

## PERANCANGAN E-COMMERCE PADA TOKO CAT BERKAH PADALARANG BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

Adithya Wisnu Prasetyo Putra<sup>1</sup>, Lis Suryadi<sup>2</sup>

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur  
Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260  
E-mail: 1612520088@student.budiluhur.ac.id<sup>1</sup>, lis.suryadi@budiluhur.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Toko Cat Berkah merupakan sebuah badan usaha perorangan yang bergerak pada bidang penjualan cat kiloan yang didirikan pada Juli 2020, berlokasi di Jl G. A. Manulang Kp Kicau, Padalarang, Kabupaten Bandung Barat. Pada operasional sehari-hari Toko Cat Berkah menggunakan buku arus kas, buku stok dan nota penjualan. Namun tidak jarang terjadi ketidaksesuaian antara catatan dengan stok. Pemilik toko juga sulit mengetahui nilai perkembangan toko karena tidak memiliki laporan rekapitulasi pendapatan. Ditambah lagi dengan adanya pandemi, mengharuskan pelanggan untuk menjaga jarak sehingga lama-kelamaan penjualan menurun. Dari masalah tersebut penulis menggunakan jenis penelitian evaluasi dengan melakukan wawancara dan observasi untuk mendapatkan data sebagai bahan untuk pembuatan salah satu solusi untuk kebutuhan operasional Toko Cat Berkah. Solusi yang diajukan berupa menerapkan sistem e-commerce untuk membantu operasional toko dengan metodologi pengembangan waterfall. Tujuan dari pembuatan sistem e-commerce diharapkan dapat membantu pemilik maupun pengelola untuk mempermudah operasional penjualan sehingga meminimalisir perbedaan ketersediaan stok sampai menyediakan laporan yang dapat digunakan dalam waktu yang akan datang. Juga diharapkan dapat menaikkan penjualan karena pelanggan dapat bertransaksi secara online. Dengan menerapkan sistem e-commerce diharapkan dapat membantu dari mulai proses penjualan hingga perkembangan toko kedepannya

**Kata Kunci:** e-commerce, Sistem Informasi, Toko Cat Berkah

### 1. PENDAHULUAN

Pada era digital, teknologi informasi merupakan salah satu komponen inti dari usaha atau bisnis yang berjalan. Teknologi informasi memudahkan berbagai aspek bisnis mulai dari promosi hingga penjualan. Usaha mikro yang baru merintis diuntungkan dengan adanya teknologi informasi dikarenakan mempunyai peluang dan jangkauan dengan jenis usaha yang sama namun sudah mulai terlebih dahulu. Toko Cat Berkah adalah salah satu usaha mikro yang baru merintis dikala pandemi. Toko Cat Berkah adalah tempat penulis melakukan riset yang juga merupakan usaha dagang yang didirikan pada Juli 2020 dan berlokasi di Jl G. A. Manulang Kp Kicau, Padalarang, Kabupaten Bandung Barat. Toko Cat Berkah merupakan usaha dagang keluarga dengan menjual produk cat dan perkakasnya. Produk dagang yang tersedia di Toko Cat Berkah adalah cat kiloan dengan merk dagang Topnas Paint karena Toko Cat Berkah adalah salah satu agen penjual merk dagang Topnas Paint. Dalam operasional sehari-hari Toko Cat Berkah menjalankan transaksi secara konvensional. Pengelola toko memiliki buku stok dan buku arus kas, namun tidak jarang terjadi ada ketidaksesuaian antara catatan dengan stok asli. Ajang promosi toko baru sebatas dari mulut ke mulut, sehingga belum banyak orang yang tahu tentang Toko Cat Berkah. Ditambah lagi kondisi pandemi Covid-19 mengharuskan pelanggan menjaga jarak dan semakin lama menyebabkan penurunan penjualan. Salah satu cara agar dapat menyelesaikan kendala yang dihadapi adalah memfasilitasi toko untuk bertransaksi jarak jauh atau yang biasa disebut *online*. *E-commerce* merupakan salah satu pengembangan dari teknologi informasi yang dapat mengakomodir transaksi secara *online*. Hal tersebut membuat pelanggan lebih efektif dan efisien dalam mengetahui info promosi ataupun ketersediaan produk hingga melakukan transaksi sehingga tidak perlu datang ke toko. Dengan adanya sistem *e-commerce* Toko Cat Berkah dapat mengetahui data produk yang masih tersedia bahkan dapat mengetahui perkembangan penjualan toko secara langsung. Maka dari itu membangun *e-commerce* merupakan salah satu solusi dari kendala-kendala yang dialami Toko Cat Berkah agar dapat bersaing dengan usaha sejenis yang sudah memulai dan juga tetap dapat meningkatkan penjualan bahkan dimasa pandemi maupun dimasa yang akan datang.

