

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV INDOMITRA CIPTA PANGAN DENGAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM*

Putri Septi Handayani^{1*}, Dian Anubhakti², Ita Novita³, Lauw Li Hin⁴

^{1,2,3,4} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}putrisepti14@gmail.com, ²dian.anubhakti@budiluhur.ac.id, ³ita.novita@budiluhur.ac.id, ⁴lihin@budiluhur.ac.id
(*: *corresponding author*)

Abstrak- CV Indomitra Cipta Pangan merupakan salah satu industri pengolah *frozen food* yang berada di wilayah Kota Tangerang yang memproduksi berbagai macam makanan beku berbahan baku daging ayam, daging sapi dan makanan laut (*seafood*) yang diolah menjadi produk olahan seperti dimsum, chikau, ekado, lumpia ayam dan lain-lain. Toko ini ingin memiliki keuntungan yang lebih maksimal, namun masih adanya permasalahan yang terjadi pada toko yaitu pemesanan dilakukan dengan pelanggan datang langsung ke toko untuk dapat memesan produk atau secara *offline*, sehingga adanya keterbatasan lokasi dan waktu untuk melakukan pemesanan, promosi produk dilakukan dengan cara promosi mulut ke mulut, sehingga keterbatasan media promosi produk untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan. Metode *Business Model Canvas* adalah metode dipakai pada penelitian ini untuk memperjelas elemen-elemen dalam melakukan analisa bisnis yang ada pada toko CV Indomitra Cipta Pangan. Penelitian ini bertujuan menyediakan media sistem pemesanan dan pemasaran yang lebih efisien. Rancangan proses yang akan dibuat oleh peneliti ialah *website E-Commerce* berbasis *Content Management System* menggunakan *Wordpress* yang dapat mempermudah pelanggan dalam proses pemesanan yang bisa setiap waktu, sehingga mampu memperluas lingkup penjualan dan meningkatkan pemasaran.

Kata Kunci: *Content Management System, E-Commerce, Wordpress, Frozen Food*

E-COMMERCE IMPLEMENTATION TO INCREASE SALES AT CV INDOMITRA CIPTA PANGAN WITH CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

Abstract- CV Indomitra Cipta Pangan is a frozen food processing industry located in the Tangerang City area which produces various kinds of frozen food made from chicken, beef and seafood which are processed into processed products such as dimsum, chikau, ekado, chicken spring rolls. and others. This store wants to have maximum profits, but there are still problems that occur in stores, namely orders made by customers coming directly to the store to be able to order products or offline, so there are limited locations and time to place orders, product promotions are carried out by means of promotions. word of mouth, so that the limitations of product promotion media to get more customers. The Business Model Canvas method is the method used in this study to clarify the elements in conducting business analysis at the CV Indomitra Cipta Pangan store. This research aims to provide a more efficient media ordering and marketing system. The design process to be made by researchers is an e-commerce website based on a Content Management System using WordPress which can make it easier for customers to process orders that can be made at any time, so as to expand the scope of sales and improve marketing.

Keywords: *Content Management System, E-Commerce, Wordpress, Frozen Food*

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini *frozen food* telah menjadi makanan yang disukai oleh masyarakat. Hal ini karena masyarakat menilai *frozen food* sebagai makanan olahan yang praktis, mengandung nilai gizi, dan aman untuk di konsumsi. Masyarakat mengkonsumsi berbagai jenis makanan beku yang saat ini permintaan makanan beku terus meningkat, pertimbangan lain bagi masyarakat umum adalah makanan beku mudah dan cepat disajikan. CV Indomitra Cipta Pangan merupakan salah satu industri pengolah *frozen food* yang terletak di wilayah Kota Tangerang, terbentuk pada tahun 2016 dan memiliki suatu keunggulan dalam produksinya yaitu produk yang di produksi sudah mendapatkan sertifikasi halal MUI 17200037680418 serta izin BPOM MD 239731003307, untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang ada di CV Indomitra Cipta Pangan halal dan aman untuk dikonsumsi. *E-Commerce* adalah transaksi dimana barang saling dipertukarkan untuk memenuhi kebutuhan digital.

