

E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN MENGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM PADA TOKO BAKSO FROZEN MAS GONDRONG

Fahmi Muzakki¹, Atik Ariesta²

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur
Jalan Ciledug Raya, Kec. Pesangrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260
e-mail: ¹Fahmimuzakki56@gmail.com, ²atik.ariesta@budiluhur.ac.id

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi informasi menuntut pelaku usaha untuk berinovasi, termasuk dalam sektor food and beverages. Tujuan penelitian ini adalah untuk membangun sistem E-Commerce berbasis Content Management System pada Toko Bakso Frozen Mas Gondrong. Sistem ini dirancang untuk menghadapi kendala operasional, yaitu sulitnya melacak pesanan, ketidakjelasan informasi produk, dan tidak sistematisnya laporan penjualan. Metode yang digunakan meliputi pengumpulan data, analisis proses bisnis berjalan, analisa masalah, pemodelan bisnis, perancangan sistem, dan implementasi sistem. Pengembangan sistem menggunakan pendekatan Business Model Canvas dan strategi pemasaran digital search engine optimization. Analisa masalah dilakukan dengan Fishbone Diagram. Hasil penelitian membuktikan bahwa website E-Commerce ini berhasil mempermudah alur pemesanan yang terstruktur, mulai dari katalog, keranjang, checkout, hingga pelacakan pengiriman mandiri oleh pelanggan. Sistem ini bukan hanya memudahkan pelanggan, namun juga membantu pemilik menaikkan penjualan dan efektivitas pemasaran digital.

Kata kunci: E-Commerce, Content Management System, WordPress, Meningkatkan penjualan, Toko Bakso Frozen Mas Gondrong

Abstract

The rapid growth in information technology requires businesses to innovate, including the food and beverages sectors. The goal of this research was to build an E-Commerce based content managementsystem at Toko Bakso mas gondrong. It is designed to meet operational constraints, which involve the difficulty of tracking orders, the obscuring of product information, and the systemic sales reports. The methods used include data collection, business process analysis, problem analysis, business modeling, system design, and system implementation. System development utilizes the business model approaches and digital marketing strategies search engine optimization. The analysi of the problems is done with the fishbone diagram. Research has confirmed that this website e-commerce has made it easier for structured bookings, from catalogs, baskets, checkouts, to personal customer tracking of deliveries. This system not only makes customers easier but also helps owners increase the sale and effectiveness of digital marketing

Keywords: E-Commerce, Content Management System, WordPress, Upscale Sales, Store Meatball Frozen Mas Gondrong

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku konsumen dalam aktivitas jual beli, dengan E-Commerce menjadi inovasi digital yang semakin diminati karena kemudahan akses dan jangkauan pasar yang luas. E- Commerce ialah proses transaksi jual beli serta promosi barang serta jasa yang dilaksanakan melalui sistem berbasis elektronik, membutuhkan pengelolaan website penjualan yang terstruktur agar seluruh proses berjalan lancar [1]. Pembuatan E-Commerce yang terstruktur melibatkan implementasi yang cermat terhadap strategi-strategi pemasaran dan optimasi yang tepat. Implementasi E-Commerce yang efektif adalah kunci untuk memastikan semua aspek dari platform online berjalan dengan lancar, dari proses pembelian hingga pengiriman produk. Jadi, dengan

mengimplentasikan *E-Commerce* penjual bisa mendapatkan *value*, dapat menampilkan keunikan dari *brand* toko, dan memperkuat citra serta daya tarik toko. Selain itu, *E-Commerce* dapat dijadikan peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan dan memasarkan bisnisnya secara global, dan secara bertahap UMKM Akan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi berbasis perdagangan elektronik, dengan tujuan mencapai keunggulan kompetitif serta memperluas akses ke pasar global [2].