### 2. TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Informasi yaitu suatu sistem yang menyediakan informasi untuk manajemen dalam mengambil keputusan dan juga untuk menjalankan operasional perusahaan, dimana sistem tersebut merupakan kombinasi dari orang-orang, teknologi informasi dan prosedur-prosedur yang terorganisasi[1].

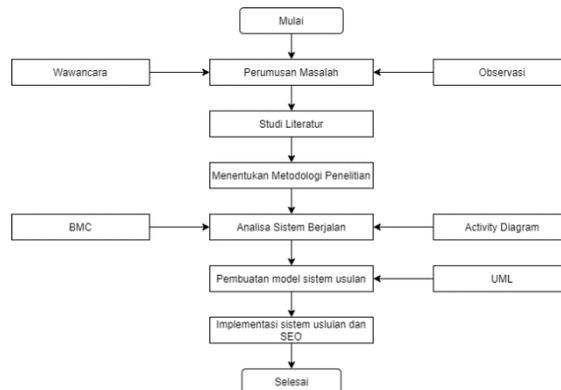
Menurut Harmayani et al.,(2020) mengemukakan bahwa manfaat menggunakan *e-commerce* ini adalah dapat mengurangi biaya barang dan jasa, dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sejauh menyangkut kecepatan untuk mendapatkan barang berkualitas terbaik dengan nilai terbaiknya[2].

Menurut Siregar et al.,(2020) dalam buku “Penerapan Bisnis Model *Canvas* Sentral UMKM” versi elektronik mengungkapkan bahwa Bisnis Model *Canvas*(BMC) adalah sebuah *tools* atau alat yang dirancang untuk membangun dan menggali sebuah ide bisnis[3].

Menurut Irwansyah dan Moniaga (2014) mengemukakan bahwa Content Management System(CMS) adalah sistem informasi yang merupakan gabungan dari *database-database*, *software-software* dan prosedur-prosedur yang mengatur dan memungkinkan akses kepada macam-macam *file* tipe dokumen dan *file* lainnya termasuk gambar dan *file* multimedia[4].

### 3. METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan jenis penelitian evaluasi untuk mengumpulkan data sebagai bahan penelitian. Dikarenakan sedang terjadi pandemic covid 19, maka jenis penelitian evaluasi ini dilakukan dengan 2 cara. Yang utama adalah terus menjalin kontak dengan pengelola tempat penelitian, lalu sebagai tindakan pendukung penulis juga datang ke tempat penelitian dengan memprioritaskan protokol kesehatan. Penelitian ini dilaksanakan pada Toko Cat Berkah yang berlokasi di Jl G. A. Manulang Kp Kicau, Padalarang, Kabupaten Bandung Barat. Langkah-langkah penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam memberikan solusi permasalahan secara berurut adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi pola model bisnis dilakukan dengan wawancara narasumber yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan mengenai sembilan unsur blok *Business Model Canvas*(BMC) yang merupakan salah satu sarana untuk mengerti pola usaha bisnis. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha mengenai *niche* atau *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *revenue stream*, *key partners*, *key activities*, *key resources* dan *cost structures*. Model bisnis Toko Cat Berkah dapat dipetakan seperti berikut ini:

The Business Model Canvas				
<b>Key Partner</b> - Kurir - Supplier Cat	<b>Key Activities</b> - Penjualan Cat - Penjualan Perkakas Cat - Promosi Toko - Restock Cat  <b>Key Resources</b> - Modal (Cat, Perkakas Cat) - Toko - Pengelola Toko - Komputer/Laptop	<b>Value Propositions</b> - Cat Topas bersifat water based - Terdapat lebih dari 50 warna - Tersedia perkakas untuk cat - Bisa request warna dengan ketertuan dan kesepakatan yang berlaku	<b>Customer Relationship</b> - Penjualan via online - Transaksi menggunakan kupon potongan harga	<b>Customer Segments</b> - Semua kalangan masyarakat khususnya kalangan menengah kebawah - Organisasi developer perumahan menengah kebawah sebagai mitra untuk cat
<b>Cost Structure</b> - Biaya sewa toko - Biaya listrik - Biaya internet - Biaya air - Biaya restock produk		<b>Revenue Stream</b> - Penjualan cat - Penjualan perkakas cat		

