

<http://seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK>



PROSIDING
Seminar Nasional **SISFOTEK** ISSN 2597-3584 (Media Online)
Sistem Informasi dan Teknologi
website : www.seminar.iaii.or.id | email : seminar@iaii.or.id

[Home](#) [Current](#) [Archives](#) [Announcements](#) [About ▾](#)

About the Journal

Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi (SISFOTEK) merupakan ajang pertemuan ilmiah, sarana diskusi dan publikasi hasil penelitian maupun penerapan teknologi terkini dari para praktisi, peneliti, akademisi dan umum di bidang sistem informasi dan teknologi dalam artian luas.

Current Issue

Vol. 6 No. 1 (2022): SISFOTEK VI 2022





About the Journal

Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi (SISFOTEK) merupakan ajang pertemuan ilmiah, sarana diskusi dan publikasi hasil penelitian maupun penerapan teknologi terkini dari para praktisi, peneliti, akademisi dan umum di bidang sistem informasi dan teknologi dalam artian luas.

Current Issue

Vol. 6 No. 1 (2022): SISFOTEK VI 2022



Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi (SISFOTEK) 2022 merupakan



Announcements

← → ↺ Tidak aman | seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK

Saguh Wiyono, Muhammad Fajriannur, Reza Fauzan, Herlinawati, Muhammad Akbar Khomeini Laksana 40-45



Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Jurusan SMK Negeri di Kota Banjarmasin

Arifin Noor Asyikin, Fuad Sholihin, M. Helmy Noor, Muhammad Akbar

46-52



Penerapan CMS untuk Website E-Commerce pada Chaca Collections

Sulistiya Raden Sukma Atmaja, Grace Gata

53-57



Sistem Penunjang Keputusan Penentuan Supplier Dengan Menggunakan Metode AHP dan SAW

Hazna Putri Shabira, Joko Sutrisno

58-63



Analisis Usability Testing Guna Meningkatkan Efisiensi Kerja (Studi Kasus: Website Lo Kreatif)

Dewi Azizah Satyarini Sugiono, Addin Aditya, Hilman Nuril Hadi, Febry Eka Purwiantono

64-68



Sistem Pakar Diagnosa Penyakit Gigi dan Mulut Dengan Metode Dempster Shafer

I Made Subrata Sandhiyasa, I Made Dwi Putra Asana, Ni Putu Eka Kherismawati, I Wayan Wahyu Gedas Adi Satyawan, I Made Oka Widyantara

69-75



Penerapan CMS untuk Website E-Commerce pada Chaca Collections

Sulistya Raden Sukma Atmaja¹, Grace Gata²
¹ Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Bani Laker, Jakarta, Indonesia
 rsulista@gmail.com, grace.gata@ubnlaker.ac.id

Abstrak

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. 22, Duren Seribu Village, Bojogari District, Depok City, West Java 16518. The sales process used at the Chaca Collections Store still uses a manual system, including shipping 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. Terdapat berbagai macam pakaian seperti, gamis, kerudung, Benwang pada Jl. Kp. Kandang Duren Seribu No. 22, Kelurahan Duren Seribu, Kecamatan Bojogari, 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. Pemasalahan 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 adanya penjualan belum adanya dokumentasi dengan baik. Pengumpulan 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 untuk berupa Implementasi Sistem berbasis E-Commerce. Penulis menggunakan CMS dengan database MySQL. Dengan sistem E-Commerce ini diharapkan dapat membantu dalam pemasaran produk terbaru serta dapat meningkatkan hasil penjualan, karena dengan adanya sistem E-Commerce pembeli dapat melakukan pembelian dimana saja 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 dan Ika untuk membuat cakupan pembelinya semakin meluas. Hingga pada 2012 yang bertempat di Jl. Kp. Kandang Duren Seribu No.22, Kelurahan Duren Seribu, Kecamatan Bojogari, 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 jadinya. Terus ini tidak bagus untuk keberlangsungan bisnis dalam bidang pakaian. Diketahui penyebab terjadinya penurunan penjualan pada Chaca Collections dikarenakan cakupan pembeli ditambah ditambah jam buka toko yang kurang efektif dengan hanya buka pada pagi hari dan tutup pada sore hari, memungkinkan



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[1]. Pemakaian situs E-Commerce merupakan suatu cara berbisnis atau berjualan secara online atau direct selling yang menggunakan internet. E-Commerce akan mengurangi biaya - biaya operasional dalam kegiatan perdagangan.

Layanan online menyediakan banyak kemudahan dan kelentaran 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 memastikan 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 menjelaskan 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: JWC, 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 dilakukan 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 apapun 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. Diberikan 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

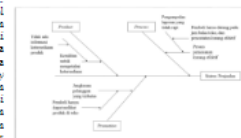
Mengungkap setiap masalah yang ada di Chaca Collections dan membantu gambaran proses bisnis yang sudah berjalan.

c. Studi Literatur

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

Untuk menganalisa sistem berjalan, peneliti menggunakan beberapa pendekatan sebagai berikut: *Business Model Canvas (BMC)*, merupakan suatu model strategi bisnis yang menggunakan 9 blok³. Pendekatan ini di gunakan oleh peneliti untuk mengidentifikasi komponen bagian – bagian komponen dalam proses bisnis pada *Citac Collection*, serta hal – hal pendidikan lainnya dalam proses bisnis yang sudah berjalan. *Diagram*, digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran bentuk visual dari alur kerja yang berisikan aktivitas dan tindakan dari proses bisnis yang akan dibuktikan⁷. Sebagai acuan juga sebagai perbandingan dari proses bisnis yang sudah berjalan dengan proses bisnis yang akan dibangun.

mencari paksi dan juga orang yang berada disekitar tolko (Gambar 3).



