

MODEL E-COMMERCE UNTUK MEMBANTU AKTIVITAS PENJUALAN MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM PADA TOKO ALIYAH AMANI STORE

Aa Ishak Fauzy Alie¹, Agus Umar Hamdani^{2*}.

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Infromasi, Universitas Budi Luhur,

Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260.

¹a.ishakfauzy@gmail.com, ^{2*}agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id

Abstra : Toko Aliyah Amani Store adalah jenis wirausaha yang bergerak pada bidang penjualan perlengkapan pakaian muslim dan produk elektronik yang berada di daerah Kalideres Jakarta Barat. Proses penjualan saat ini masih memiliki beberapa kekurangan, karena secara basic masih berfokus kepada penjualan melalui social media Whatsapp saja. Pemilik toko mengalami kendala dalam mencari informasi ketersediaan stok produk yang terjual dan informasi pendapatan, dikarenakan informasi tersebut hanya tersedia secara manual dan sewaktu waktu bisa terhapus bila tidak digunakan dalam jangka waktu yang lama. Selain itu, Toko Aliyah Amani Store juga belum mampu menjangkau pangsa sektor pasar yang lebih luas, dikarenakan keterbatasan media promosi yang digunakan. Berdasarkan kondisi diatas, maka penulis melakukan penelitian untuk menganalisa masalah dan membuat aplikasi penjualan berbasis elektronik (E-Commerce) guna membantu pemilik uasaha untuk melakukan manajemen pada sistem penjualan, guna mengatasi permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya. Penulis melakukan pendekatan dengan *menggunakan Content Management System* (CMS) untuk mengimplementasikan model E-Commerce, pendekatan Business Model Canvas untuk menganalisa model bisnis perusahaan, teknik *Search Engine Optimization* (SEO) On Page dan Off Page untuk pencarian kata kunci, teknik marketing dengan menggunakan strategi *Mix Marketing (Product, Price, Place and Promotion)*. Hasil akhir dari penelitian ini adalah prototype E-Commerce yang dapat membantu aktivitas penjualan dan promosi produk yang dijual oleh Toko Aliyah Amani Store.

Kata Kunci : E-Commerce, Produk Elektronik, Pakaian Muslim, *Content Management System*, *Search Engine Optimization*.

Abstract : *The Aliyah Amani Store is a type of entrepreneur engaged in the sale of Muslim clothing and electronic products located in the Kalideres area, West Jakarta. The current sales process still has some drawbacks, because basically it still focuses on sales through Whatsapp social media only. Shop owners experience problems in finding information on the stock availability of products sold and income information, because this information is only available manually and can be deleted at any time if it is not used for a long time. In addition, the Aliyah Amani Store has not been able to reach a wider share of the market sector, due to the limited promotional media used. Based on the conditions above, the authors conducted research to analyze the problem and create an electronic-based sales application (E-Commerce) to help business owners manage the sales system, in order to overcome the problems previously presented. The author takes an approach using the Content Management System (CMS) to implement the E-Commerce model, the Business Model Canvas approach*

to analyze the company's business model, On Page and Off Page Search Engine Optimization (SEO) techniques for keyword searches, marketing techniques using strategies Mix Marketing (Product, Price, Place and Promotion). The end result of this research is an E-Commerce prototype that can help sales activities and promotion of products sold by the Aliyah Amani Store.

Keywords : *E-Commerce, Electronic Products, Muslim Clothing, Content Management System, Search Engine Optimization.*

