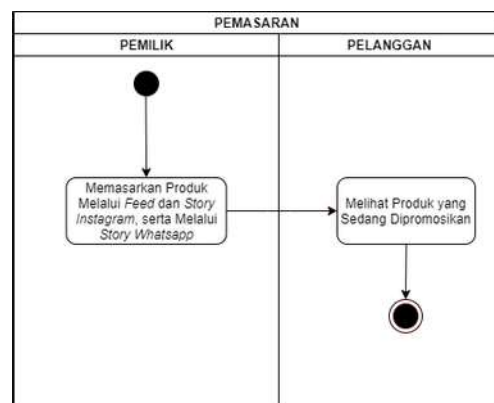
Gambar 3: Activity Diagram Proses Pemesanan Produk

IV.1.2. Proses Pembayaran



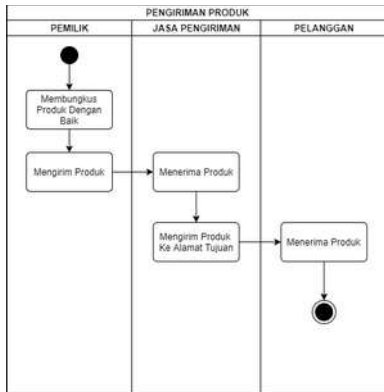
Gambar 4: Activity Diagram Proses Pembayaran

IV.1.3. Proses Pemasaran Produk



Gambar 5: Activity Diagram Proses Pemasaran Produk

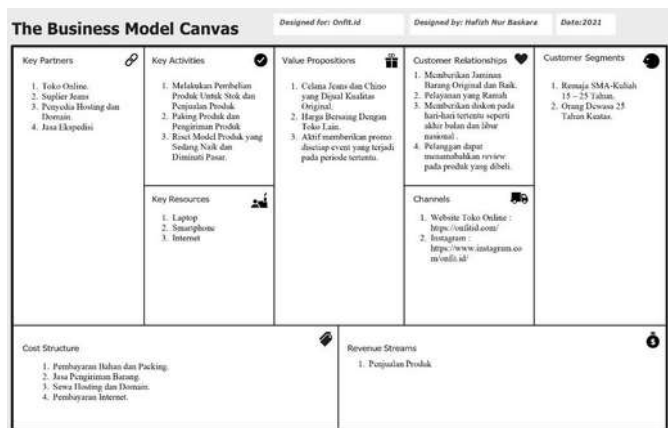
IV.1.4. Proses Pengiriman Barang



Gambar 6: Activity Diagram Proses Pengiriman Barang

IV.2. Business Model Canvas

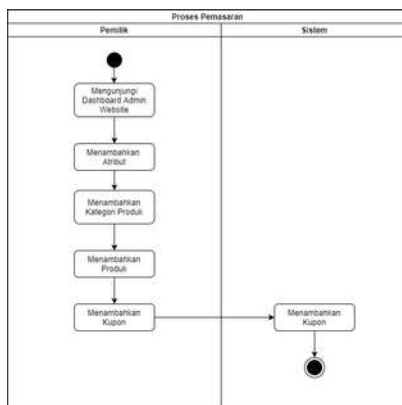
Hasil analisis dari setiap elemen business model canvas pada toko Onfit.id antara lain adalah:



