



Penerapan CMS untuk Website E-Commerce pada Chaca Collections

Sulistiya Raden Sukma Atmaja¹, Grace Gata²

^{1,2}Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia
rdnskm@gmail.com¹, grace.gata@budiluhur.ac.id²

Abstract

Chaca Collections is a shop that sells women's clothing items. There are various kinds of clothing, such as robes, headscarves. Located on Jl. Kp. Kandang Duren Seribu No. 52, Duren Seribu Village, Bojongsari District, Depok City, West Java 16518. The sales process used at the Chaca Collections Store still uses a manual system, including shopping still comes directly to the store. The problems that exist at the Chaca Collections Store today are product marketing that is not optimal, there are limitations in time and place in product sales, and also there is no good documentation of sales reports. The development of the E-Commerce System at the Chaca Collections Store uses several stages of data collection methods including: Observation method, Interview method, and Document Analysis. Based on the business processes running in the store that the authors do in data collection, the authors design a business process system proposal in the form of an E-Commerce-based System Implementation. The author uses a CMS with a MySQL database. With this E-Commerce system, it is hoped that it can assist in marketing the latest products and can increase sales results, because with the E-Commerce system buyers can make transactions anywhere and anytime as long as Internet access is available.

Keywords: E-Commerce System Implementation, CMS, Clothing, Chaca Collections Store, Website.

Abstrak

Chaca Collections adalah toko yang menjual produk pakaian wanita. Tersedia berbagai macam pakaian seperti, gamis, kerudung. Bertempat pada Jl. Kp. Kandang Duren Seribu No. 52, Kelurahan Duren Seribu, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat 16518. Proses penjualan yang digunakan di Toko Chaca Collections masih menggunakan sistem manual diantaranya berbelanja masih datang secara langsung ke toko. Permasalahan yang ada di Toko Chaca Collections saat ini adalah pemasaran produk yang kurang optimal, adanya keterbatasan pada waktu dan juga tempat dalam penjualan produk, dan juga laporan penjualan belum adanya dokumentasi dengan baik. Pengembangan Sistem E-Commerce di Toko Chaca Collections menggunakan beberapa metode tahapan pengumpulan data diantaranya: metode Observasi, metode Wawancara, dan Analisa Dokumen. Berdasarkan proses bisnis berjalan di Toko yang penulis lakukan dalam pengumpulan data, penulis merancang proses bisnis sistem usulan berupa Implementasi Sistem berbasis E-Commerce. Penulis menggunakan CMS dengan database MySQL. Dengan sistem E-Commerce ini diharapkan dapat membantu dalam memasarkan produk terbaru serta dapat meningkatkan hasil penjualan, karena dengan adanya sistem E-Commerce pembeli dapat melakukan pembelian selama ada internet.

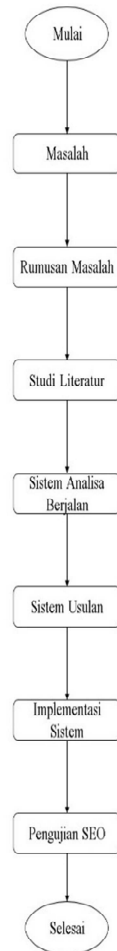
Kata kunci: Implementasi Sistem E-Commerce, CMS, Pakaian, Toko Chaca Collections, Website.

1. Pendahuluan

Chaca Collections merupakan toko pakaian yang menjual berbagai macam pakaian, seperti gamis, kerudung, dan lain sebagainya. Didirikan oleh Ika Fitriah pada 2012 yang bertempat di Jl. Kp. Kandang Duren Seribu No.52, Kelurahan Duren Seribu, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat 16518. Dengan jumlah karyawan saat ini adalah 7 orang. Saat ini penjualan dilakukan secara langsung. Hingga saat ini Chaca Collections mengalami penurunan daya jualnya. Tentu ini tidak bagus untuk kelangsungan bisnis dalam bidang pakaian. Diketahui penyebab terjadinya penurunan penjualan pada Chaca Collections dikarenakan cakupan pembeli ditambah ditambah jam buka toko yang kurang fleksibel dengan hanya buka pada pagi hari dan tutup pada sore hari, memungkinkan

pembeli yang ingin membeli pada saat malam hari tidak dapat melakukan pembelian.