PENDAHULUAN

E-Commerce merupakan sebuah sistem transaksi perdagangan dalam bentuk pertukaran barang atau jasa, yang terjadi antara satu atau beberapa pihak terkait dalam memenuhi kebutuhan sehari – hari yang secara teknis sudah terdigitalisasi (Riswandi, 2019). Memberikan keamanan dan kemudahan dalam proses transaksi, dampak keuntungan ini dapat dirasakan diantaranya dimulai dari penghematan biaya (*cost*) promosi sampai kepada peningkatan kecepatan bertransaksi (Ikhsan & Hasan, 2020). Toko Aliyah Amani Store merupakan sebuah toko dengan jangkauan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang menjual berbagai kebutuhan pakaian muslim dan produk teknologi informasi, berlokasi di daerah Kalideres Jakarta Barat. Toko tersebut masih memiliki kekurangan dan kendala pada proses bisnis berjalannya saat ini hanya mengandalkan penggunaan aplikasi sosial media *Whatsapp* Bisnis. Pemilik toko mengalami kesulitan mengatur informasi ketersediaan produk dan informasi detail produk untuk pelanggan karena sistem yang belum terintegrasi, selain itu pemilik toko Aliyah Amani Store masih belum mampu menjangkau ranah ekspansi pasar yang lebih luas, karena keterbatasan media promosi yang digunakan serta media interaksi untuk layanan pelanggan yang masih kurang terintegrasi. Adapun penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik peneliti ini, antara lain : penelitian ke-1 (Suwarni et al., 2022)

Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan produk akhir dari penelitian tersebut adalah penerapan *Sistem Prototype* Pemasaran berbasis *E-Commerce*. Penelitian ke-2 (Tyas & Putra, 2020) metode yang digunakan adalah metode *Extreme Programming*. Produk akhir berupa *prototype* aplikasi penjualan dengan sistem *E-Commerce* berbasis *web*. Penelitian ke-3 (Irawan & Wicaksono, 2022) menggunakan metode *Object-Oriented*. Produk akhir penelitian sebuah sistem *E-Commerce* menggunakan *CMS Wordpress*. Penelitian ke-4 (Windane & Lathifah, 2021) Metodologi penelitian menggunakan *XP-Programming*, dengan oenggunaan bahasa pemrograman Android dan pengujian sistem *E-Commerce* menggunakan pendekatan ISO 25010. Produk akhir penelitian berupa *prototype sistem E-Commerce* berbasis Android. Penelitian ke-5 (Fenando, 2020) menggunakan Metode *Prototype Black Box Testing*, dengan Produk akhir penelitian adalah sistem *E-Commerce* berbasis web yang diimplemntasikan pada pemasaran produk. Penelitian ke-6 (Saharna & Rukun, 2019) Metode pengembangannya adalah pendekatan berorientasi objek dengan visualisasi diagram UML. Produk akhir penelitian adalah penerapan sistem *Website E-Commerce* yang memberikan kemudahan dalam media promosi bagi pelaku usaha. Penelitian ini harus bisa menjawab pertanyaan “ Bagaimana solusi membangun aplikasi *Website E-*

Commerce untuk membantu aktivitas penjualan pada toko Aliyah Amani Store ” ?.

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Konsep Dasar Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan gabungan dari berbagai komponen teknologi informasi yang saling bekerjasama dan menghasilkan suatu informasi guna untuk memperoleh satu jalur komunikasi dalam suatu organisasi atau kelompok (Maydianto & Ridho, 2021).

Analisa Berorientasi Objek

berorientasi obyek atau dikenal dengan object-oriented merupakan trend baru dalam rekayasa perangkat lunak, dimana sistem dipandang sebagai kumpulan-kumpulan obyek yang saling berinteraksi. Kumpulan obyek-obyek yang saling bekerjasama ini diatur oleh perilaku (Anardani, 2019).

Konsep Dasar Implementasi Sistem

implementasi sistem adalah langkah-langkah atau prosedur-prosedur yang dilakukan dalam menyelesaikan desain sistem yang telah disetujui, untuk menginstal, menguji dan memulai sistem baru atau sistem yang diperbaiki (Lestari & Santoso, 2022).

Pengertian Strategi Marketing

strategi pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi (Hariyanti & Wirapraja, 2018).