Gambar 2. Business Model Canvas

**Customer Segment**

Segmentasi pelanggan yang menjadi target pemilik usaha dalam pemasaran dan penjualan terdiri dari kalangan mulai dari menengah kebawah serta organisasi *developer* perumahan menengah kebawah sebagai mitra untuk bagian cat

**Value Proposition**

Keunikan dari usaha produk cat dengan merk dagang Topnas merupakan produknya bersifat *Water Based* dengan katalog lebih dari 50 warna. Juga tersedia media transaksi secara *online* di web tokocatberkah.com. Juga dapat *request* warna dengan syarat dan ketentuan kedua belah pihak.

**Channels**

Pemilik usaha mendapatkan produknya dengan cara bermitra dengan produsen cat untuk menyediakan produk, juga melakukan promosi dengan cara mendaftarkan ke Google My Business, Instagram juga mengimplementasikan *website e-commerce*.

**Customer Relationship**

Salah satu cara pemenuhan kriteria poin *customer relationship* ditempuh dengan dua poin yaitu mempermudah transaksi tanpa harus datang ke toko, penambahan fitur transaksi menggunakan kupon untuk pelanggan.

**Revenue Stream**

*Revenue Stream* Toko Cat Berkah dari penjualan cat juga perkakasnya.

**Key Partners**

*Key Partners* merupakan entitas selain pemilik toko yang berpengaruh terhadap operasional toko. Jasa Pengiriman(kurir) dan *Supplier* tentunya merupakan kunci terhadap operasional toko.

**Key Activity**

Aktivitas kunci yang dilakukan dalam menjalankan operasional toko adalah penjualan cat dan perkakas, *restock* cat dan perkakas dengan cara mendatangi *supplier*, dan juga melakukan promosi melalui kanal Instagram ataupun Google My Business untuk memperbesar omzet.

**Key Resources**

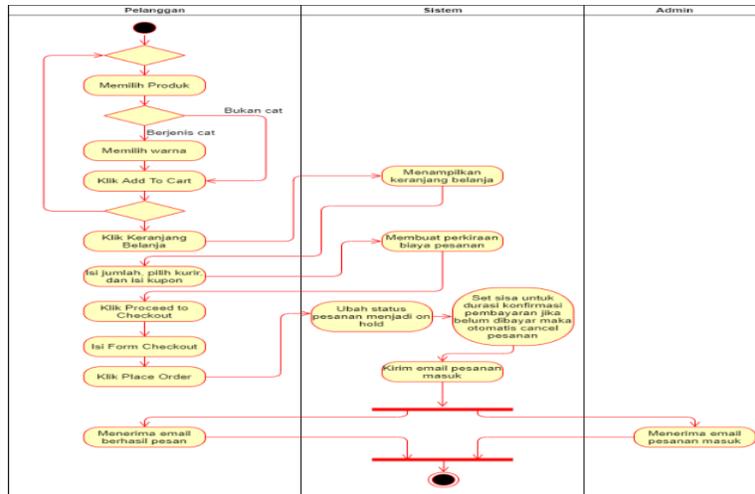
*Key Resources* yang dibutuhkan pada toko ini merupakan modal agar dapat memenuhi persediaan stok cat, pengelola toko, dan komputer/laptop beserta internet agar dapat melayani pelanggan yang bertransaksi secara *online*

**Cost Structures**

Biaya pengeluaran toko terdiri dari biaya sewa toko, biaya internet, biaya listrik dan air, dan juga biaya untuk membeli stok produk karena toko bersifat *reseller*. Tidak terdapat biaya untuk karyawan karena pengelola toko merupakan anggota keluarga sendiri.