Dengan itu Chaca Collections membutuhkan Website untuk membuat cakupan pembelinya semakin meluas, tanpa harus membuat cabang di tempat lain, yang di mana website merupakan media komunikasi yang berisi berupa teks, suara, gambar, atau video yang dapat di akses secara publik[1]. Dengan adanya website Chaca Collections harapannya memudahkan pembeli dalam membeli ataupun memesan dari rumah. Dan dengan adanya Website pembeli dapat melakukan pemesanan juga pada malam hari.



Gambar 1. Langkah – langkah penelitian

E-Commerce adalah bagian penting dalam perkembangan teknologi dalam dunia internet. E-Commerce merupakan teknologi informasi yang biasa digunakan untuk perdagangan[2]. Pemakaian sistem E-Commerce merupakan suatu cara berbelanja atau berjualan secara online atau direct selling yang menggunakan internet. E-Commerce akan memangkas biaya – biaya operasional dalam kegiatan perdagangan.

Layanan online menyediakan banyak kemudahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan cara layanan konvensional. Biasanya informasi tentang barang tersedia secara lengkap, ketika tidak membeli secara online, bisa mendapatkan informasi penting dan akurat untuk menentukan suatu produk atau jasa yang diinginkan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dirancang, dibuat, diimplementasikan sistem E-Commerce dengan menggunakan CMS dan MySQL sebagai database nya.

2. Metode Penelitian

2.1. Metode Pengumpulan Data

Metodologi ini dibutuhkan data - data untuk keperluan penelitian. Berikut metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Studi Pustaka

Penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan sumber kepustakaan, baik sekunder maupun primer. Penelitian ini menjalankan klasifikasi data berdasarkan formula penelitian[3]. data – data yang diambil untuk dijadikan referensi dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya: yang berhubungan dengan *E-Commerce*, Konsep penjualan online, tools – tools yang digunakan, diantaranya: *BMC*, *CMS*, *MySQL* dan lain sebagainya.

b. Studi Lapangan

Dengan melakukan penelitian langsung ke objek yang diteliti[4], yaitu untuk memperoleh beberapa informasi untuk beberapa hal yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dibuat.

c. Observasi

Teknik observasi merupakan metode yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif[5]. Observasi dijalankan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan untuk perancangan dan pengembangan sistem, beberapa data yang dibutuhkan diantaranya, daftar harga produk, bukti pembayaran, dan foto produk.

d. Wawancara

Pada metode ini dilakukan wawancara secara langsung kepada pelaku yang terkait, untuk mendapatkan informasi ataupun data yang diperlukan untuk perancangan sistem yang sedang dirancang[6].

2.2. Langkah – Langkah Penelitian

Gambar 1 menunjukkan langkah penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam memberikan solusi dari permasalahan yang ada, Dibawah ini penjelasan mengenai langkah – langkah penelitian diatas:

a. Masalah

Melakukan observasi serta wawancara mengenai proses bisnis yang berjalan pada *Chaca Collections* untuk mengetahui gambaran dari proses bisnis yang terjadi.

b. Rumusan Masalah

Merangkum setiap masalah yang ada di *Chaca Collections* dan memberi gambaran proses bisnis yang sudah berjalan.

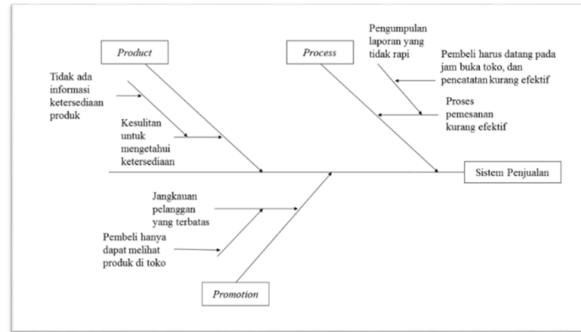
c. Studi Literatur

Studi literatur dijalankan untuk mendapatkan teori tentang penjualan barang serta teori umum yang berhubungan dengan rumusan permasalahan[7]. Metode yang dijalankan peneliti yaitu dengan membaca beberapa referensi dari jurnal maupun penelitian yang telah dipublikasikan.

