

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM PADA TOKO BUCKETBALBAL

Muhammad Azhar Rahmanto¹, Samsinar^{2*}

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur²

^{1,2}Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Pesanggrahan, Jakarta Selatan 12260
¹1712501624@studentbudiluhur.ac.id, ^{2*}samsinar@budiluhur.ac.id

Abstrak : Toko Bucketbalbal merupakan sebuah toko yang menjual berbagai jenis karangan bunga dan rangkaian bunga. Toko ini berlokasi di Pamulang, Tangerang Selatan. Selama ini, pemilik toko melakukan banyak pekerjaan dalam menangani pelanggan seperti mengirimkan pesanan, memverifikasi bukti pembayaran dan pekerjaan lainnya. Untuk itu, Bucketbalbal membutuhkan aplikasi *E-Commerce* dan mengoptimalkannya dengan memanfaatkan *Search Engine Optimization* yang memudahkan dalam pencarian dan mengintegrasikan pesanan sehingga lebih efisien dan memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, studi literatur, analisis sistem, dan pengembangan sistem dengan menerapkan *Business Model Canvas* dan *Unified Modeling Language*. Implementasi Web *E-Commerce* ini menggunakan Wordpress yang berbasis *Content Management System*. Hasil penelitian ini adalah *E-Commerce* memberikan solusi dari permasalahan yang ada dan diharapkan dapat memperluas pemasaran produk

Kata Kunci : CMS, BMC, Rangkaian Bunga

Abstract: *The Bucketbalbal Shop is a shop that sells various types of flower bouquets and flower arrangements. This shop is located in Pamulang, South Tangerang. During this time, shop owners do a lot of work in handling customers such as sending orders, verifying proof of payment and other work. For this reason, Bucketbalbal needs an E-Commerce application and optimizes it by utilizing Search Engine Optimization which makes it easier to search and integrate orders so that it is more efficient and provides convenience to customers. In this research, the data collection methods used were interviews, observation, literature study, system analysis, and system development by applying the Business Model Canvas and Unified Modeling Language. This E-Commerce Web implementation uses WordPress which is based on a Content Management System. The results of this research are that E-Commerce provides solutions to existing problems and is expected to expand product marketing*

Keywords: CMS, BMC, Flower Bucket

PENDAHULUAN

Sistem penjualan berbasis *website* akan mempermudah dalam pemasaran suatu produk dan jasa yang ditawarkan yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Selain itu *E-Commerce* juga dapat digunakan untuk berbagai transaksi dalam pemesanan suatu produk dan jasa. Dengan adanya *E-Commerce* dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengetahui apa saja informasi produk/jasa yang ditawarkan dan

memudahkan pelanggan dalam memesan produk dan jasa tersebut.

Kebutuhan masyarakat untuk berbelanja online mendorong para pelaku bisnis untuk menjual produknya melalui *website*. Tujuannya adalah untuk menangkap pangsa pasar yang besar tidak hanya di kota-kota tempat memiliki toko, tetapi juga di seluruh Indonesia dan terkadang di luar negeri. Salah satu hal yang memudahkan kehidupan masyarakat sehari-hari adalah

belanja online, atau yang lebih umum, *E-Commerce* (Ihsan and Wulandari 2020).

E-Commerce merupakan alternatif solusi usaha yang Pertumbuhannya pesat akhir-akhir ini. Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi telekomunikasi dan informasi telah menjadikan jaringan internet sebagai bagian integral dari infrastruktur ekonomi. Perusahaan lain melakukan transaksi bisnis mereka di Internet (Miradz et al. 2022).

Toko Bucketbalbal adalah toko yang menjual produk merchandise khususnya dalam bentuk bouquet (bunga, uang, dan snacks). Toko Bucketbalbal berdiri sejak tahun 2022 tepatnya pada bulan September yang didirikan oleh Balqis Adira. Toko ini berlokasi di Jalan Beringin 1, Benda Baru, Pamulang, Tangerang Selatan. Toko Bucketbalbal hanya sedikit memanfaatkan media sosial yang ada seperti Instagram dan Whatsapp untuk melakukan penjualan produk.

Pada saat ini, toko Bucketbalbal masih menggunakan cara jual beli secara offline, yang mengharuskan pembeli untuk datang langsung ke toko Bucketbalbal atau bertemu langsung dengan pemilik toko tersebut di tempat yang sudah ditentukan. Oleh Karena itu, Bucketbalbal ingin membuat *platform E-Commerce* berbasis website yang bertujuan untuk memberikan pengalaman terbaik dalam kegiatan berbelanja secara online. selain itu, diharapkan pula dapat membantu memperluas jangkauan pasar.

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

E-Commerce

E-commerce (*electronic commerce*) adalah bagian dari *e-business* (*electronic business*) yang berhubungan dengan kegiatan jual-beli barang/jasa melalui

Internet. *E-commerce* juga meliputi aktivitas yang mendukung transaksi tersebut, seperti periklanan, pemasaran, dukungan konsumen, keamanan, pengiriman, dan pembayaran. (Ayu & Lahmi, 2020).