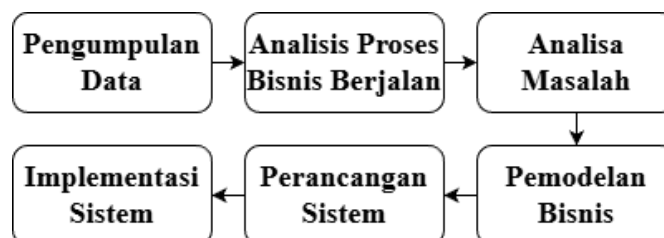
Toko Bakso Frozen Bakso Mas Gondrong menjual sejumlah varian bakso misalnya bakso urat, bakso telur, bakso mercon, serta dipasarkan hanya melalui *WhatsApp*. Pelanggan harus menghubungi *WhatsApp* untuk menanyakan detail produk, harga, pembayaran, dan pengiriman, karena produk dipromosikan tanpa biaya. Beberapa masalah penting muncul dari metode operasional ini. Penjual harus mengirim format pemesanan, mengatur pengiriman, dan melakukan pencatatan, sehingga proses pemesanan menjadi tidak terstruktur dan rentan terhadap kesalahan seperti miskomunikasi, salah catat, atau lupa menindaklanjuti. Karena katalog tidak terorganisir, informasi produk menjadi terbatas, sehingga pelanggan sulit menemukan semua pilihan bakso yang tersedia. Selain itu, riwayat transaksi masih dilakukan secara konvensional, yaitu satu per satu dicatat dalam buku, yang sangat rentan terhadap kesalahan dan dapat mengurangi akurasi data. Terakhir, strategi promosi toko Bakso Frozen Mas Gondrong sangat terbatas, platformnya hanya bergantung pada *story WhatsApp* yang hanya dapat dilihat oleh kontak yang telah ditambahkan saja.

Penelitian oleh Kurniawan [3], Hani Kustiyanti Kusnadi [4], dan Sultan Aulia Rahman [5] mengembangkan sistem penjualan online berbasis *web* dengan pemrograman PHP, namun penelitian yang dilakukan belum mengidentifikasi elemen-elemen yang diperlukan untuk bisnis yang dikembangkan. Elemen-elemen tersebut dapat digambarkan menggunakan *Business Model Canvas* sehingga dapat mengetahui strategi bisnis yang dijalankan [6]. Penelitian oleh Setiady Ibrahim Anwar [7] membahas mengenai pembuatan sistem penjualan *online* menggunakan sistem rekomendasi berbasis *Content Based Filtering*, namun *website* yang dikembangkan belum menggunakan *Search Engine Optimization* (SEO). Penerapan SEO yang efektif dapat meningkatkan *traffic* organik dan masuk ke halaman pertama *Goggle*, sehingga dapat menunjang keberhasilan dalam bersaing di pasar digital[8].

Dari permasalahan dan penelitian sebelumnya, toko Bakso Frozen Mas Gondrong perlu mengembangkan *website* penjualan *online* berbasis *Content Management System* (CMS) menerapkan *WordPress*. Adapun langkah yang dilakukan dalam pengembangan sistem adalah menentukan strategi bisnis dengan BMC serta menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO). Pengembangan sistem diharapkan dapat menyediakan informasi bagi pemilik usaha *frozen food* lainnya mengenai pentingnya membuat *E-Commerce* dan SEO dalam mengoptimalkan dan meningkatkan penjualan. selain itu dapat membantu bisnis penjualan bekerja lebih cepat dengan adanya sistem otomatis yaitu data tersimpan rapi tanpa risiko salah catat, mudah diakses kapan saja, serta memudahkan pembuatan laporan dan analisis untuk pengambilan keputusan.

2. METODE PENELITIAN

Menurut[9]metode penelitian ialah serangkaian tahap sistematis yang dilakukan untuk menentukan pendekatan yang tepat dalam menyelesaikan permasalahan penelitian. Pada penelitian ini, tahapan yang digunakan bisa diketahui dalam gambar 1.



Gambar 1. Alur Tahapan Penelitian

Gambar 1 adalah tahap penelitan untuk mengembangkan sistem penjualan *online* berbasis *website* pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong. Tahapan pertama dari pengumpulan data dengan wawancara, analisis dokumen, studi literatur. Tahapan kedua adalah analisa proses bisnis berjalan dengan *Activity*

Diagram. Tahapan ketiga analisa masalah dengan *Fishbone Diagram*. Tahapan keempat adalah pemodelan bisnis dengan *Bussiness Model Canvas*. Tahapan kelima adalah perancangan sistem dengan *Use Case Diagram*. Tahapan terakhir adalah implementasi sistem dengan pembuatan *E-Commerce* dengan *Content Management System* dan melakukan *Search Engine Optimazation*.