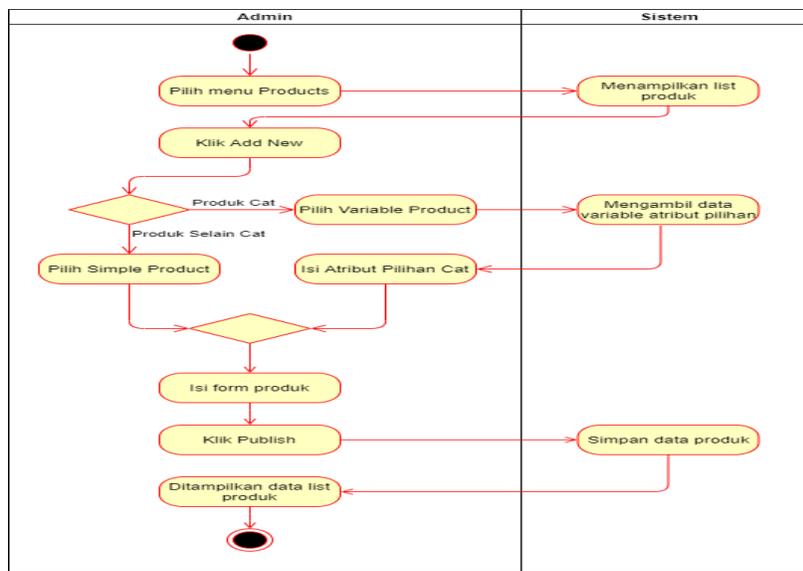
**Analisa Proses Bisnis**

Sistem usulan pada Toko Cat Berkah dilakukan untuk memenuhi kapasitas toko dalam mengakomodir pelanggan yang akan bertransaksi secara *online*, sehingga diusulkan beberapa proses yang diterapkan pada media transaksi *website e-commerce* Toko Cat Berkah. Cakupan proses usulan pemesanan produk merupakan dari memilih barang sampai proses *checkout*(klik *place order*). Berikut gambaran proses usulan pemesanan produk dengan *activity diagram*.



Gambar 3. Activity Diagram Pemesanan Produk

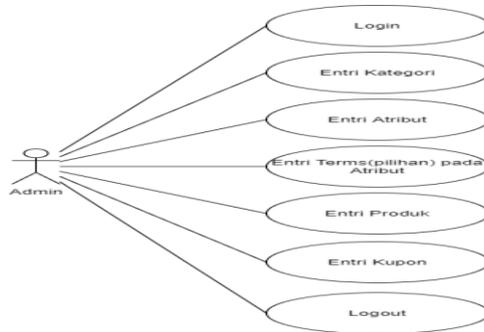
Alur entri produk merupakan proses bisnis yang diusulkan agar memudahkan pelanggan melihat katalog dan stok produk serta bertransaksi lebih lanjut melalui *website*. Sehingga pelanggan tidak perlu datang ke toko untuk mencari produk maupun bertransaksi. Berikut ini merupakan alur entri produk yang digambarkan dengan *activity diagram*:



Gambar 4. Activity Diagram Penambahan Produk

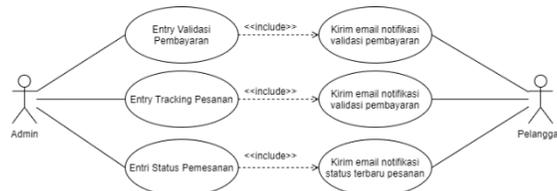
**Use Case Diagram**

Penambahan *master* data yang dilakukan oleh admin sangat diperlukan untuk membuat proses bisnis usulan yaitu mengakomodir bertransaksi secara *online* dapat beroperasi. Berikut merupakan *use case diagram* yang perlu diakomodir oleh sistem untuk entri data *master* yang dilakukan oleh admin:



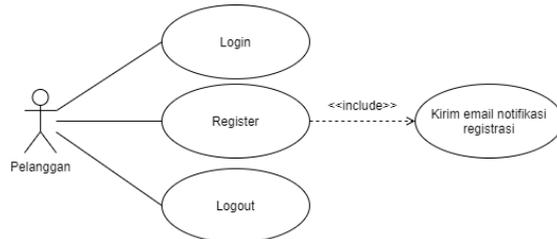
Gambar 5. Use Case Diagram Master Admin

Berikut merupakan use case diagram transaksi admin



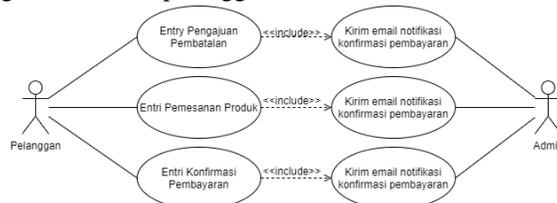
Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi Admin