Search Engine Optimization

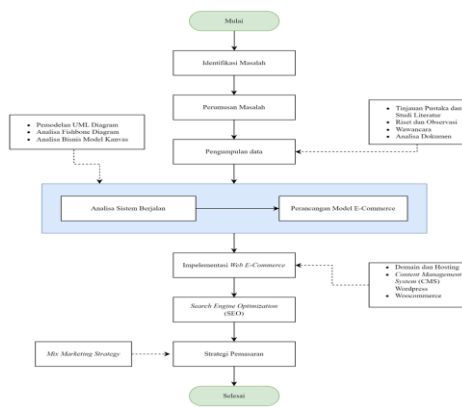
Merupakan kumpulan strategi untuk meningkatkan peringkat sebuah situs

dalam hasil pencarian oleh mesin pencari ketika pengguna internet mencari sebuah kata kunci atau frase di internet (Widiyanto & Hayaty, 2019).

METODE

Pada tahap **identifikasi masalah**, peneliti melakukan identifikasi dan mendefinisikan kebutuhan bisnis yang terjadi pada toko Aliyah Amani Store. Hasil dari proses tersebut adalah daftar masalah penelitian. Pada tahap **perumusan masalah**, peneliti Menyusun rumusan masalah dan menentukan solusi kebutuhan fitur bisnis yang sudah diketahui. Output dari tahapan ini adalah daftar pertanyaan yang harus dijawab dalam penelitian. Selanjutnya di bagian **studi literatur**, peneliti mencari dan mempelajari berbagai referensi dari jurnal ilmiah atau prosiding seminar, hingga mencari dari artikel dan buku yang memiliki pembahasan yang sesuai terkait topik yang diambil. Keluaran dari tahapan ini adalah kajian studi literatur. Pada tahap pengumpulan data, peneliti melakukan analisa dan **pengumpulan data** terkait dokumen - dokumen yang berhubungan dengan topik pembahasan pada Toko Aliyah Amani Store. Untuk mengumpulkan informasi dan data tersebut, peneliti menggunakan teknik : wawancara dan observasi kepada pemilik Toko Aliyah Amani Store terkait proses aktivitas penjualan yang berjalan saat ini dan melakukan analisis dokumen bisnis yang digunakan. Pada tahap **analisis sistem berjalan**, peneliti melakukan analisis kekurangan dari aktivitas bisnis menggunakan tools *Unified Modelling Language* (UML), melakukan analisis masalah, penyebab dan akibat yang terjadi pada toko Aliyah Amani Store menggunakan *Fishbone Diagram*. Kemudian, peneliti melakukan identifikasi kebutuhan bisnis menggunakan pendekatan Business Model Canvas. Pada

tahap perancangan sistem, peneliti melakukan perancangan user interface menggunakan tools Balsamiq Mockup. Pada tahap **implementasi model Web E-Commerce**, peneliti melakukan penyewaan domain dan hosting, serta instalasi tools Content Management System (CMS) Wordpress dikombinasikan dengan plug-in toko online Woocommerce. Kemudian peneliti melakukan analisis Teknik dan optimalisasi kata kunci dengan **Search Engine Optimization (SEO)** secara *On-Page* dan *Off-Page* dikolaborasikan dengan optimasi google serach console dan indexing page, serta melakukan analisis strategi marketing menggunakan metode **strategi pemasaran (Marketing Mix)**.



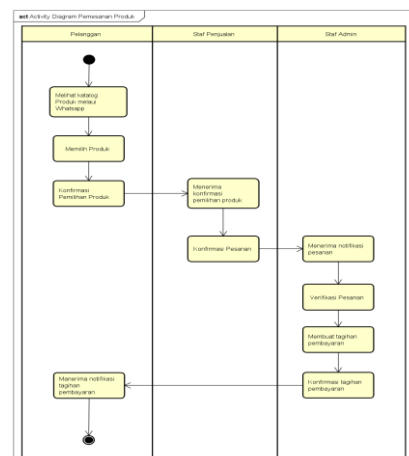
Gambar 1. Metode Penelitian

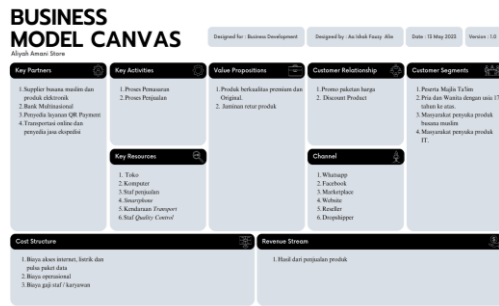
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Sistem Berjalan