d. Analisis Sistem Berjalan

Untuk menganalisa sistem berjalan peneliti menggunakan beberapa pendekatan sebagai berikut: *Business Model Canvas (BMC)*, merupakan suatu model strategi bisnis yang menggunakan 9 blok[8]. Pendekatan ini di gunakan oleh penulis untuk mengetahui mengenai bagian – bagian komponen dalam proses bisnis pada *Chaca Collections*, serta hal – hal pendukung lainnya dalam proses bisnis yang sudah berjalan. *Activity Diagram*, digunakan oleh penulis untuk memberikan gambaran bentuk visual dari alur kerja yang berisi aktivitas dan tindakan dari proses bisnis yang akan dibuatkan[9]. Sebagai acuan juga sebagai perbandingan dari proses bisnis yang sudah berjalan dengan proses bisnis yang akan diusulkan.

mencari pakaian dan juga orang yang berada disekitar toko (Gambar 3).



Gambar 2. Fishbone Diagram

Analisis Dokumen, digunakan untuk menganalisis dokumen apa saja yang di gunakan pada proses bisnis yang sudah berjalan pada *Chaca Collections*. Penyesuaian Sistem Usulan, dilakukan untuk memberikan gambaran proses bisnis yang akan di kembangkan pada *Chaca Collections*, penyesuaian sistem usulan ini di gambarkan dengan *activity diagram* dan memodelkan data menggunakan *class diagram*. Implementasi Sistem, peneliti mengimplementasikan model sistem usulan menggunakan *CMS* dengan database *MySQL*.

SEO Testing, sebuah cara/teknik untuk mengoptimasi kata kunci supaya relevan yang berdampak terhadap meningkatnya jumlah pengunjung dari *E-commerce* kita. Dengan metode *SEO*, maka mempermudah pemilik *website* untuk melakukan optimasi. Hasil optimasi *SEO* adalah *website* akan mendapatkan halaman teratas di *search engine*[10]. Cara kerja atau teknik *SEO* yang paling sering di lakukan yaitu *White Hat SEO*, yaitu terbagi menjadi dua teknik yaitu : *Onpage SEO*, maksud nya adalah sebuah Teknik Optimasi *SEO* yang dilakukan secara langsung dari *Website*, dimulai dari mengatur *Domain*, *Template* dan lainnya. *OffPage SEO*, maksud nya adalah sebuah Teknik Optimasi yang dilakukan dari luar *Website*, contoh simple nya seperti mempromosikan situs *Website* anda ke media Sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook*.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Analisa Masalah

Pada proses pembuatan sistem tentunya tidak terlepas dari sebab akibat suatu masalah dan untuk mengetahui masalah tersebut terdapat beberapa cara, salah satunya adalah menggunakan *Fishbone Diagram* (Gambar 1) [11].

3.2 Business Model Canvas

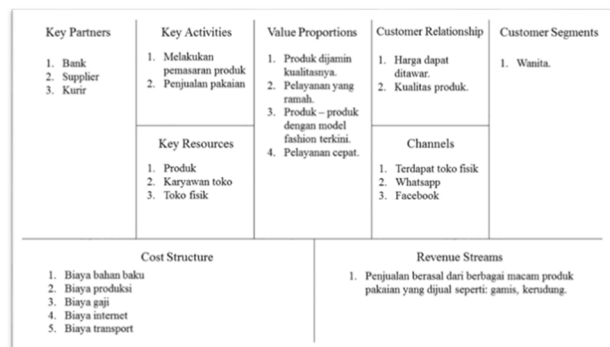
a. Customer Segments

Segmentasi pelanggan *Chaca Collections* mengarah pada orang – orang khususnya wanita yang sedang