Dengan berkembangnya ilmu teknologi informasi, telah muncul sistem perdagangan online. *E-commerce* memungkinkan para pembisnis untuk dengan mudah berinteraksi dan melakukan pemasaran melalui media internet. Transaksi online merujuk pada transaksi dimana pembeli dan penjual bertransaksi secara langsung melalui Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada dan website serta website transaksi lainnya melalui media internet [1]. CV

Indomitra Cipta Pangan memproduksi berbagai macam makanan beku (*frozen food*) berbahan baku daging ayam, daging sapi, dan makanan laut (*seafood*) yang di olah menjadi produk olahan seperti dimsum, chikau, ekado, lumpia ayam, kaki naga ayam, sempol ayam, tahu bakso sapi dan tahu bakso ayam.

Pada toko CV Indomitra Cipta Pangan masih memiliki beberapa kendala yang dirasakan pemilik toko yaitu transaksi pemesanan dilakukan dengan datang langsung ke toko, sehingga adanya keterbatasan lokasi dan waktu untuk melakukan pemesanan. Promosi produk dilakukan dengan cara promosi mulut ke mulut, sehingga keterbatasan media promosi produk untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan. Penulis melakukan studi literatur sebagai bahan referensi. Pada penelitian yang dilakukan [2] menjelaskan masalah yang dibahas adalah belum memiliki media untuk mempromosikan produk dikarenakan dalam memasarkan produk masih dilakukan secara manual dan penjualan produk hanya disekitaran wilayah toko saja. Selanjutnya [3] penelitian ini menjelaskan dengan rumusan masalah yaitu sistem penjualan masih dilakukan dengan sistem *offline* dan pada sistem pemasaran yang masih berjalan belum maksimal dikarenakan masih adanya pelanggan yang belum mengetahui produk tersebut.

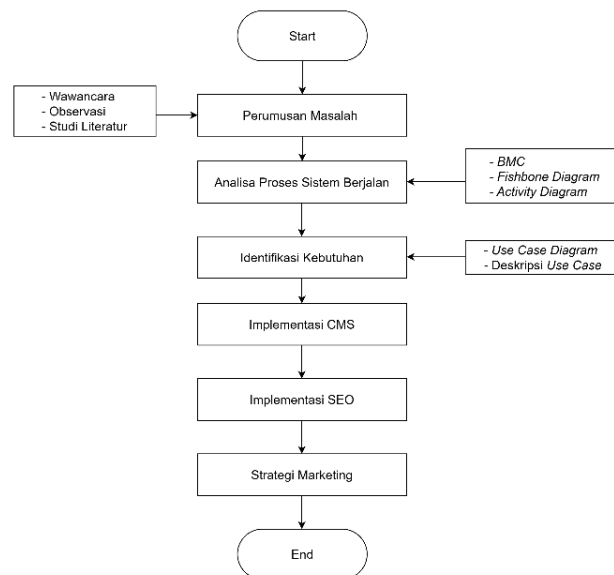
Selanjutnya [4] penelitian ini menjelaskan masalah pencatatan pembuatan laporan penjualan masih dilakukan secara manual yaitu dengan dicatat pada buku penjualan, tidak maksimalnya barang yang terjual dikarenakan rendahnya jangkauan penjualan dan sistem penjualan dilakukan manual melalui *chat whatsapp*. Selanjutnya [5] penelitian ini menjelaskan masalah belum dikenal luasnya produk tersebut ke wilayah lain, belum adanya media promosi yang dilakukan secara *online* dan pencatatan pelaporan masih dicatat tulis tangan di buku. Selanjutnya [6] penelitian ini menjelaskan masalah proses bisnis yang sedang berjalan masih dilakukan dengan pelanggan datang langung ke toko untuk dapat memesan produk atau secara *offline*, belum maksimalnya sistem pemasaran yang dijual dan ingin memaksimalkan pembuatan laporan penjualan.