Gambar 7: Business Model Canvas

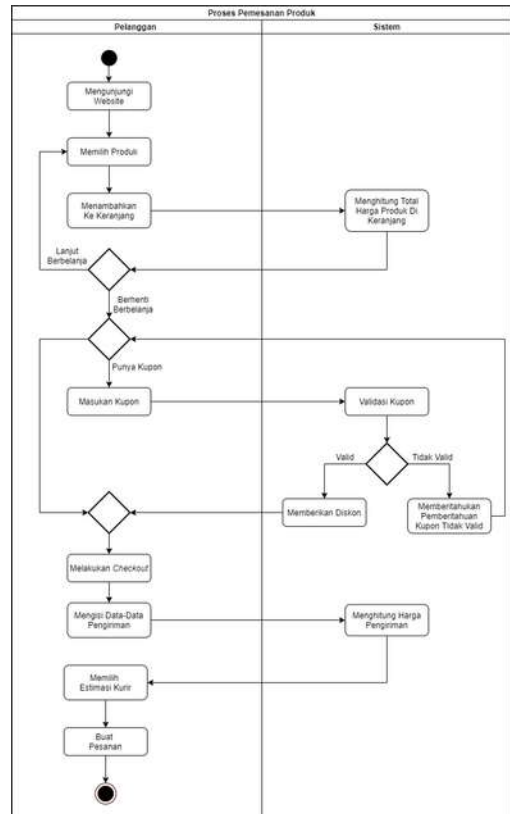
IV.3. Sistem Usulan

IV.3.1. Proses Pemasaran



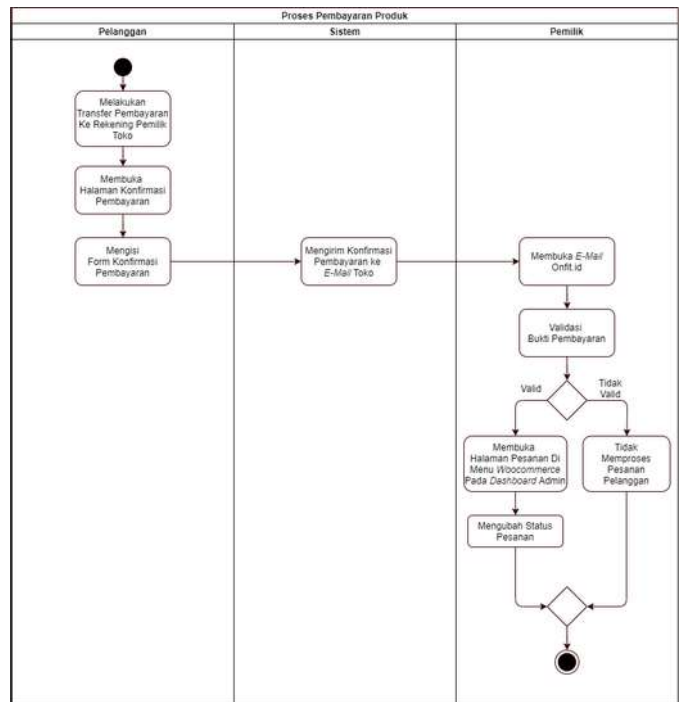
Gambar 8: Activity Diagram Sistem Usulan Proses Pemasaran

IV.3.2. Proses Pemesanan Produk



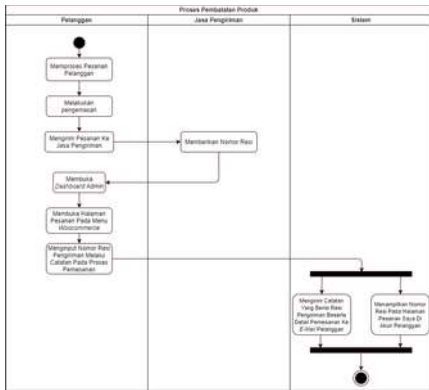
Gambar 9: Activity Diagram Proses Pemesanan Produk

IV.3.3. Proses Pembayaran Produk



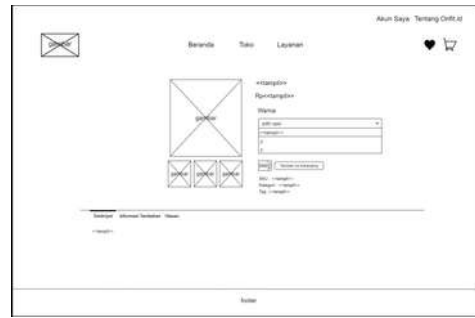
Gambar 10: Activity Diagram Proses Pembayaran Produk