Berikut merupakan use case diagram master pelanggan



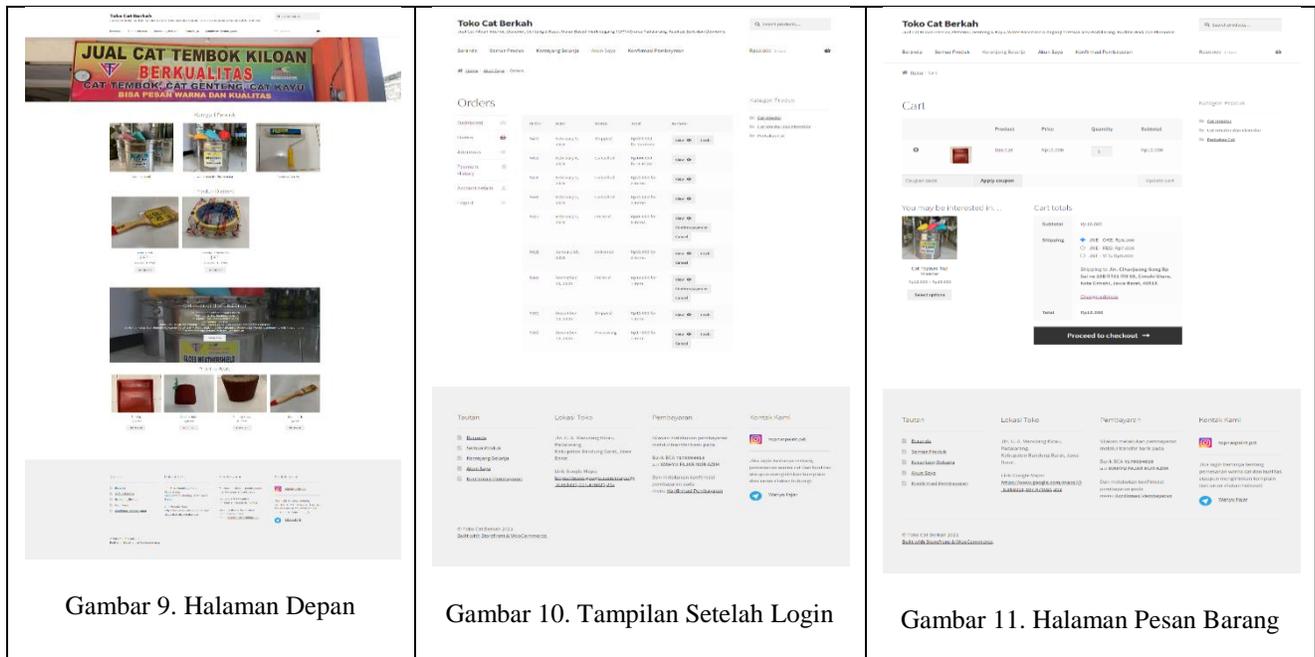
Gambar 7. Use Case Diagram Master Pelanggan

Berikut merupakan use case diagram transaksi pelanggan



Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

User Interface



Gambar 9. Halaman Depan

Gambar 10. Tampilan Setelah Login

Gambar 11. Halaman Pesan Barang

TEKNIK SEO

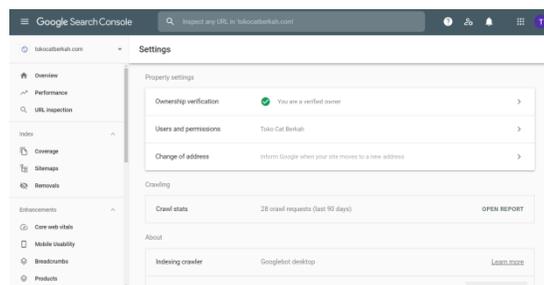
Terdapat beberapa strategi yang digunakan pada website tokocatberkah.com untuk memaksimalkan hasil Search Engine Optimization(SEO) terutama dari mesin pencari Google, diantaranya

1. SEO dalam Title dan Meta Description dengan Plugin YoastSEO



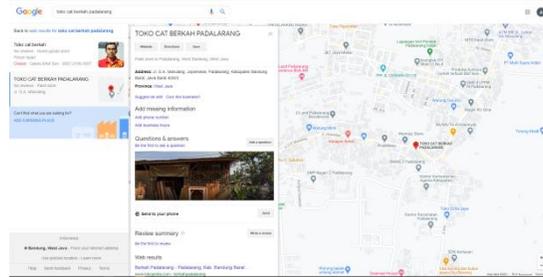
Gambar 12. Implementasi SEO pada Title dan Description