E-Commerce juga merupakan bentuk perubahan dalam kegiatan perdagangan yang dilakukan dengan berbagai keuntungan. Selain itu, dapat keuntungan dari penggunaan e-commerce adalah konsumen tidak perlu datang secara langsung ke toko untuk membeli suatu barang, dan proses penjualan dan pembelian dapat dilakukan secara langsung saat itu juga. (Indah Wahyuni et al. 2022)

Content Management System (CMS)

CMS adalah perangkat lunak yang memungkinkan seseorang untuk menambahkan atau memanipulasi (mengubah) isi dari suatu situs, Wordpress dan Drupal adalah salah satu CMS yang sering digunakan untuk membuat situs sekolah (Gerlan and Melli, 2019).

Business Model Canvas (BMC)

BMC adalah Sebuah metode yang digunakan dalam mengatur dan mengelola strategi bisnis yang dibentuk secara visual agar lebih mudah dipahami oleh penggunanya. BMC memiliki 9 (sembilan) bagian, antara lain *Key Partners*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Channels*, *Customers Segments*, *Cost Structure*, *Revenue Streams* (Ramadhan dan Fajarita, 2020).

Unified Modeling Language (UML)

UML merupakan bahasa pemodelan yg telah menjadi baku industri *software* untuk memvisualisasikan, merancang, & mendokumentasikan sistem *software*. Berisi simbol node UML (juga dikenal

sebagai jalur atau aliran yang melekat pada tepi) (Pertwi, and Diana, 2020).

Search Engine Optimization (SEO)

SEO atau *Search Engine Optimization* adalah suatu teknik untuk memaksimalkan suatu website agar lebih dikenal atau lebih mudah dibaca oleh mesin pencari. Teknik ini dilakukan secara sistematis yang mengikuti aturan – aturan yang berlaku pada mesin pencarian. Teknik ini pula diterapkan pada website dengan tujuan tertentu. Faktor yang menentukan keberhasilan SEO digolongkan menjadi 2 (dua) yaitu *Onpage Optimization*, *Offpage Optimazatiin* (Ihsan and Wulandari 2020).

Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, penulis merujuk pada penelitian sebelumnya yang relevan. Adapun penelitian dengan judul “Implementasi E-Commerce Menggunakan *Content Management System* (CMS) untuk Memperluas Pemasaran Pada Indah Jaya Sport”. Indah Jaya Sport adalah toko yang menjadi salah satu sarana untuk membeli alat olahraga untuk para pelanggan seperti olahragawan, atlet atau pelanggan yang memerlukan alat untuk berolahraga. Namun sangat disayangkan toko ini masih belum beralih memanfaatkan teknologi untuk fasilitas promosi dan penjualan. Oleh karena itu, menganalisis dan mengimplementasikan *E-Commerce* menggunakan *Content Management System* dan menyiapkan strategi SEO agar dapat memperluas pemasaran dan memberi kemudahan kepada pelanggan untuk mencari informasi produk (Nugroho, Agy, and Hendri Irawan, 2020).

Penelitian yang lain berjudul “Penerapan *E-Commerce* Berbasis *Content Management System* (CMS) Dengan Metode *Business Model Canvas* (BMC)

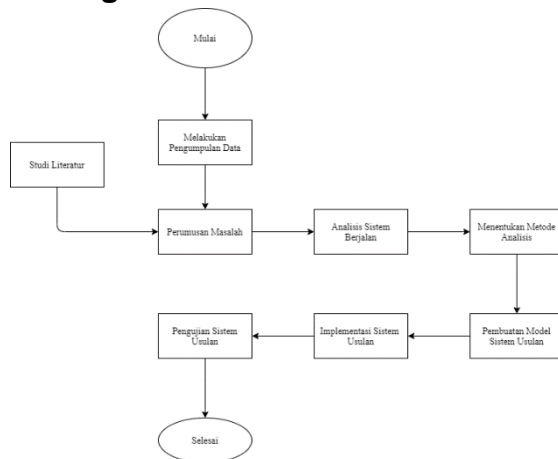
Pada Toko Fajar *Collection*. Toko Fajar *Collection* sudah menggunakan media sosial dalam proses transaksi yaitu melalui Whatsapp dan Facebook. Permasalahan yang terjadi adalah pelanggan pada toko ini harus menanyakan stok barang kepada admin, kendala lainnya adalah dalam pengolahan data laporan penjualan. Berdasarkan kendala tersebut, maka dirancanglah sebuah website *E-Commerce* dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Analisis kekuatan dan kelemahan bisnis *E-Commerce* menggunakan metodologi BMC. Sistem dikembangkan 17 menggunakan pendekatan *Unified Modeling Language* (UML) dan *website berbasis Content Management System* (CMS) dengan WordPress (Zamroni, Muhammad Ircham, Anita Diana, and Dwi Achadiani, 2022).