IV.3.4. Proses Pengiriman Produk



Gambar 11: Activity Diagram Proses Pengiriman Produk

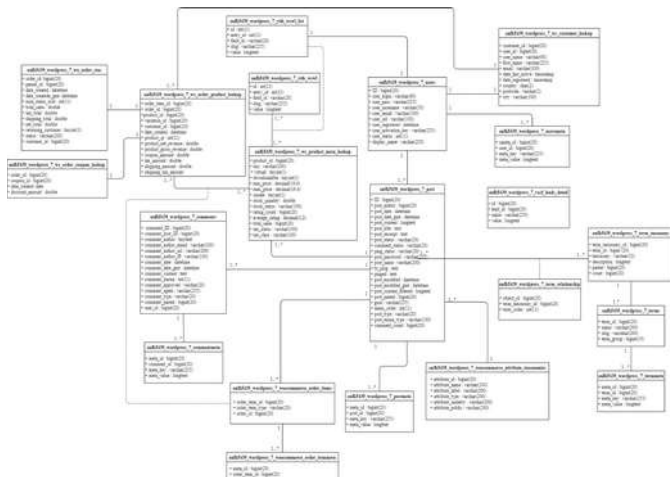
IV.5.2. Rancangan Layar Detil Produk



Gambar 14: Rancangan Layar Detil Produk

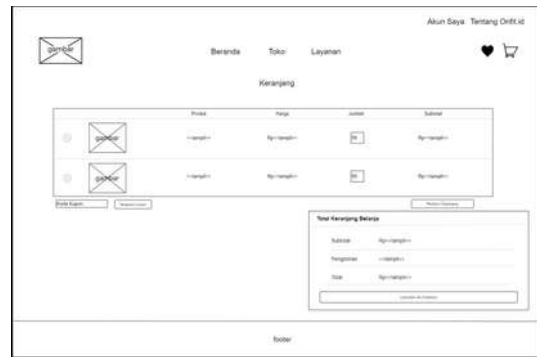
IV.4. Class Diagram

Class Diagram untuk sistem usulan tampak pada gambar berikut ini:



Gambar 12: Class Diagram

IV.5.3. Rancangan Layar Detil Keranjang Belanja



Gambar 15: Rancangan Layar Detil Keranjang Belanja

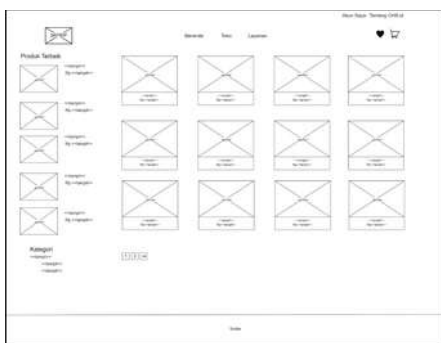
IV.5.4. Rancangan Layar Check Out



Gambar 16: Rancangan Layar Check Out

IV.5. Rancangan Layar

IV.5.1. Rancangan Layar Toko



Gambar 13: Rancangan Layar Toko

IV.5.5. Rancangan Layar Konfirmasi Pembayaran

The screenshot shows a web form titled 'Konfirmasi Pembayaran' (Payment Confirmation). At the top, there are navigation links for 'Beranda', 'Toko', and 'Layanan', along with a user profile icon and a shopping cart icon. The form itself has several input fields: 'Name' with a value of 'A.220.A', 'Order' with a value of 'A.100.A', 'Bank transfer' with a value of 'A.100.A', and 'Transfer date' with a value of 'A.220.A'. There are also radio buttons for 'Transfer amount' and 'Transfer bank'. A 'Submit' button is at the bottom left, and a 'Cancel' button is at the bottom right.

Gambar 17: Rancangan Layar Konfirmasi Pembayaran

IV.6. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang diterapkan pada Onfit.id ada beberapa jenis pemasaran, diantaranya yaitu :

- Website Dengan website dapat meningkatkan pendapatan penjualan, dengan cara meningkatkan kualitas konten didalam website dan rajin mempublish produk baru agar pengunjung website percaya bahwa website benar-benar aktif. Website Onfit.id yaitu : <https://Onfitid.com/>
- Media Sosial Dengan menggunakan media sosial dapat memperluas jangkauan pelanggan dan sebagai sarana informasi kepada pelanggan untuk produk-produk terbaru ataupun promo dan diskon. Media sosial Onfit.id yaitu:
 - Instagram (<https://www.instagram.com/onfit.id/>)
Dengan Instagram pihak Onfit.id dapat lebih berkembang dan juga mendapatkan strategi promosi yang tepat dengan menggunakan fitur insight didalamnya.