2. Implementasi Google Search Console



Gambar 13. Implementasi Google Search Console

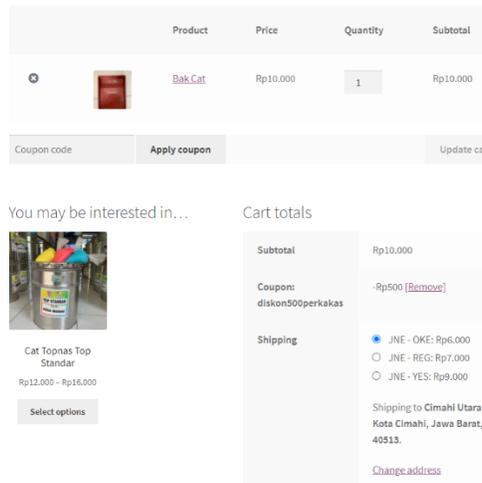
### 3. Implementasi Google My Business



Gambar 14. Implementasi Google My Business

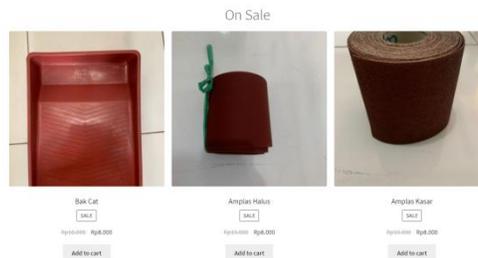
### STRATEGI MARKETING

Penulis mengusulkan strategi 4P dalam marketing(pemasaran) dalam upaya meningkatkan penjualan dan pendapatan toko. Elemen dari strategi 4P diantaranya melibatkan Product, Price, Promotion, dan Place. Dalam hal product penulis mengimplementasikan produk yang dianggap saling melengkapi (complementary products) dan juga nilai harga estimasi pengiriman seperti gambar dibawah ini.



Gambar 15. Implementasi Strategi Product

Dalam hal price penulis menyarankan pengelola toko untuk membuat kupon yang dapat digunakan transaksi seperti Gambar 4.106 dan juga membuat kebijakan diskon harga seperti berikut ini



Gambar 16. Implmentasi Strategi Price

Dalam hal *promotion* penulis mengusulkan strategi *marketing* khususnya pada sosial media sebagai berikut:

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Adanya sistem untuk mencatat stok dan transaksi sehingga diharapkan dapat memperkecil kemungkinan adanya ketidaksesuaian stok asli dengan catatan stok pada sistem.
- b. Adanya sistem untuk membuat laporan rekapitulasi transaksi secara periodik sehingga diharapkan pemilik atau bahkan pengelola dapat menentukan langkah untuk mengembangkan bisnis.
- c. Dengan adanya sistem *e-commerce* diharapkan dapat memudahkan pelanggan dalam hal mengetahui produk terbaru bahkan hingga proses transaksi dapat dilakukan secara *online* tanpa harus datang ke toko.
- d. Dengan adanya sistem *e-commerce* yang dapat dicari melalui sistem pencari juga adanya sistem untuk pengiriman barang diharapkan menambah jangkauan pembeli dari luar wilayah toko.

## 6. SARAN

*Website* Toko Cat Berkah yang dibangun masih dapat ditingkatkan agar dapat bersaing pada masa mendatang. Berikut saran-saran yang dapat disampaikan penulis:

- a. Membuat sistem pembayaran melalui *virtual account* agar memudahkan pelanggan tidak perlu konfirmasi pembayaran.
- b. Penambahan pilihan jasa pengiriman agar dapat pelanggan lebih leluasa dalam menentukan jasa pengiriman pada pesannya.
- c. Membuat sistem pemesanan warna agar pelanggan mendapatkan warna yang diinginkan.
- d. Tidak hanya menjual satu merk, menambah katalog merk cat.
- e. Merawat sistem *e-commerce* dengan memperbaharui versi dari Wordpress maupun WooCommerce seiring waktu

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Y. Anggraeni and R. Irviani, *Pengantar Sistem Informasi*. D.I. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2017.
- [2] H. Harmayani, D. Marpaung, A. Hamzah, N. Mulyani, and J. Hutahaean, *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [3] O. M. Siregar, S. Selwendri, M. Maulidina, and M. B. Abdillah, *Penerapan Bisnis Model Canvas Sentral UMKM*. Medan: Puspantara, 2020.
- [4] E. Irwansyah and J. V. Moniaga, *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2014.