Dalam penelitian lainnya dengan judul Rancang Bangun Website *E-Commerce* Berbasis Wordpress pada Mebel UD “REJEKI” bahwa Dalam merancang dan membangun sebuah website *E-Commerce* pada mebel UD “REJEKI” membuat pelanggan lebih mudah untuk melakukan pemesanan produk. Dengan adanya website *E-Commerce* dapat membantu admin untuk melakukan proses penjualan dengan cepat dan tidak memakan waktu lama. Website *E-Commerce* juga membantu dalam mempercepat proses transaksi penjualan pada mebel UD “REJEKI”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Research and Development* (R&D). R&D merupakan kegiatan penelitian dan pengembangan yang memiliki kepentingan yang kaitannya dengan pengembangan aplikasi di bidang teknologi. Teknik pengumpulan data pada metode penelitian R&D adalah dengan melakukan observasi dan wawancara yang dilakukan pada mebel UD “REJEKI”. Hasil

dari penelitian ini adalah peneliti dapat mengetahui bagaimana rancang bangun website E-Commerce yang tepat untuk mebel UD “REJEKI” sehingga dapat membantu dalam melakukan transaksi penjualan dengan mudah dan membantu dalam melihat laporan-laporan penjualan (Siswanti, 2020).

METODE

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir ini merupakan penggambaran dari langkah yang dilakukan dalam Penelitian, yang terlihat pada Gambar 1.

Metode Pengumpulan Data

Di dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi masalah pada Bucketbalbal agar dapat merumuskan masalah yang ada. Metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Melakukan metode pengumpulan data melalui tatap muka dengan melakukan tanya jawab secara langsung antara dua pihak, pihak pertama sebagai pewawancara dan pihak kedua sebagai narasumber.

2. Observasi

Melakukan pengamatan terhadap Toko Bucketbalbal untuk menemukan masalah yang tidak disebutkan oleh pemilik toko saat wawancara.

3. Studi Literatur

Penulis menggunakan studi literatur sebagai rujukan permasalahan, observasi terdapat 3 studi literatur yang digunakan penulis sebagai rujukan permasalahan.

Metode Analisis Sistem

Business Model Canvas menjadi pilihan untuk mengevaluasi model bisnis yang diterapkan pada Toko Bucketbalbal memungkinkan untuk menggambar atau mendesain toko tersebut untuk membuat strategi bisnis yang sudah ada agar menjadi lebih berkembang.

Metode Pengembangan Sistem

Analisis Proses Bisnis yang telah diperoleh saat pengumpulan data kemudian digambarkan menggunakan diagram aktivitas, dalam diagram aktivitas tersebut menggambarkan proses bisnis yang saat ini pada Bucketbalbal. Activity Diagram digunakan untuk mengurai bisnis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Sistem berjalan

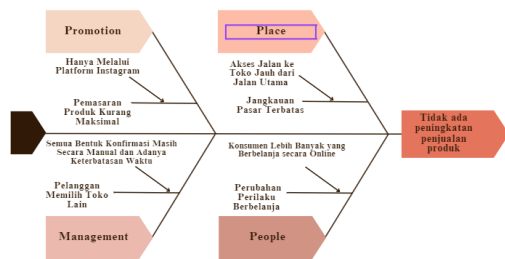
Analisis Permasalahan

Analisis permasalahan merupakann analisis terhadap permasalahan yang terjadi yang berjalan pada toko Bucketbalbal yang digambarkan menggunakan *Fishbone Diagram*. Diagram ini berguna untuk menganalisis dan menemukan faktor-faktor yang berpengaruh atau mempunyai dampak secara signifikan untuk menentukan karakteristik kualitas output (Malabay, 2016).

Diagram *Fishbone* dibentuk berdasarkan struktur tulang ikan yang ujung kepalanya mengarah ke bagian kanan. Diagram ini

akan menjelaskan bentuk akibat atas permasalahan yang timbul dari bagian manajemen, berikut faktor-faktor yang mengakibatkan. Dampak dari permasalahan yang timbul digambarkan oleh bagian kepala ikan yang menghadap ke kanan (Felia & Wiwik, 2022).

FISHBONE DIAGRAM



Gambar 2 Fishbone Diagram

Komponen *fishbone diagram* beserta deskripsinya yang telah dianalisis pada Toko Bucketbalbal:

a. Promotion

Permasalahan: Hanya melakukan promosi melalui *platform* Instagram.

Dampak: Pemasaran produk menjadi terbatas dan kurang maksimal.

b. Place

Permasalahan: Akses jalan yang cukup jauh dari jalan umum atau jalan raya.

Dampak: Pelanggan kesulitan dalam menjangkau dan menemukan toko.

c. Management

Permasalahan: Segala bentuk konfirmasi dalam transaksi masih dilakukan secara manual oleh pemilik.

Dampak: Karena seringnya keterlambatan dalam merespon, pelanggan jadi lebih memilih toko lain yang bias lebih *fast respon*.