Dengan adanya permasalahan tersebut, maka diperlukan membuat aplikasi berbasis *website e-commerce* yang berjudul “Implementasi *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada CV Indomitra Cipta Pangan Dengan *Content Management System*”. Dengan adanya sistem tersebut dapat meningkatkan penjualan dan proses transaksi pemesanan menjadi lebih mudah, pelanggan dapat menentukan kapan harus memesan, dapat memperluas jangkauan pemasaran pada toko CV Indomitra Cipta Pangan.

2. Metode Penelitian

2.1 Tahapan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki tahapan yaitu mendefinisikan perumusan masalah yang didapat dari wawancara, observasi, studi literatur. Setelah mendefinisikan perumusan masalah lalu melakukan analisa proses sistem berjalan dengan menggunakan beberapa pendekatan yang didapat dari *Business Model Canvas*, *Fishbone Diagram*, *Activity Diagram*. Berikutnya tahapan analisa proses sistem berjalan lalu melakukan identifikasi kebutuhan sistem usulan yang didapat dari *use case diagram* dan deskripsi *use case*. Selanjutnya tahapan implementasi *Content Management System* dengan *Wordpress*. Lalu tahapan berikutnya ialah implementasi SEO dan strategi marketing. Tahapan penelitian seperti gambar 1



Gambar 1. Tahapan Penelitian

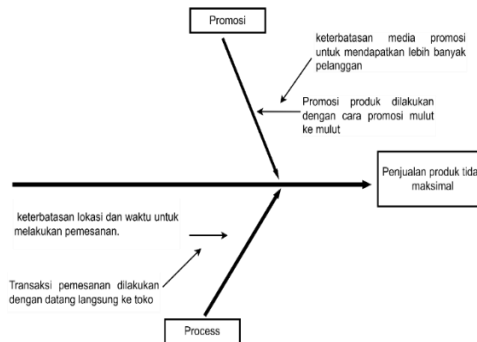
2.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data seperti melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi mengenai masalah dan kebutuhan, setelah itu melakukan observasi dengan pengamatan langsung terhadap proses bisnis, analisa dokumen dengan cara mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan proses pembuatan sistem. Selanjutnya studi literatur dengan mempelajari dan membaca teori dari jurnal yang berkaitan dengan kegiatan penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Masalah

Fishbone merupakan salah satu alat populer yang menjelaskan indentifikasi penyebab terjadinya masalah dalam proses dari sisi manusia, mesin, metode, material, pengukuran dan lingkungan atau peralatan [7]. Analisa masalah terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Fishbone Diagram

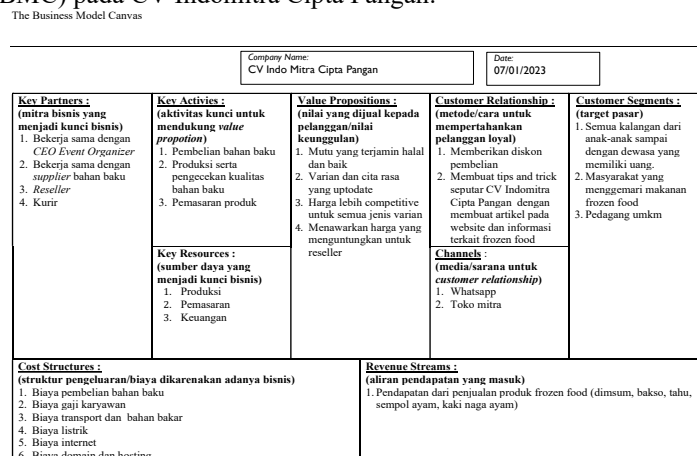
Berikut ini merupakan penjabaran dari *Fishbone Diagram* pada gambar 2.