Analisis sistem berjalan pada penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan , yaitu analisis proses bisnis, analisis masalah, analisis Business Model Canvas dan identifikasi kebutuhan sistem usulan. Untuk memodelkan sistem usulan, peneliti menggunakan tools *Unified Modelling Language (UML)*. UML Diagram Merupakan bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan diagram dan teks - teks pendukung (Syarif

& Nugraha, 2020). Aktivitas bisnis dan sistem berjalan pada toko Aliyah Amani Store dipaparkan sebagai berikut : pelanggan melihat katalog produk dari status story aplikasi Whatsapp penjual / toko, kemudian pelanggan memilih dan melakukan konfirmasi pemesanan produk kepada staf penjualan. Staf penjualan menerima dan meneruskan konfirmasi pesanan kepada staf admin, kemudian staf admin akan melakukan verifikasi pesanan, yang selanjutnya dibuatkan tagihan pembayaran kepada pelanggan. Pelanggan menerima notifikasi tagihan pembayaran dan melakukan transfer pembayaran ke rekening toko serta mengirimkan bukti pembayaran kepada staf penjualan, kemudian staf penjualan mengirimkan bukti pembayaran yang diterima dari pelanggan, selanjutnya dilakukan konfirmasi pembayaran kepada admin. Setelah itu staf admin memverifikasi pembayaran dan memberikan notifikasi pembayaran kepada pelanggan.





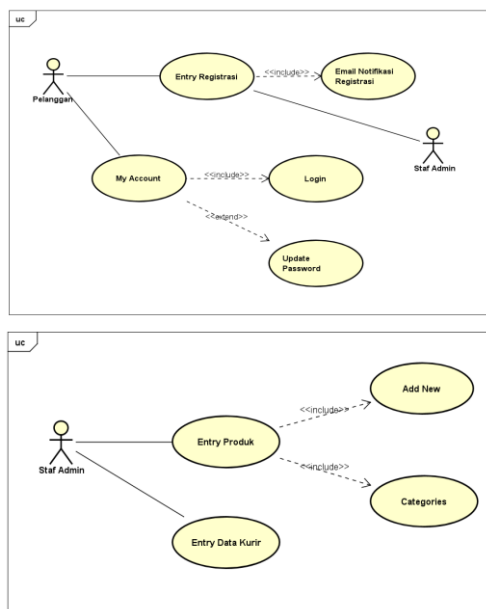
Gambar 4. Analisis Business Model Canvas

Perancangan Sistem Usulan

Use case menggambarkan interaksi antara pengguna sistem dengan sistem yang dirancang, serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan sistem tersebut. Use Case Diagram menggambarkan aktor dan relasinya sebagai urutan langkah yang memberikan umpan balik ke aktor (Putra et al., 2021). Penulis merancang model sistem usulan menggunakan UML Use Case Diagram yang dijelaskan sebagai berikut :