V. KESIMPULAN & SARAN

V.1. Kesimpulan

Setelah mempelajari dengan melakukan analisis sistem yang sedang berjalan dan solusi pemecahan masalah yang ada pada Onfit.id, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Dengan adanya website e-commerce pada Onfit.id para pelanggan yang ingin berbelanja tidak kesulitan mencari produk yang diinginkan karena Onfit.id memiliki sarana untuk melakukan pencarian produk dengan menggunakan fitur pencarian produk dan kategori produk, yang tersedia di website Onfit.id (<https://onfitid.com/>).

- Dengan adanya website e-commerce pada Onfit.id jangkauan penyajian informasi promo yang diberikan oleh pemilik akan lebih luas cakupannya.

Karena tidak hanya pengikut di media sosial Instagram onfit.id saja yang mengetahui promo yang diberikan tetapi juga pengunjung website juga akan mengetahui promo tersebut. Sehingga dapat menaikkan penjualan dan mengatasi masalah cakupan penyajian informasi promo dengan adanya website Onfit.id (<https://onfitid.com/>).

- Dengan adanya website e-commerce pada Onfit.id para pembeli yang ingin berbelanja produk Onfit.id bisa langsung mengunjungi website Onfit.id dan para pelanggan yang sudah melakukan pembayaran bisa langsung mengirimkan bukti pembayaran melalui menu “Konfirmasi Pembayaran” dan jika pelanggan ingin mengembalikan produk karena ada yang rusak atau produk yang cacat, pelanggan dapat memilih menu “Retur Produk” yang sudah di sediakan di website.

Onfit.id, dengan adanya fitur Konfirmasi Pembayaran dan Retur Produk ini diharapkan dapat memudahkan pemilik dalam mengecek laporan konfirmasi pembayaran dan mengecek retur produk dari pelanggan pada website Onfit.id (<https://onfitid.com/>).

- Dengan adanya website e-commerce pada Onfit.id pemilik bisa dengan mudah melakukan pengontrolan terhadap pengiriman pesanan, penjualan produk, retur produk, dan stok produk karena website memberikan semua informasi tersebut ke pemilik. Sehingga pemilik dengan mudah melakukan cetak laporan yang terdapat pada website Onfit.id (<https://onfitid.com/>).

V.2. Saran

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan sistem agar dapat berjalan dengan baik, ada beberapa hal yang penulis sarankan diantaranya :

- Melakukan evaluasi dan maintenance setiap bulannya agar website ini terus berkembang.
- Sistem e-commerce dan penerapan SEO yang sudah dibuat masih terdapat kekurangan, sehingga perlu dilakukan pengembangan untuk selanjutnya.
- Pengadaan pelatihan dan buku panduan tentang sistem e-commerce yang telah dibuat untuk diberikan kepada pihak toko Onfit.id

VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dwi Alperdo Taruna, G. G. (2019). Implementasi E-Commerce Menggunakan Business Model Canvas Dan Ifml Pada Distro Mr Bro. *Jurnal IDEALIS*, 2(6), 369-376.
- [2] Dwi, N. A. (2019). ANALISA DAN PERANCANGAN E-COMMERCE PADA CV. HEGO. Jakarta: Perpustakaan Universitas Budi Luhur.
- [3] Fauzi, R. (2019). IMPLEMENTASI WEBSITE E-COMMERCE BERBASIS CMS (CONTENT MANAGEMENT SYSTEM) WORDPRESS PADA CLOTHING LINE COOLKIDS CLUB FASHION. Jakarta: Perpustakaan Universitas Budi Luhur.
- [4] Gata, W. G. (2013). Penerapan Bahasa Pemrograman Java Dalam. Penerapan Bahasa Pemrograman Java Dalam, 10(1), 80-87.
- [5] Haerulah, E. I. (2017). Aplikasi e-commerce penjualan souvenir pernikahan pada toko “ XYZ ”. APLIKASI E-COMMERCE PENJUALAN SOUVENIR PERNIKAHAN PADA, 4(1), 43-47.
- [6] Hidayat, S. S. (2017). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia. PENGARUH MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP PERKEMBANGAN E-COMMERCE DI INDONESIA, 8(2), 415.
- [7] Irmayani, W. S. (2017). Sistem Informasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa Berorientasi Objek. Sistem Informasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa Berorientasi Objek, V(1), 58-63.
- [8] Luthfie, M. F. (2019). Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Dan Jasa Service Aksesoris Motor Berbasis Web Pada Auto39 Bike Shop Menggunakan Unified Modeling Language. ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN DAN JASA SERVICE AKSESORIS MOTOR BERBASIS WEB PADA AUTO39 BIKE SHOP MENGGUNAKAN UNIFIED MODELING LANGUAGE, 2(1), 61-65.
- [9] Nasution, M. H. (2020). Penerapan E-Commerce Dengan Content Management System Wordpress Pada Toko Fikhri Fahrul Collection. Penerapan E-Commerce Dengan Content Management System Wordpress Pada Toko Fikhri Fahrul Collection, 3(1), 207-213.
- [10] Nuryadi, A. A. (2020). Penerapan E-Commerce Pada Toko Tri Arga Outdoor Sport Menggunakan Cms Wordpres Untuk Meningkatkan Penjualan. PENERAPAN E-COMMERCE PADA TOKO TRI ARGA OUTDOOR SPORT MENGGUNAKAN CMS WORDPRES UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN, 3(1), 109-115.
- [11] Putra, T. A. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE PADA TOKO TATASHOPS, 29(1), 1-9. 158
- [12] Ramadhan, F. F. (2020). IMPLEMENTASI RANCANGAN E-COMMERCE PADA SURYA TIMUR COLLECTION DENGAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS). IMPLEMENTASI RANCANGAN E-COMMERCE PADA SURYA TIMUR, 3(1), 251-259.
- [13] Sofyan A, F. E. (2019). Pengaruh Search Engine Optimization (Seo) Dan Riset Kata Kunci Terhadap Pendapatan Toko Online. Pengaruh Search Engine Optimization (Seo) Dan Riset Kata Kunci Terhadap Pendapatan Toko Online, 1(1), 351-356.
- [14] Sutabri, T. (2012). Analisis Sistem Informasi. Dalam T.
- [15] Sutabri, Analisis Sistem Informasi (hal. 7). Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- [16] Sutabri, T. (2012). Konsep Sistem Informasi. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET. Sutabri, T. (2012). Kualitas Informasi Menurut Tata Sutabri. Dalam Konsep Sistem Informasi (hal. 37-39). Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- [17] Sutopo, P. C. (2016). Sistem Informasi Eksekutif Sebaran Penjualan Kendaraan Bermotor Roda 2 di Kalimantan Timur Berbasis Web. Informatika Mulawarman : Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer, 11(1), 23.
- [18] tata, s. (2012). analisa sistem Informasi. Dalam s. tata, analisa sistem Informasi (hal. 7). yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- [19] Utama, P. N. (2019). ANALISIS DAN DESAIN E-COMMERCE PADA RAUBEL MEN’S CLOTHING. Jakarta: Perpustakaan Universitas Budi Luhur.
- [20] Veza Okta, H. M. (2020). SISTEM INFORMASI PENGELOLAAN BISNIS PADA KANTIN PT. SAT NUSAPERSADA BATAM. Engineering And Technology International Journal, 2(1), 62.
- [21] Widyanto, A. P. (2020). Implementasi Penjualan Bebas E-Commerce Pada Toko Synergie Motor. IMPLEMENTASI PENJUALAN BEBAS E-COMMERCE PADA TOKO SYNERGIE MOTOR, 3(1), 92-100.