Tabel 1. Penjelasan *Fishbone Diagram*

Kategori Masalah	Uraian Masalah (<i>Problem Statement</i>)	Penyebab (<i>Causes</i>)	Kebutuhan Sistem Usulan
<i>Process</i>	- Transaksi pemesanan dilakukan dengan datang langsung ke toko	- Waktu jam buka pada toko terbatas, toko hanya bisa melayani pada jam operasional.	- Sistem menampilkan fitur pemesanan.
<i>Promotion</i>	- Promosi produk dilakukan dengan cara promosi mulut ke mulut	- Kurangnya penyebaran informasi produk yang dijual	- Sistem menampilkan fitur media promosi.

3.2 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas yaitu alat pemodelan bisnis modern yang banyak digunakan di bidang wirausaha sebab memiliki pengaruh untuk membuat elemen-elemen dari sebuah bisnis [8]. Berikut adalah gambar dari *Business Model Canvas* (BMC) pada CV Indomitra Cipta Pangan:



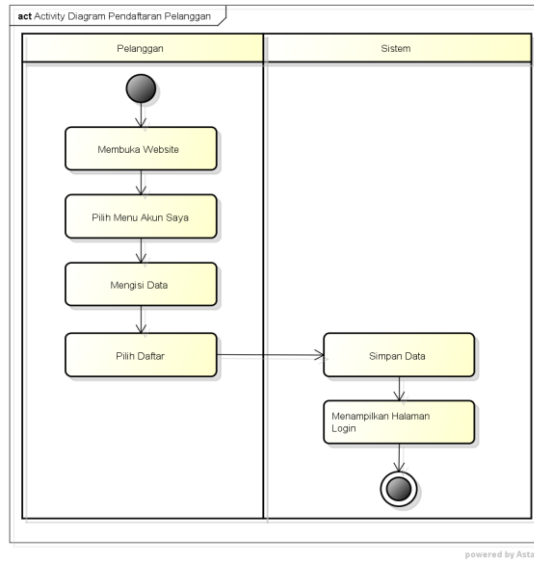
Gambar 3. Business Model Canvas

3.3 Analisa Sistem Usulan

Activity Diagram merupakan sebuah model dari proses urutan aktivitas dalam sebuah proses yang digunakan dalam pemodelan bisnis untuk urutan proses aktivitas karena menjalankan proses bisnis sebagai kesatuan dalam membentuk suatu metode [9]. Analisa sistem usulan terbagi menjadi beberapa bagian proses.

a. Pendaftaran Pelanggan

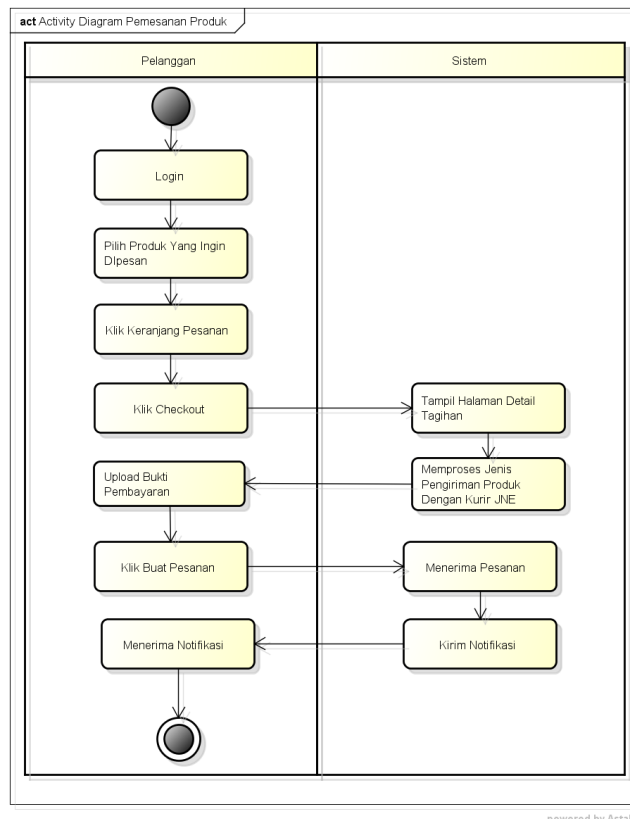
Berikut gambar 4 yaitu pelanggan diharuskan melakukan pendaftaran terlebih dahulu ketika ingin melakukan pemesanan.