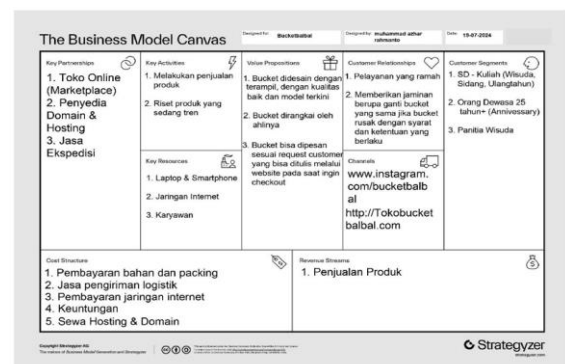
d. People

Permasalahan: Pada saat ini, orang-orang sudah lebih memilih untuk belanja secara *online* daripada *offline* dan harus ke toko.

Dampak: Akibatnya, hal ini dapat mengubah perilaku dalam berbelanja untuk sebagian banyak orang.

Model Bisnis

Pada desain dan implementasi *e-commerce* ini model bisnis yang digunakan adalah *Business Model Canvas* yang digunakan untuk menganalisis permasalahan dan kebutuhan serta strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha pada Toko Bucketbalbal. Pendekatan BMC dianggap sangat sederhana, mudah, dan lengkap sehingga mampu meringkas rencana bisnis dalam satu lembar kotak dialog yang terdiri dari 9 elemen. (Ivan's el al, 2023). terlihat pada Gambar 3 berikut:



Gambar 3 Business Model Canvas

Komponen *business model canvas* beserta deskripsinya yang telah dianalisis pada Toko Bucketbalbal:

a. Value Propositions

Berikut adalah analisis *value propositions* pada Bucketbalbal:

1. Buket didesain dengan terampil, dengan kualitas baik dan model terkini
2. Bucket dirangkai oleh ahlinya.
3. Bucket bisa dipesan sesuai *request customer* yang bisa ditulis melalui *website* pada saat ingin *checkout*
- 4.

b. Customer Segment

Berikut adalah analisis *customer segment* atau target pasar dari Bucketbalbal:

1. SD-Kuliah (Wisuda, Sidang, Ulang tahun).
2. Orang Dewasa, 25 tahun+ (*Anniversary*).
3. Panitia Wisuda.

c. Channels

Berikut adalah analisis *channels* atau media untuk mempromosikan produk-produk dari Bucketbalbal:

1. *Website* toko *online*:
<https://tokobucketbalbal.com/>
2. <https://www.instagram.com/bucketbalbal?igsh=MW92MnhsczBranM3cQ==>

d. Customer Relationships

Berikut adalah *customer relationships* atau hubungan antar pelanggan agar pelanggan tetap membeli produk di Toko Bucketbalbal:

1. Memberikan jaminan berupa ganti buket yang sama jika buket rusak dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.
2. Pelayanan yang ramah.

e. Revenue Streams

Berikut adalah hasil analisis *revenue stream* atau dari mana pendapatan yang didapat Bucketbalbal: Penjualan produk.

f. Key Activities

Berikut adalah *key activities* atau aktivitas yang dilakukan di Bucketbalbal: (Melakukan penjualan produk dan Riset produk yang sedang tren).

g. Key Resource

Berikut adalah *key resource* pada Bucketbalbal: (Laptop dan *smartphone*, Jaringan internet dan Karyawan).

h. Key Partner

Berikut adalah *key partners* atau pihak yang bekerja sama pada Bucketbalbal agar penjualan tetap berjalan: Toko *online* (*marketplace*, Penyedia *hosting* dan *domain* serta Jasa Ekspedisi).

i. Cost Structure

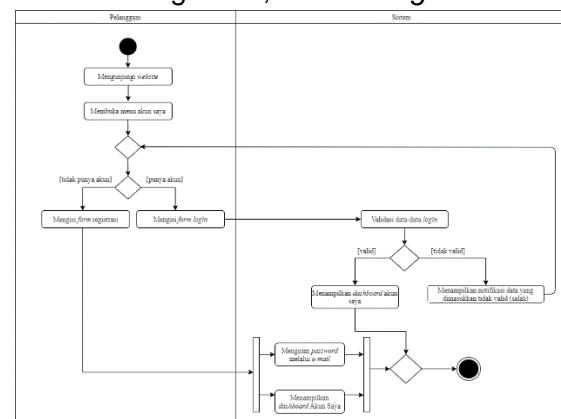
Berikut adalah *cost structure* atau pengeluaran dana pada Bucketbalbal:

1. Pembayaran bahan dan *packing*.
2. Jasa pengiriman ekspedisi.
3. Pembayaran jaringan internet.
4. Sewa *hosting* dan *domain*.
5. Keuntungan
6. Gaji karyawan

Proses Bisnis

Proses Register atau Login Pelanggan

Pada Gambar 4 merupakan proses yang dimana pelanggan mengunjungi *website* Bucketbalbal lalu memilih menu akun saya, jika tidak mempunyai akun, maka pelanggan mengisi form registrasi dengan memasukkan *e-mail* pelanggan lalu klik daftar, dan *password* akan dikirim melalui *e-mail*, jika sudah mempunyai akun maka pelanggan mengisi *form login* sesuai data-data saat registrasi, dan klik *login*.