Use case diagram master

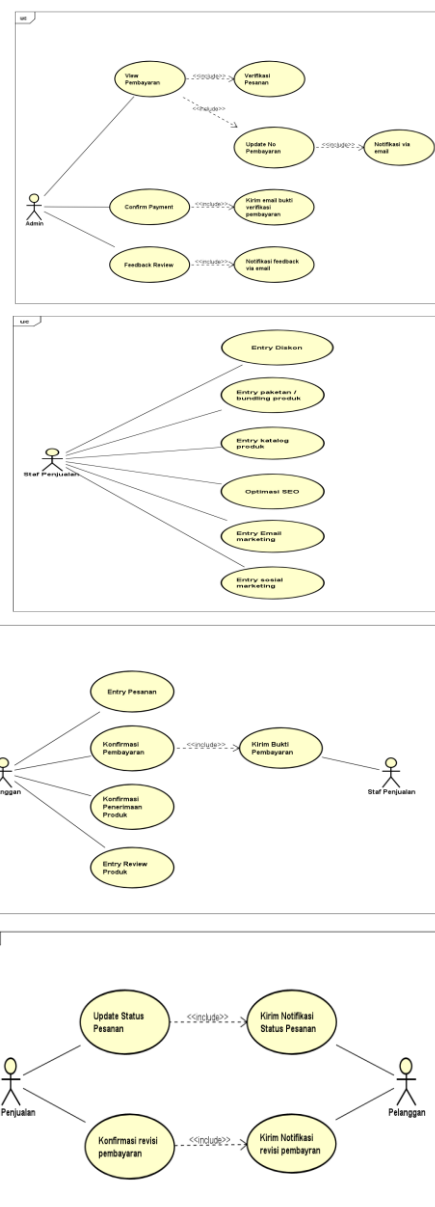
Use case diagram master terdiri atas : entry registrasi, my account, entry produk dan entry data kurir.



Gambar 5. Use Case Diagram Master

Use Case Diagram Transaksi

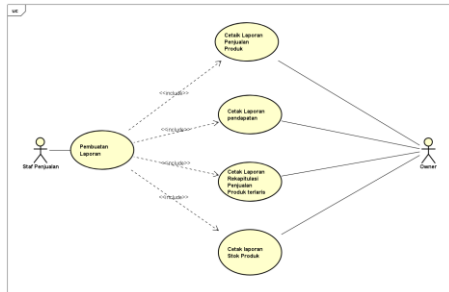
Use case diagram transaksi terdiri atas: View pembayaran, confirm payment, feedback review, entry diskon, entry paketan / bundling produk, entry katalog produk, optimasi SEO, entry email marketing, entry social marketing, entry pesanan, konfirmasi pembayaran, konfirmasi penerimaan produk, entry review produk, update status pesanan, konfirmasi revisi pembayaran.



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi

Use Case Diagram Laporan

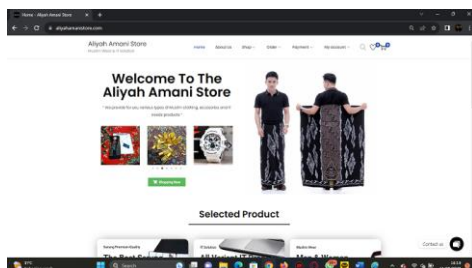
Use case diagram laporan terdiri atas : pembuatan laporan, cetak laporan penjualan produk, cetak laporan pendapatan, cetak laporan rekapitulasi penjualan produk terlaris, cetak laporan stok produk.



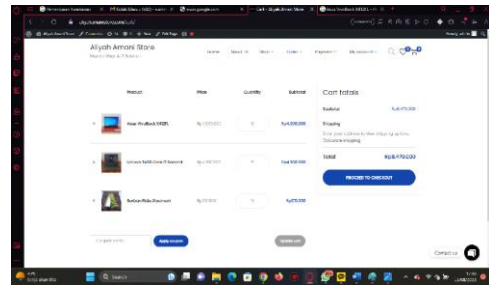
Gambar 7. Use Case Diagram Laporan

Implementasi Sistem Website E Commerce

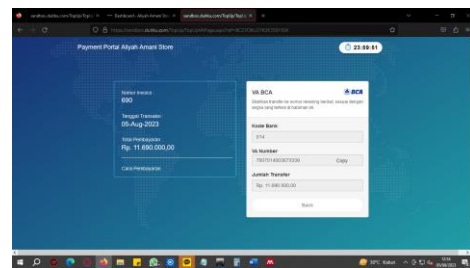
Implementasi program atau sistem bukan hanya memasukkan komponen yang ada ke dalam software atau sistem, melainkan termasuk mengatur sinkronisasi dan kompatibilitas program dengan rancangan yang telah dibuat (Lestari & Santoso, 2022). Pengembangan sistem sebagai usulan pada penelitian ini menggunakan Content Management System (CMS) Wordpress. CMS adalah sebuah sistem yang memudahkan user untuk create, manage, dan modify isi sebuah sistem tanpa perlu dibekali kemampuan secara teknis dalam membuat sistem tersebut. CMS pada umumnya memiliki 2 tampilan yaitu tampilan admin dan user (Apriyatin et al., 2020).