Gambar 4. AD Pendaftaran Pelanggan

b. Pemesanan Produk

Berikut gambar 5 yaitu pelanggan diharuskan melakukan login terlebih dahulu, memilih produk yang ingin dipesan, lalu pesanan yang dipilih dimasukkan ke dalam keranjang pesanan.

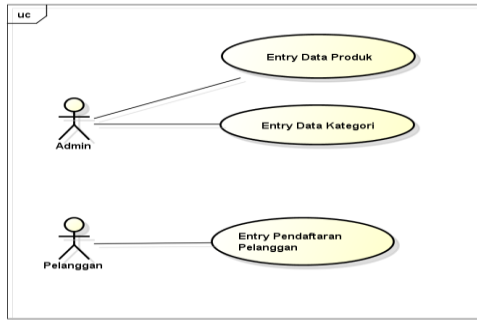


Gambar 5. AD Pemesanan Produk

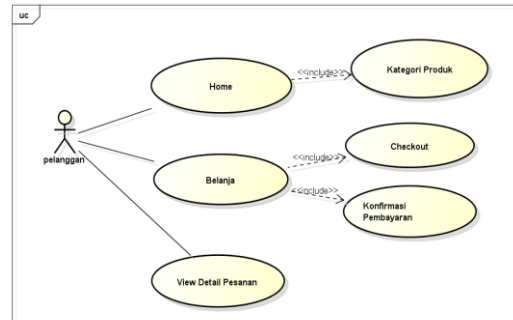
3.4 Use Case Diagram

Use Case Diagram merupakan penggambaran kelompok yang berhubungan dan membentuk kerangka kerja biasa dijalankan oleh actor [10].