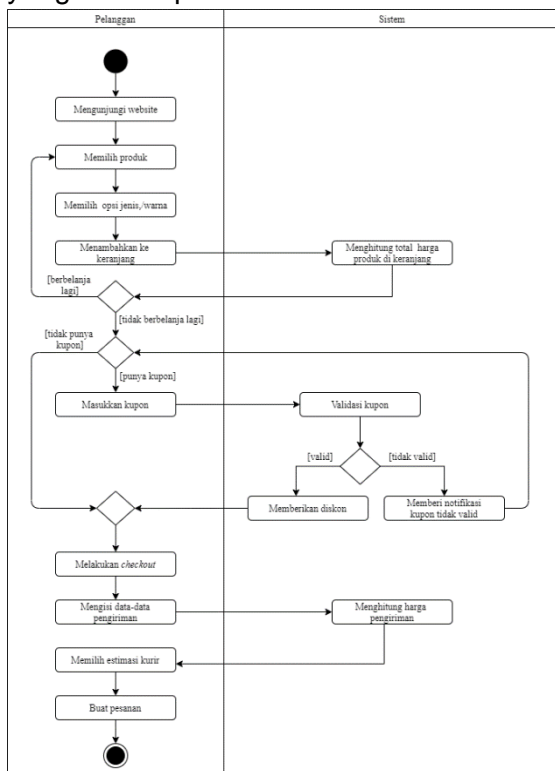


Gambar 4 Proses Register atau Login

Proses Pemesanan Produk

Proses ini, menjelaskan pelanggan sedang melihat produk yang berada di halaman produk Bucketbalbal lalu memilih produk yang diinginkan oleh pelanggan, kemudian memilih opsi seperti warna atau jenis produk, jika sudah sesuai maka klik tambahkan ke keranjang. Jika pelanggan ingin berbelanja lagi maka pelanggan memilih produk lagi, jika pelanggan sudah

tidak ingin membeli produk yang lain maka pelanggan melihat barang yang ingin dibelanjakan di halaman keranjang setelah itu pelanggan bisa melihat total harga barang yang ingin dibelanjakan, bila 1x24 jam tidak dibayar, maka pesanan akan dibatalkan. Program akan membatalkan otomatis dan stok kembali, setelah pelanggan melakukan *checkout* maka pelanggan mengisi data-data untuk pengiriman seperti nama, nomor telepon, alamat, dan lain-lain. Kemudian pilih kurir yang diinginkan dan klik buat pesanan yang terlihat pada Gambar 5.

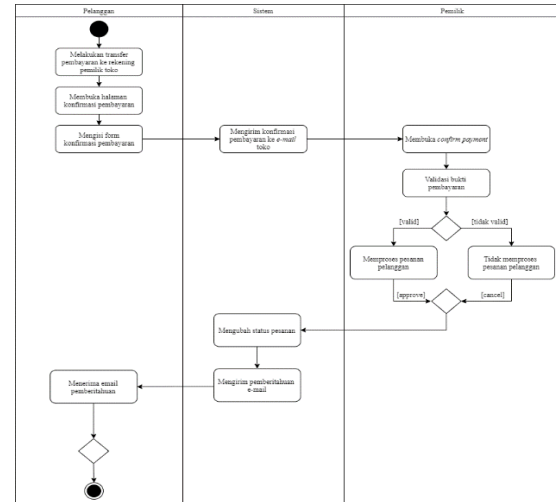


Gambar 5 Proses Pemesanan Produk

Proses Pembayaran

Proses pembayaran ini, menjelaskan saat setelah pelanggan mengisi data-data untuk pengiriman, terdapat nomor rekening pemilik toko yang terlihat oleh pelanggan, kemudian pelanggan mentransfer sesuai total yang dipesan ke rekening pemilik toko Bucketbalbal, setelah itu pelanggan membuka halaman konfirmasi pembayaran akan masuk ke *e-mail*

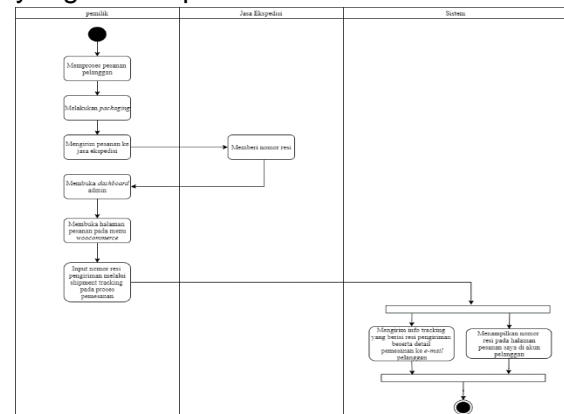
Bucketbalbal dan akan divalidasi oleh pemilik toko Bucketbalbal, jika bukti pembayaran valid maka pemilik Bucketbalbal akan memproses pesanan produk sesuai dengan pesanan pelanggan, yang terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6 Proses Pembayaran Produk