Gambar 8. Halaman Utama Website E-Commerce

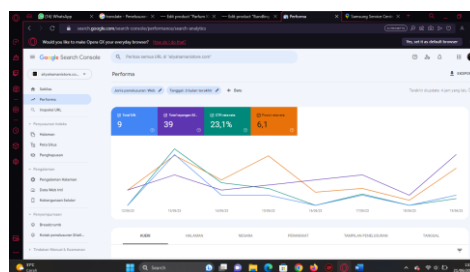


Gambar 9. Halaman Shopping Cart



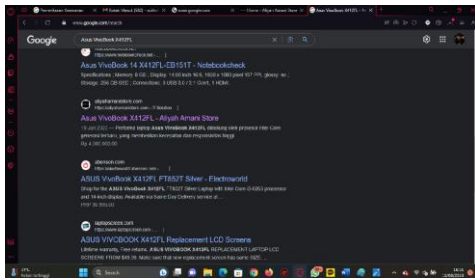
Gambar 10. Halaman Direct Payment Gateway

Pada penelitian ini digunakan teknik *Search Engine Optimization (SEO) On-Page* dan *Off-Page*. Berikut hasil optimasi performa pencarian website pada alamat URL <https://aliyahamanistore.com> selama 1 (satu) minggu sejak 12 Juni 2023 hingga 19 Juni 2023 yang diperoleh data sebagai berikut : total click sebanyak 9 penunjang, total empressions 39 orang, Average CTR = 23,1% dan Average Position = 6,1.

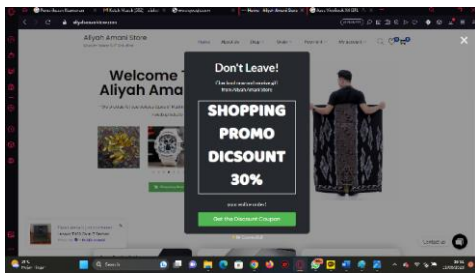


Gambar 11. Hasil Pengujian Google Search Console Website E-Commerce

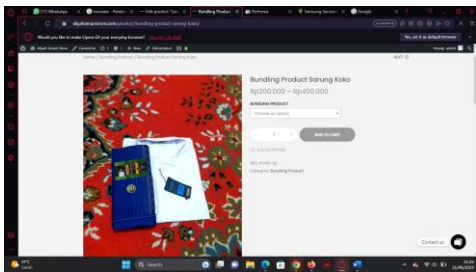
Implementasi Optimalisasi Index, Pencarian Kata Kunci dan Promosi Pemasaran



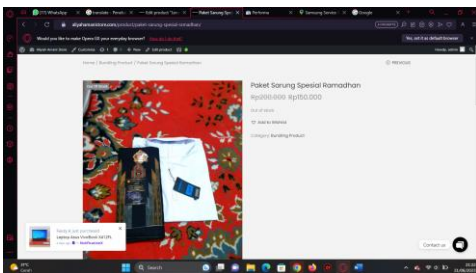
Gambar 12. Hasil Optimaslisai Index dan Pencarian Kata Kunci



Gambar 13. Implementasi Fitur Kupon



Gambar 14. Implementasi Fitur Bundling Produk



Gambar 15. Implemntasi Fitur Potongan Harga

KESIMPULAN

Pengembangan modul katalog dan optimalisasi index dan pencarian kata kunci menggunakan teknik *On-Page SEO* dan *Off-Page SEO* membuat website lebih mudah ditemukan di mesin pencari *Google* dan membantu pelanggan dalam mencari informasi detail produk yang diinginkan. Kemudian penerapan strategi pemasaran