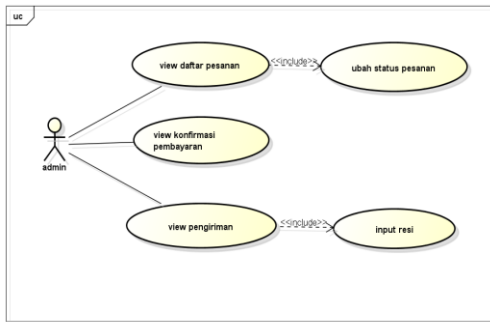
3.5 Use Interface dan User Experience



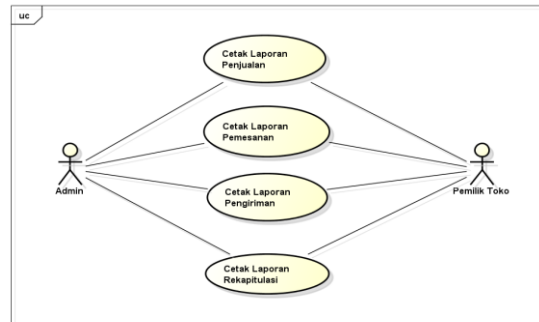
Gambar 6. Use Case Diagram Master



Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

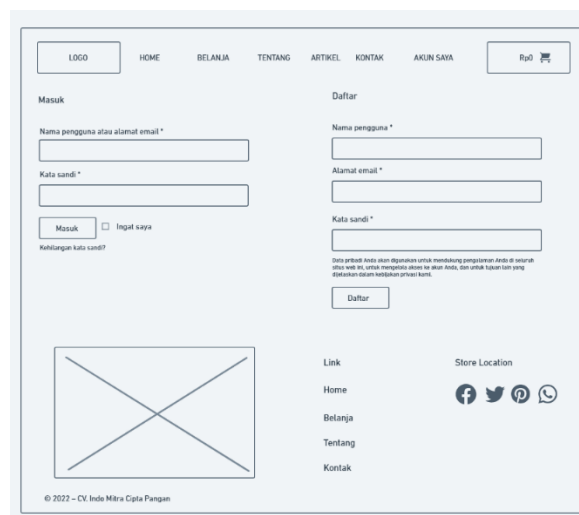


Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi Admin



Gambar 9. Use Case Diagram Laporan

- Berikut ini adalah User Interface dan User Experience pada CV Indomitra Cipta Pangan, yaitu:
- User Interface Login dan Pendaftaran Pelanggan
Pada tampilan menu login ini pelanggan diwajibkan melakukan pendaftaran pelanggan terlebih dahulu.



Gambar 10. User Interface Login dan Pendaftaran Pelanggan

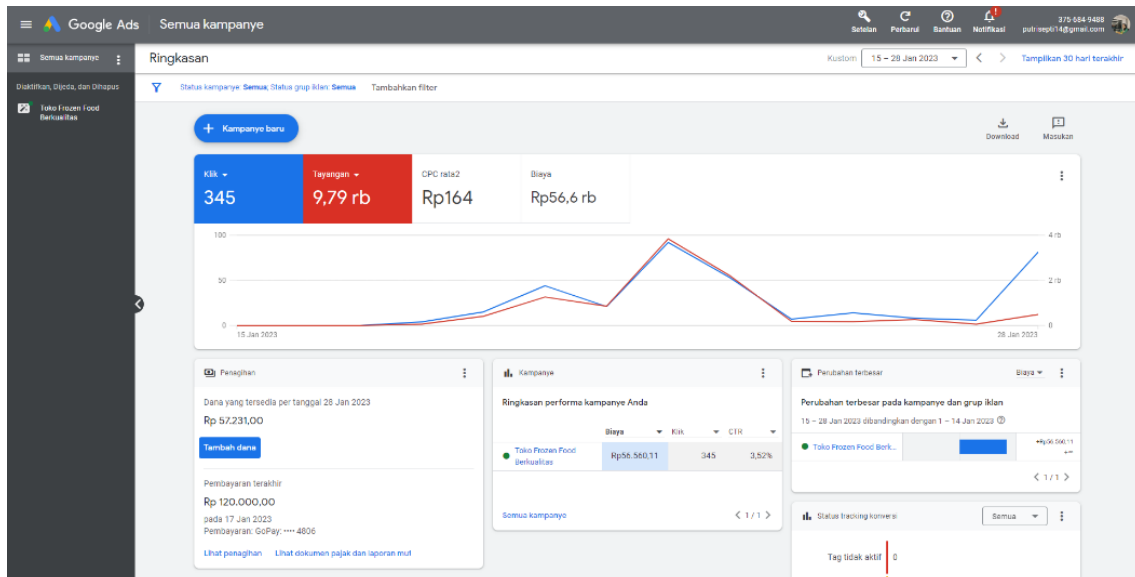
- User Interface Pemesanan Produk
Pada user interface pemesanan terdapat tampilan semua produk frozen food, pelanggan dapat memilih produk dan melakukan pemesanan produk yang diinginkan.