2.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam pengumpulan informasi guna mencapai tujuan penelitian yang dibutuhkan. Terdapat berbagai cara pengumpulan data yang digunakan pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong yaitu wawancara dilakukan dengan bertanya kepada pemilik toko Bakso Frozen Mas Gondrong untuk mengumpulkan data atau informasi yang dibutuhkan. Analisis dokumen dilakukan penganalisaan data yang berupa riwayat percakapan dengan pelanggan melalui pesan *WhatsApp*. Selain itu, menganalisis dokumen data laporan penjualan atau transaksi untuk membantu proses penelitian. Studi literatur dipergunakan dengan mengumpulkan data dari sumber yang relevan. Sumber dapat berupa jurnal penelitian yang dapat digunakan sebagai perbandingan atau landasan teori dalam penelitian yang akan dibuat.

2.2. Analisis Proses Bisnis Berjalan

Metode analisis proses bisnis berjalan yaitu menganalisa proses alur kerja yang sedang diterapkan suatu organisasi[10]. Tujuan dari analisis ini ialah guna menganalisa kekuatan, kelemahan, dan permasalahan pada aktivitas yang ada sehingga dapat digunakan sebagai dasar perancangan sistem baru yang lebih efisien dan efektif. Alat bantu yang digunakan pada proses analisis proses bisnis berjalan yaitu, *Activity Diagram*.

Activity Diagram ialah proses sistem yang digunakan dan sedang direpresentasi visual yang menggambarkan alur atau rangkaian aktivitas yang berlangsung dalam suatu sistem. *Diagram* ini digunakan untuk menjelaskan urutan proses dan interaksi antar komponen ketika sistem dijalankan, serta untuk menggambarkan alur tampilan dan logika kerja dari suatu sistem secara lebih terstrukturiteliti berdasarkan hasil observasi[11].

2.3. Analisa Masalah

Metode analisa masalah bertujuan untuk menemukan sumber masalah yang terjadi. Dalam proses ini, diperlukan alat analisis yang dapat menguraikan faktor-faktor penyebab dengan sistematis. Salah satu alat bantu yang diterapkan pada metode ini untuk analisa atau perumusan masalah yaitu, *Fishbone Diagram*. Menurut [12] *fishbone diagram* yang dikembangkan oleh Kaoru Ishikawa, ialah metode yang diterapkan guna menganalisa hubungan sebab-akibat dari suatu masalah. penjelasan kategori yaitu 8P yang biasa digunakan oleh manufaktur pada *fishbone diagram* Kategori 8P dalam industri jasa yakni: *Price, Product, Promotion, Place, Process, Physical Evidence, People, Productivity* dan *Quality*.

2.4. Pemodelan Bisnis

Pemodelan bisnis ini digunakan untuk merancang, mengatur, dan mengelola seluruh aktivitas pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong. Hal ini digunakan untuk memastikan bahwa setiap kegiatan berlangsung sesuai dengan rencana dan menghasilkan output yang diharapkan. Alat bantu yang digunakan untuk membantu kerangka manajemen yaitu, *Bussiness Model Canvas* (BMC). *Tools* ini akan digunakan setelah memperoleh data dengan menyusun kerangka model bisnis yang sedang berjalan. Langkah ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan strategi bisnis pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong. Menurut [13] *Business Model Canvas* (BMC) diartikan sebagai alat yang diterapkan guna menilai serta memetakan tingkat keakuratan serta kelayakan suatu bentuk usaha, baik yang sedang dijalankan maupun yang masih dalam tahap perencanaan. Model ini terdiri atas sembilan komponen utama yang saling berkaitan serta bersamaan menggambarkan struktur dasar dari suatu model bisnis, berikut penjelasan dari 9 (Sembilan) komponen utama *Business Model Canvas* yaitu: *Key Partners, Key Resources, Key Activities, Customer Relationship, Channels, Value Propositions, Cost Structure, Customer Segments, Revenue Streams*.

2.5. Perancangan Sistem

Pada langkah ini, dilaksanakan perancangan sistem berdasar pada data yang telah diperoleh dengan memanfaatkan *Use Case Diagram*. *Use Case Diagram* adalah metode yang diterapkan dalam pembuatan *software* untuk mengidentifikasi kebutuhan fungsional sistem [14]. Pada perancangan ini mencakup pembuatan *Use Case Diagram* untuk memvisualisasikan hubungan antara aktor dengan *system*, dan mengidentifikasi kebutuhan *system*.