Mix Marketing (*Product, Price, Promotion* dan *Place*) terbukti memperluas jangkauan ekspansi area pemasaran, pembuatan laporan rekapitulasi penjualan produk (*sales order report*) dan laporan pendapatan (*revenue report*) membantu staf penjualan dalam mengetahui informasi penjualan produk dan informasi pendapatan pada periode tertentu secara akurat. Pembuatan modul cetak laporan stok produk (*Stock Report*) membantu staf penjualan dalam mencari dan menemukan informasi ketersediaan produk secara *up to date*. Pembuatan fitur layanan *direct payemnet gateway, refund* dan *return* produk terbukti memberikan efektifitas, kenyamanan bagi pelanggan dalam berbelanja dan meningkatkan kredibilitas toko terhadap kepercayaan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anardani, S. (2019). *Perancangan Sistem Berorientasi Objek Dengan Pemodelan Uml* (1st ed.). UNIPMA Press.
- [2] Apriyatin, I. R., Pradita, L., & Dewanto, F. M. (2020). E-Commerce Berbasis Website Menggunakan CMS Prestashop Untuk Ishop Di Kota Tegal. *Science And Engineering National Seminar 5 (SENS 5)*, 5(1), 568–574.
- [3] Fenando, F. (2020). Implementasi E-Commerce Berbasis Web pada Toko Denia Donuts Menggunakan Metode Prototype. *JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi)*, 6(2), 66–77. <https://doi.org/10.19109/jusifo.v6i2.6532>
- [4] Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- [5] Ikhsan, M., & Hasan, M. (2020). Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan

- Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.26858/je3s.v1i1.18112>
- [6] Irawan, H., & Wicaksono, M. N. I. (2022). Merancang Bangun Web E-Commerce Menggunakan Wordpress Studi Kasus Toko Arleuis. *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, 5(1), 9–18. <https://doi.org/10.36080/idealis.v5i1.2882>
- [7] Lestari, S., & Santoso, A. B. (2022). Implementasi Sistem Informasi E-Service Kendaraan Mobil Pada Pt Mimosa Abadi (Mazda Lampung) Berbasis Client Server. 2(1), 1–13.
- [8] Maydianto, & Ridho, M. R. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Point of Sale Dengan Framework Codeigniter Pada Cv Powershop. *Jurnal Comasie*, 02, 50–59.
- [9] Putra, Y. I., Sefriani, R., Ridoh, A., Pilitan, R. B., & Kurniawan, A. (2021). Penggunaan Rad Model Dalam Perancangan Sistem Informasi Penerimaan Mahasiswa Baru Stkip Muhammadiyah Muara Bungo. *Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Teknologi Informasi (JIPTI)*, 2(2), 52–60. <https://doi.org/10.52060/pti.v2i02.612>
- [10] Riswandi. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.
- [11] Saharna, N., & Rukun, K. (2019). Perancangan Sistem E-Commerce Berbasis Web Pada Toko Indah Surya Furniture. *Voteteknika (Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika)*, 7(1), 38. <https://doi.org/10.24036/voteteknika.v7i1.103641>
- [12] Suwarni, E., Astuti Handayani, M., Fernando, Y., Eko Saputra, F., Fitri, F., & Candra, A. (2022). Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 187–192. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.570>
- [13] Syarif, M., & Nugraha, W. (2020). Pemodelan Diagram Uml Sistem Pembayaran Tunai Pada Transaksi E-Commerce. *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTik)*, 4(1), 64–70. <http://jurnal.kaputama.ac.id/index.php/JTik/article/view/240>
- [14] Tyas, A., & Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 17–24. <https://doi.org/10.33365/jatika.v1i1.145>
- [15] Warnaningtyas, H. (2020). *EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif dan Bisnis; E-ISSN: 2580-0043 Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun*. 9(79), 52–65. <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- [16] Widiyanto, B., & Hayaty, M. (2019). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Search Engine Optimazion Pada Burgeon Indonesia. *INFOS Journal*, 1(2), 7–12.
- [17] Windane, W. W., & Lathifah, L. (2021). E-Commerce Toko Fisago.Co Berbasis Android. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(3), 285–303. <https://doi.org/10.33365/jatika.v2i3.1139>