Proses Pengiriman Produk

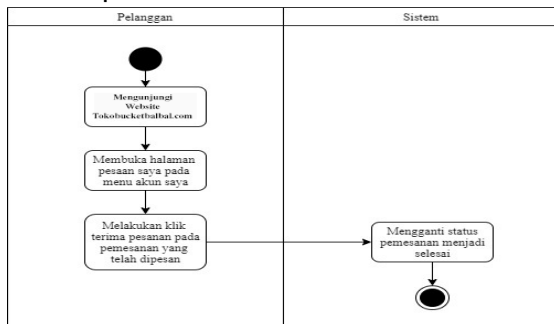
Proses ini, menjelaskan jika pembayaran terkonfirmasi maka pemilik akan memproses pesanan pelanggan, dan melakukan *packaging* lalu mengirimkan pesanan ke jasa ekspedisi, setelah menerima nomor resi pengiriman dari jasa ekspedisi pemilik mengirimkan nomor resi tersebut ke pelanggan melalui *e-mail* dan menampilkan nomor resi tersebut ke halaman pesanan pada akun pelanggan, yang terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7 Proses Pengiriman Produk

Proses Terima Pesanan

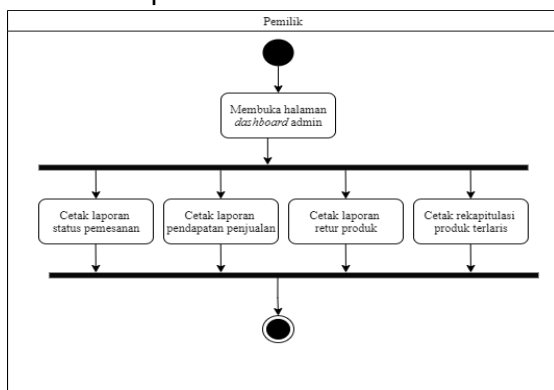
Proses ini menjelaskan bahwa pelanggan melakukan konfirmasi pesanan telah diterima dengan cara membuka *website* Bucketbalbal lalu membuka halaman pesanan saya di menu akun saya dan melakukan klik terima pesanan, yang terlihat pada Gambar 8.



Gambar 8 Proses Terima Pesanan

Proses Cetak Laporan

Pada Gambar 9 merupakan proses Cetak Laporan, yang dimana pemilik membuka *dashboard* admin lalu membuka *export orders* pada menu *WooCommerce*, lalu input tanggal sesuai yang diinginkan untuk pembuatan laporan status pemesanan setelah itu pemilik mencetak laporan status pemesanan sesuai dengan tanggal yang ditentukan pemilik.

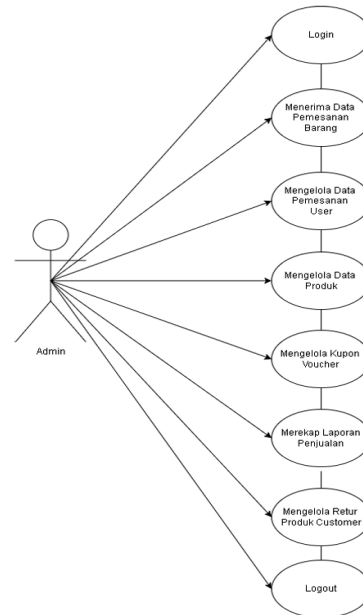


Gambar 9 Proses Cetak Laporan

Use Case Diagram

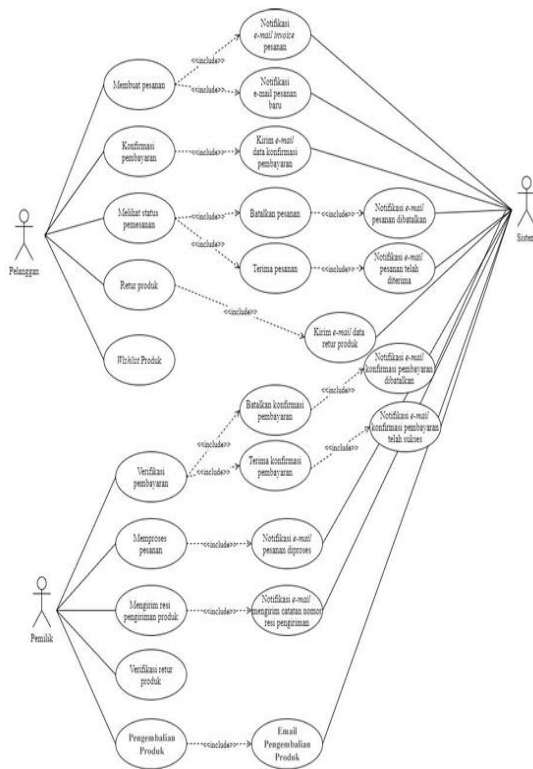
Use case diagram adalah teknik yang biasa digunakan dalam mengembangkan perangkat lunak atau software dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan fungsional dari suatu sistem (Adani, 2021).