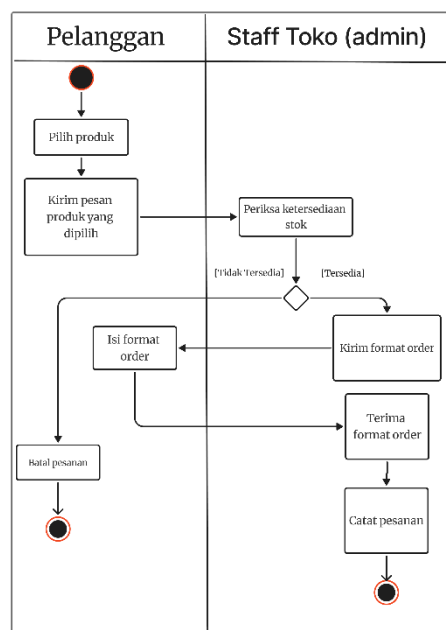
2.6. Implementasi Sistem

Pada langkah ini, dilakukan beberapa penerapan *system* setelah data dari perancangan sistem diperoleh. Implementasi tersebut meliputi beberapa langkah sebagai berikut yaitu Implementasi *E-Commerce* yang dilakukan berbasis CMS dengan menggunakan *WordPress*. Untuk membangun *website* penjualan, digunakan *plugin WooCommerce* beserta *plugin* tambahan lainnya guna mendukung fungsionalitas yang diperlukan. Implementasi *Search Engine Optimization* (SEO) terbagi menjadi 2 yakni: SEO On-Page dan OFF-Page, SEO On-Page adalah pengoptimalan konten situs web dan komponen teknisnya, misalnya struktur HTML, kata kunci, dan kecepatan loading halaman. SEO On-Page berfokus pada situs web toko Bakso Frozen Mas Gondrong tampil di halaman pertama *Google* dengan tujuan mengoptimalkan pencarian kata kunci yang menarik serta meningkatkan jumlah kunjungan ke *website* sehingga produk banyak terjual. SEO OFF-Page adalah meningkatkan kredibilitas situs web melalui komponen yang berasal dari sumber luar, seperti interaksi di media sosial [15]. SEO Off-Page berfokus pada penggunaan media sosial: Instagram dengan memanfaatkan fitur postingan dan *story* secara rutin, Tiktok dengan mengunggah minimal satu konten setiap hari, mengikuti tren, menggunakan *backsound* viral, dan melengkapi dengan *hashtag* unik (misalnya, #BaksoViral, #BaksoMercon).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

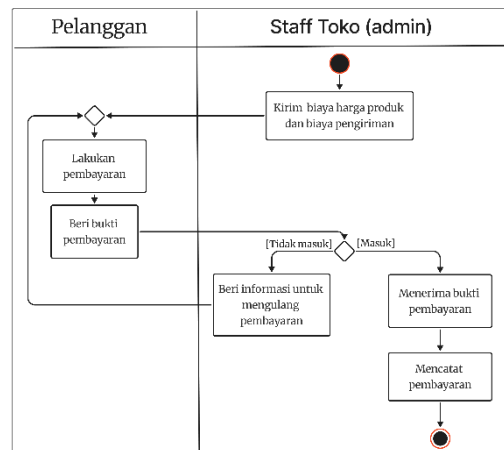
3.1 Analisis Proses Bisnis Berjalan

Pada tahap analisis proses bisnis berjalan yaitu menggunakan *Activity Diagram*, yang tujuannya untuk menerangkan alur atau rangkaian aktivitas yang berlangsung dalam suatu sistem. Proses bisnis berjalan pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong bisa diketahui dalam gambar 2, 3, 4, 5, dan gambar 6.