Gambar 11. User Interface Pemesanan Produk

3.6 Strategi SEO

SEO adalah teknik yang digunakan agar *website* dapat dikenal dengan mudah oleh mesin pencari sehingga dapat meningkatkan pengunjung *website* [11]. Tahapan strategi SEO yang dilakukan yaitu memulai meriset kata kunci di *google keyword planner*, setelah itu *setting* judul SEO, *slug*, deskripsi meta, optimasi gambar dan konten, mengisi deskripsi pada konten dan memberikan *Inbound Link* (tautan masuk) didalam deskripsi produk yang berkaitan dengan produk lain yang dijual. Kemudian mendapatkan hasil penelusuran menggunakan *google ads*.



Gambar 12. Strategi SEO Menggunakan Google Ads

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang di dapat dari penelitian pada CV Indomitra Cipta Pangan, terdapat kesimpulan yang dapat diambil. Dengan adanya fitur pemesanan secara *online*, maka dapat memudahkan pelanggan melakukan transaksi pemesanan secara *online* tanpa ada keterbatasan lokasi dan waktu. Dibuatnya *e-commerce*, maka dapat mempermudah untuk mempromosikan produk secara tepat waktu, serta dapat diakses dimanapun dan kapan saja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Riswandi, “Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., vol. 13, no. April, pp. 15–38, 2019.
- [2] D. Saputra *et al.*, “Penerapan Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Menggunakan Content Management System (Cms) Studi Kasus Toko Alfian,” vol. 2, pp. 153–159, 2019.
- [3] S. M. Mustofa, “Impementasi E-Commerce Toko Prayoga Sport Berbasis Content Management System (CMS) Joomla Modules VirtueMart,” vol. 7, no. 2, 2017.
- [4] D. I. Wijaya, G. A. Najih, M. R. Julianti, and M. Amri, “Penjualan Makanan Berbasis Web pada Toko Ngemil_Santuy,” *J. Teknol. Pendidik. Dan Manaj. Glob.*, vol. 1, no. 1, 2022, [Online]. Available: <https://journal.global.ac.id/index.php/JTOPIKGLOBAL/article/view/514>.
- [5] S. Andriasari, P. T. Sinar, J. Meubel, and B. Lampung, “Pengembangan Aplikasi E-Commerce Menggunakan Metode WISDM (Web Information System Development Methodology) (Studi Kasus : PT . Sinar Jati Meubel Bandar Lampung),” vol. 14, no. 2, pp. 8–15, 2017.
- [6] H. Ismaya, “Perancangan sistem informasi penjualan menggunakan cms wordpress pada toko importir laptop bandung,” vol. 11, 2021.
- [7] A. G. Budianto, “Analisis Penyebab Ketidaksesuaian Produksi Flute Pada Ruang Handatsuke Dengan Pendekatan Fishbone Diagram, Piramida Kualitas Dan Fmea,” *J. Ind. Eng. Oper. Manag.*, vol. 4, no. 1, 2021, doi: 10.31602/jieom.v4i1.5368.
- [8] I. Athia, E. Saraswati, and A. Normaladewi, “Penerapan Business Model Canvas (Bmc) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang,” *J. Ketahanan Pangan*, vol. 2, no. 1, pp. 66–75, 2018, [Online]. Available: <https://e-equalsmc3.com/alex-osterwalders-business-model-canvas/>.
- [9] S. Sujono, “Penerapan Aplikasi Sistem Informasi Kependudukan Berbasis Web Pada Kantor Kepala Desa Puput Kec. Simpangkatis,” *Simetris J. Tek. Mesin, Elektro dan Ilmu Komput.*, vol. 9, no. 1, pp. 707–716, 2018, doi: 10.24176/simet.v9i1.2078.
- [10] M. Tabrani and I. Rezqy Aghniya, “Implementasi Metode Waterfall Pada Program Simpan Pinjam Koperasi Subur Jaya Mandiri Subang,” *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 14, no. 1, pp. 44–53, 2020, doi: 10.35969/interkom.v14i1.65.
- [11] M. Hayaty and D. Meylasari, “Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi,” *J. Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 295–300, 2018, doi: 10.31294/ji.v5i2.4027.