Berdasarkan Gambar 2, maka peneliti memberikan solusi yang ditawarkan untuk kebutuhan sistem yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Solusi Kebutuhan sistem

Kategori Masalah	Pernyataan Masalah	Penyebab	Solusi Kebutuhan Sistem
- Product (Produk)	- Kesulitan untuk mengetahui informasi ketersediaan produk.	- Tidak ada informasi ketersediaan produk.	- Sistem <i>E-Commerce</i> harus bisa menyediakan informasi ketersediaan jumlah produk.
- Process (Proses)	- Proses pemesanan produk kurang efektif.	- Pembeli harus datang pada saat jam toko buka.	- Sistem <i>E-Commerce</i> harus bisa menyediakan pemesanan 24 jam.
- Process (Proses)	- Proses pengumpulan laporan yang tidak rapi.	- Proses pencatatan kurang efektif.	- Sistem <i>E-Commerce</i> harus bisa menyediakan laporan penjualan.
- Promotion (Promosi)	- Jangkauan pelanggan yang terbatas.	- Pembeli harus datang langsung ke toko fisik.	- Sistem <i>E-Commerce</i> harus bisa menyediakan menampilkan produk secara online.



Gambar 3. Business Model Canvas

b. Value Propositions

Nilai yang ditawarkan *Chaca Collections* kepada calon konsumen diantaranya: Produk yang berkualitas, yang ditekankan pada ini dengan harapan konsumen melakukan *repeat order*. Pelayanan yang ramah, merupakan kewajiban yang harus dilakukan agar konsumen tidak merasa kecewa. Produk – produk yang ditawarkan merupakan model – model terkini yang diharapkan dapat menarik minat pembeli.

c. *Customer Relationships*

Chaca Collections selalu menjaga baik hubungan dengan pembeli pada saat membeli, dan juga jika ada yang ingin ditanyakan seputar produk. Tujuannya adalah mendapatkan kesan positif kepada seluruh pembeli agar ketika keluarga, teman, dan orang dilingkungannya pembeli akan merekomendasikan produk pakaian dari *Chaca Collections*.

d. *Revenue Streams*

Pendapatan pada *Chaca Collections* berasal dari pihak yang bekerjasama secara langsung dengan *Chaca Collections*. Sumber dana dari pihak ke dua berasal dari kerjasama dengan pembeli, yang di mana dana didapat dari pembayaran pembeli.

e. *Key Resources*

Tabel 2. Key Resources (BMC)

No	Item	Deskripsi
1	Produk	Berbagai macam produk yang dijual di <i>Chaca Collections</i> merupakan daya tarik tersendiri dari toko ini.
2	SDM	Merekrut karyawan yang tepat.
3	Toko Fisik	Toko fisik masih jadi yang utama untuk menjual setiap produk yang tersedia.

f. *Key Activities*

Dalam hal ini *Chaca Collections* melakukan penjualan pada toko offline dan juga melakukan pengunggahan foto – foto produk pakaian secara berkala untuk pengenalan di dalam industri fashion di daerah Depok dan sekitarnya. Sementara sewaktu ada ketertarikan oleh calon konsumen terhadap apa yang dicoba diinformasikan dari *Chaca Collections* hal selanjutnya adalah meyakinkan calon konsumen agar membeli produk pakaian yang tersedia. *Chaca Collections* menjadikan toko fisik sebagai tempat dimana pembeli dapat melihat setiap produk yang tersedia, untuk itu setiap produk yang tersedia dipastikan menarik pembeli yang datang ke toko fisik.

g. *Key Partners*

Menjalin kerjasama yang harmonis dengan seluruh supplier dan juga konveksi dalam bentuk komunikasi yang baik, dan melakukan pembayaran dengan benar kepada seluruh supplier dan juga konveksi.

h. *Channels*

Chaca Collections memberikan setiap informasi seputar produk yang dibutuhkan pada setiap sosial media yang dimiliki, lebih lanjut untuk memperkuat informasi seputar produk *Chaca Collections* tidak lupa untuk melakukan interaksi kepada calon konsumen melalui media sosial agar konsumen mendapat apa yang dibutuhkan sebelum membeli produk *Chaca Collections*.