Use case diagram pada Toko Bucketbalbal menggambarkan tentang sebuah aktor yang bisa berupa pemilik dan pelanggan yang berinteraksi dengan sistem *E-Commerce* yang akan diterapkan pada Toko Bucketbalbal melalui cerita yang sangat mendetail di setiap bagiannya.



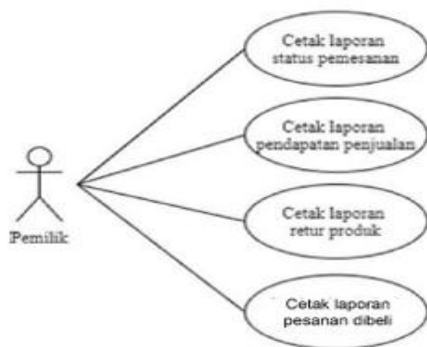
Gambar 10 Use Case Diagram Master

Pada Gambar 10 menjelaskan tentang interaksi pemilik dengan menu master di sistem *E-Commerce* Bucketbalbal.



Gambar 11 Use Case Diagram Transaksi

Gambar 11 menjelaskan tentang interaksi pelanggan dengan membuat pesanan dan pemilik melakukan verifikasi pembayaran.



Gambar 12 Use Case Diagram Laporan

Pada Gambar 12 menjelaskan tentang interaksi pemilik dengan menu cetak laporan yang ada di sistem *E-Commerce* pada Toko Bucketbalbal.

Strategi SEO dan Marketing

Strategi pemasaran dari sudut pandang bisnis adalah Search Engine Optimization (SEO). Fokus dari SEO adalah menjadi

peringkat tertinggi dalam mesin pencarian Internet berdasarkan trafik (Halim, Suranto, & Papatungan, 2020). Strategi SEO yang digunakan pada toko Bucketbalbal yaitu menerapkan menggunakan *keywords* sebagai langkah agar toko Bucketbalbal dapat dikenal dan ditemukan oleh Pelanggan pada mesin pencari Google. Strateginya menggunakan SEO musiman berbasis acara (wisuda, valentine, sidang).

Penerapan SEO

Berikut adalah beberapa langkah yang diperlukan untuk mempersiapkan strategi SEO musiman:

- Pikirkan tentang tanggal, acara yang untuk mempromosikan produk.
- Promosi apa yang akan ditawarkan.
- Pesan apa yang akan gunakan untuk penawaran tersebut dan bagaimana hubungannya dengan musim.
- Lakukan penelitian kata kunci seputar promosi yang dipilih.
- Rencanakan, buat, optimalkan, dan publikasikan konten untuk platform dan saluran pemasaran tertentu.
- Buat konten pendukung seperti halaman arahan yang dioptimalkan untuk kata kunci musiman Anda.

Strategi Marketing

Strategi marketing yang digunakan Bucketbalbal menggunakan beberapa jenis pemasaran yaitu dengan Website dan Media Sosial. Media Sosial yang digunakan antara lain adalah Instagram dan Whatsapp Business.

Website dapat meningkatkan pendapatan penjualan, dengan cara meningkatkan kualitas konten didalam website dan rajin publish produk baru agar pengunjung website percaya bahwasanya website ini memang benar-benar aktif. Gambar 9 merupakan struktur tampilan menu utama aplikasi *E-Commerce* yang diusulkan pada Toko Bucketbalbal. Gambar 13 merupakan

tampilan halaman utama dari <https://tokobucketbalbal.com/>.



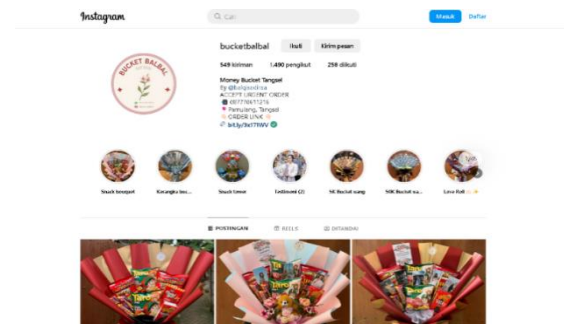
Gambar 13 Tampilan Utama
<https://tokobucketbalbal.com/> .

Media Sosial Dengan menggunakan media sosial dapat memperluas jangkauan pelanggan dan sebagai sarana informasi kepada pelanggan untuk produk-produk terbaru ataupun promo dan diskon.



Gambar 14 Whatsapp Business

Pada Gambar 14 adalah Pemanfaatan Whatsapp Bussines pihak Bucketbalbal mendapatkan banyak keuntungan untuk memasarkan produknya seperti terlihat lebih *profesional*, dapat beriklan sesuai target, dan mudah meng-*update* informasi.