Caption 3. Fishbone Diagram

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

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

Abstract *Radical Mathematics* presents

Kategori Masalah	Pertanyaan Masalah	Prosedur	Solusi Ketubuhan Sistem
- <i>Problema (Problem)</i>	- Bagaimana untuk mengetahui informasi ketubuhan penyakit	- Takut akan informasi ketubuhan penyakit	- Sifatnya <i>E-Customer</i> yang dapat mencari informasi ketubuhan penyakit
- <i>Problema (Problem)</i>	- Apakah informasi penyakit kurang akurat	- Penyakit kurang dikenal pada saat ini oleh masyarakat	- Sifatnya <i>E-Customer</i> yang dapat mencari informasi penyakit secara langsung
- <i>Problema (Problem)</i>	- Apakah penanganan penyakit kurang tepat	- Penyakit penanganan yang kurang tepat	- Sifatnya <i>E-Customer</i> yang dapat mencari informasi penyakit secara langsung
- <i>Problema (Problem)</i>	- Bagaimana penanganan penyakit	- Penyakit kurang dikenal pada saat ini oleh masyarakat	- Sifatnya <i>E-Customer</i> yang dapat mencari informasi penyakit secara langsung

SEO Testing, sebuah cara teknik untuk mengoptimasi kata kunci supaya relevan yang berdampak terhadap meningkatkan 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 dilakukan yaitu *White Hat SEO*, yaitu teknik yang menggunakan cara yang baik dan benar untuk meningkatkan peringkat website. *Google* sebagai mesin pencari utama teknik optimasi *SEO* yang dilakukan untuk meningkatkan peringkat website di *Google* adalah dengan cara membangun dan *Website* di domain yang mengandung *Domain*, *Page* dan lainnya. *Offpage SEO*, maknanya adalah website teknik optimasi yang dilakukan dari luar *Website*, contoh simple nya seperti mempromosikan situs *Website* anda ke media Sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook*.

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1. Bank 2. Supplier 3. Distrib	1. Mobilisasi manajemen pribadi 2. Pengumpulan informasi	1. Produk spesifik 2. Akses ke pasar 3. Akses ke pasar 4. Produk yang dapat 5. Produk yang dapat 6. Produk yang dapat	1. Saling di 2. Saling di 3. Saling di	1. Status
	Key Resources		Channels	
1. Bank 2. Supplier 3. Distrib	1. Produk 2. Akses ke pasar 3. Akses ke pasar		1. Saling di 2. Saling di 3. Saling di	
Canal Structure		Revenue Streams		
1. Saling di 2. Saling di 3. Saling di 4. Saling di 5. Saling di		1. Produk yang 2. Produk yang 3. Produk yang 4. Produk yang 5. Produk yang		

Case 1: Business Model Canvas

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Analyse Messale

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

2. Customer Segments

Segmentasi pelanggan *Chase Collections* mengarah pada orang-orang khususnya wanita yang sedang

b. Value Propositions

Nilai yang ditawarkan *Chase Collections* kepada calon konsumen diantaranya: Produk yang berkualitas, yang ditawarkan pada toko 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

Customer Relationship	Low structure
Chase 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 paksiari dari Chase Collections.	Untuk memperposisikan model bisnis ada tiga biaya yang harus dikeluarkan Chase 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 komponen yang diperlukan guna menjalankan operasional.

d. Revenue Streams

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

3.3 Sistem Ujulan

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

9. Key Resources

Tabel 2. Key Resources (BMC)

No	Item	Deskripsi
1	Produk	Berbagai macam produk yang dijual di Chain Collection 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 terdistribusi.

Setiap calon pembeli yang ingin melakukan pembelian barang secara *online* pada *Chees Collections* harus melakukan proses pendaftaran untuk memiliki akun. Setelah selesai 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 ditampilkkan pada *activity diagram* proses pembelian produk.

f Key Activities

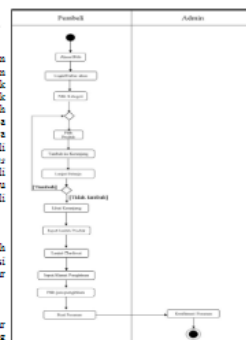
5. **Key Activities**
Dalam hal ini *Graça Collections* melakukan penjualan pada toko offline dan juga melakukan pengunggahan foto – foto produk pakaian secara berkala untuk pengenalan di dalam industri fashion di daerah Depok dan sekitarnya. Sementara itu, satu kebaruan dalam calon konsumen terhadap apa yang dicoba diinformasikan dari *Graça Collections* hal selanjutnya adalah menyamakan calon konsumen agar memilih produk pakaian yang tersedia. *Graça Collections* menjadikan toko fisik sebagai tempat dimana pembeli dapat melihat setiap produk yang tersedia, untuk itu setiap produk yang tersedia dipajang secara penuh yang akan ke toko fisik.

g. Key Partners

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

h. Channels

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



Complex 4 Activity Diagram Scope Encapsulated