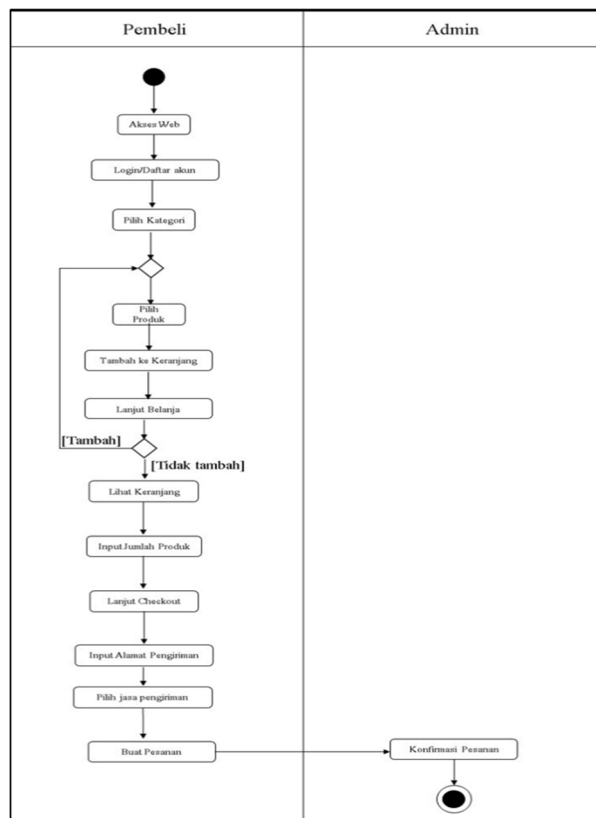
i. *Cost Structure*

Untuk mengoperasikan model bisnis ada tiga biaya yang harus dikeluarkan *Chaca Collections*, yaitu: Biaya operasional harian, biaya ini dikeluarkan setiap bulannya dengan jumlah yang tidak sama setiap bulannya (gaji, biaya listrik, internet, dan lain sebagainya). Struktur biaya merupakan omponen yang diperlukan guna menjalankan operasional.

3.3 Sistem Usulan

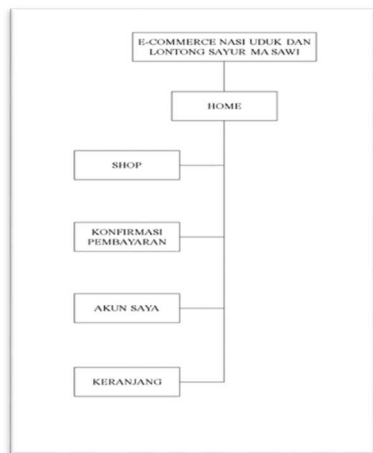
Berikut alternatif yang penulis coba berikan untuk pemecahan masalah dari sistem yang berjalan pada *Chaca Collections*, yaitu: *Activity Diagram* Proses Pemesanan Produk (Gambar 4).

Setiap calon pembeli yang ingin melakukan pembelian barang secara *online* pada *Chaca Collections* harus melakukan proses pendaftaran untuk memiliki akun. Barulah setelah itu pembeli dapat melakukan pembelian barang, dan jika pesanan sudah selesai maka pembeli harus melakukan buat pesanan barulah admin menerima konfirmasi pesanan dari pelanggan. Seperti yang ditampilkan pada *activity diagram* proses pembelian produk.



Gambar 4. Activity Diagram Proses Pemesanan Produk

Struktur Tampilan Menu Pembeli dapat dilihat dalam Gambar 5.



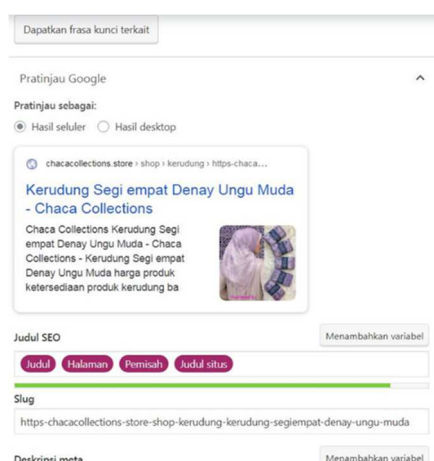
Gambar 5. Struktur Tampilan Menu Pembeli

Rancangan Layar Menu Utama dapat dilihat dalam Gambar 6.