Gambar 15 Tampilan Instagram

Gambar 15 adalah halaman utama Instagram, dengan harapan pihak Bucketbalbal dapat lebih profesional dan juga mendapatkan strategi promosi yang terarah dengan menggunakan fitur insight didalamnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai Implementasi *E-Commerce* Menggunakan Content Management System Pada Toko Bucketbalbal dapat disimpulkan bahwa dengan mengimplementasikan website Bucketbalbal dapat (1) mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan terarah dengan fokus pada inovasi, kreativitas, dan penguasaan media sosial, sehingga Toko ini dapat mengatasi persaingan dan mencapai keberhasilan dalam penjualan produk. (2) mendalami wawasan yang lebih baik mengenai keinginan konsumen dengan mengumpulkan umpan balik konsumen dan fokus meningkatkan pemahaman terhadap pelanggan, dengan harapan toko dapat meningkatkan informasi yang sesuai dengan tren masa kini dan meningkatkan penjualan melalui penawaran produk yang lebih sesuai dengan keinginan konsumen. (3) harus menganalisa segmentasi pasar yang belum dicapai, dan mengoptimalkan dengan baik teknologi informasi melalui media sosial. Toko Bucketbalbal harus terus berinovasi dalam strategi pemasaran

dan menyesuaikan diri dengan perubahan tren pasar.

REFERENSI

- [1] Winarti, W., Ihsan, M., & Wulandari, N. (2020). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada Toko Campus Mart Unimuda Sorong dengan PHP Dan MySql. *Jurnal PETISI (Pendidikan Teknologi Informasi)*, 1(1), pp. 44-56.
- [2] A. Miradz, H. Wijaya, S. Choirunisa, and A. Yoraeni. (2022). "Shop Dengan Pendekatan User Centered Design (UCD) Planning E-Commerce Design At CV. GreenTea Shop With User Centered Design (UCD) Approach," vol. 3, no. 2, pp. 202–216.
- [3] Ayu S. Lahmi A. (2020). Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. 9(2), pp. 114-123.
- [4] Wahyuni, I., Oktaviani., & Rahayu, E. (2022). Rancang Bangun Website E-Commerce Penjualan Pada Toko Obat Apotek Sumber Sehat Menggunakan PHP dan MySQL. *ICIT Journal*, 8(2), 231-245.
- [5] Manu G. A.Kande M. C. (2019). Perbandingan Content Management System Dengan Metode Saw (Simple Additive Weighting) Dalam Implementasi Pembuatan Website Sekolah. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)* 2(2), pp. 23-31.
- [6] Ramadhan, Farhan, and Lusi Fajarita. (2020). Implementasi Rancangan E-Commerce Pada Surya Timur Collection Dengan Metode Business Model Canvas (BMC) Berbasis Content Management System (CMS). *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*. 3(1), pp.251–259.
- [7] Celina Pertiwi, and Anita Diana. (2020). Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Karyawan Terbaik Menggunakan Metode AHP dan SAW. *BIT*. 17(1), pp. 23-30.
- [8] Ihsan, Muhammad, and Novita Wulandari. (2020). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada Toko Campus Mart Unimuda Sorong Dengan PHP Dan MySql. *Jurnal Petisi (Pendidikan Teknologi Informasi)*, 1(1), pp. 1-13.
- [9] Nugroho, Agy, & Irawan. (2021). Hendri. Implementasi E-Commerce Menggunakan Content Management System (CMS) Untuk Memperluas Pemasaran Pada Indah Jaya Sport. *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*. 4(2), pp. 137-146.
- [10] Zamroni, M. I., Diana, A. & A. Dwi. (2022). Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Dengan Metode Business Model Canvas (BMC) Pada Toko Fajar Collection. *BIT*. 10(1), pp. 1-8
- [11] Siswanti, K., Famukhit, M. L., & Rahayu, D. (2020). Rancang Bangun Website E-Commerce Berbasis Wordpress pada Mebel UD "REJEKI". *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 12(2), pp. 87–92.
- [12] Malabay. (2016). Pemanfaatan Diagram Fishbone Untuk Mendukung Kebutuhan Proses Bisnis. *Jurnal Ilmu Komputer*. 1(2), pp. 150-154.
- [13] Cahya, F. A., & Handayani, W. (2022). Minimasi Waste Melalui Pendekatan Lean Manufacturing pada Proses Produksi di UMKM Nafa Cahya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. 4(4), pp. 1199–1208.
- [14] Ivan's, E., et al. (2023). Penyuluhan Kewirausahaan & Workshop Perencanaan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Di

- SMK Negeri 1 Purbolingo Kabupaten Lampung Timur. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(2), pp. 1256 -1267.
- [15] Sallaby, A., & Kanedi, I. (2020). Perancangan Sistem Informasi Jadwal Dokter Menggunakan Framework Codeigniter. *Jurnal Media Infotama*, 16(1), pp. 48-53.
- [16] Adani, M. R. (2021). Usa Case Diagram: Pengertian, Fungsi, dan Contoh Penerrapan. Retrieved from <https://www.sekawanmedia.co.id/blog/use-case-diagram/>
- [17] Halim, F. I., Suranto, B., & Papatungan, I. V. (2020). Implementasi Strategi Search Engine Optimization pada Startup AyoSparring. *Jurnal Automata*, 1(2), pp. 1–6.