Gambar 6. Rancangan Layar Menu Utama

Strategi SEO adalah strategi yang dilakukan di *website* untuk mengoptimasi *website* yang sudah dibuat akan dapat tampil di halaman pertama pada *search engine*, berikut ini adalah cara untuk melakukan SEO.



Gambar 7. Penerapan Yoast SEO

Pertama, install *Yoast SEO*, dan lakukan optimasi pada setiap halaman produk *website*. Dengan melakukan penentuan *keyphrase* atau kata kunci produk, *SEO title*, *Slug*, Deskripsi Meta. Dan pastikan bahwa kolom Judul *SEO* dan Deskripsi Meta berwarna hijau, agar *SEO* dapat lebih di optimasi.

4. Kesimpulan

Setelah mempelajari beberapa permasalahan yang dihadapi dan juga solusi pemecahan yang ditawarkan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut. Telah selesai dibuat *website* E-Commerce di Chaca Collections yang memiliki beberapa fasilitas seperti menu pendaftaran pelanggan, katalog produk, dan lain sebagainya. Dengan adanya sistem E-Commerce ini yang didalamnya terdapat fitur data barang untuk mempermudah toko Chaca Collections untuk menjual produk – produk terbaru. Sistem penjualan dengan metode E-Commerce ini menjadikan toko Chaca Collections dapat di akses dengan mudah oleh siapapun dan dimanapun dengan adanya jaringan internet.

Daftar Rujukan

- [1] Ridwan, A. P., "Analisis kualitas website smk negeri 2 sragen dengan metode *webqual 4.0* dan *importance performance analysis*", Jurnal Tekno Kompak, 2019.
- [2] Rizky, A., "Perancangan aplikasi E-Commerce pada toko lili dengan penerapan *waterfall*", Jurnal Sistem informasi dan ilmu komputer prima, 2021.
- [3] Wahyudin, D., "Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan", Digital Library UIN sunan gunung djati, 2020.
- [4] Sahay, A. S., Sylviana, F., and Trianto, W., "Sistem informasi simpan pinjam badan usaha milik desa sumber mulya kabupaten lamandau berbasis *website*", Jurnal Teknologi Informasi., vol. 13, no. 1, Januari 2019.
- [5] Ichsan, dan Arhamudin, A., "Metode pengumpulan data penelitian musik berbasis observasi auditif", Jurnal Pertunjukan dan pendidikan musik, vol. 2, no. 2, 2020.
- [6] Fenando, "Implementasi *e-commerce* berbasis *web* pada toko dunia donuts menggunakan metode *prototype*", Jurnal Sistem Informasi, Vol. 6, No.2, Desember 2020.
- [7] Melfianora, "Penulisan karya tulis ilmiah dengan studi literatur", *Open Science Framework*, 2019.
- [8] Azwar, A., Taher, M. J., dan Jusmawati, "Penerapan *Business Model Canvas* pada E-Commerce toko H5 jayapura", *Journal Scientific and Applied Informatics*, 2021.
- [9] Reza, M. F. dan Fenny, R. S., "Perancangan sistem informasi kepegawaian berbasis *website* di bagian kepegawaian sdn binakarya kabupaten garut", Jurnal SIMETRIS, vol. 8, no. 2, November 2017.
- [10] Sukri, S. dan Zulfikar, Z. "Mendapatkan peringkat terbaik *website* pada *search engine* dengan metode *SEO*", Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi, 2021.
- [11] Irsyad, M. M., Yudi, H., dan Abdul, R. "Analisis penyebab bottleneck pada aliran produksi *briquette charcoal* dengan Menggunakan Diagram fishbone di PT. Saraswati Coconut Product", JIREV, 2021.