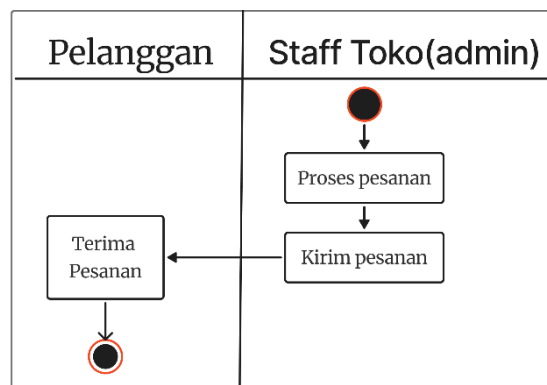
Gambar 2. Activity Diagram Pemesanan

Berdasarkan gambar 2 *Activity Diagram* pemesanan yang dibuat menggambarkan dua aktor yang sedang berinteraksi yaitu pelanggan dan staff toko (admin). Pertama pelanggan memilih produk, kemudian mengirim pesan produk sesuai yang dipilih melalui *WhatsApp*. Setelah menerima pesan dari pelanggan, staff toko akan memeriksa ketersediaan produk yang dimaksud. Jika produk dinyatakan tersedia, maka admin akan langsung mengirim form order, jika tidak tersedia maka pelanggan membatalkan pesanan. Jika pelanggan menyetujui maka pelanggan akan mengisi form order dan mengirim kembali form ordernya, kemudian staff toko menerima form order tersebut dan mencatat pesanan di buku tulis.



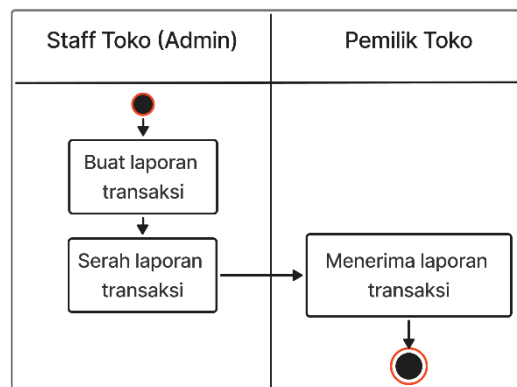
Gambar 3. Activity Diagram Pembayaran

Berdasarkan gambar 3 Activity Diagram pembayaran yang dibuat menggambarkan dua aktor yang sedang berinteraksi yaitu pelanggan dan staff toko (admin). Pertama staff toko mengirim total harga produk dan biaya pengiriman, kemudian pelanggan melakukan pembayaran dan *screenshot* bukti pembayaran, jika pembayaran masuk ke rekening pemilik maka staff toko menerima bukti pembayaran dan mencatat bukti pembayaran di buku tulis, jika tidak masuk ke rekening pemilik maka staff toko memberikan informasi kepada pelanggan untuk melakukan ulang pembayaran.



Gambar 4. Activity Diagram Pengiriman

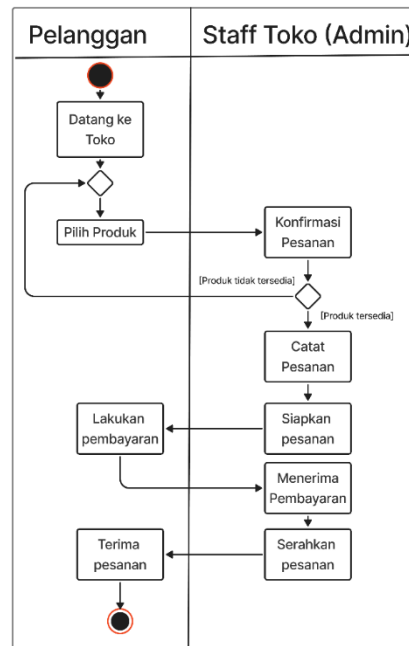
Berdasarkan gambar 4 Activity Diagram pengiriman yang dibuat menggambarkan dua aktor yang sedang berinteraksi yaitu pelanggan dan staff toko (admin). Pertama staff toko melakukan pemrosesan pesanan dan mengirimkan pesanan sesuai alamat yang diberikan pelanggan, lalu pelanggan menerima pesanan dan selesai.



Gambar 5. Activity Diagram Laporan

Berdasarkan gambar 5 Activity Diagram laporan yang dibuat menggambarkan dua aktor yang sedang berinteraksi yaitu staff toko (admin) dan pemilik. Pertama staff membuat laporan transaksi yang

diambil dari pencatatan transaksi harian, kemudia menyerahkan laporan transaksi pada pemilik, lalu pemilik menerima laporan transaksi.

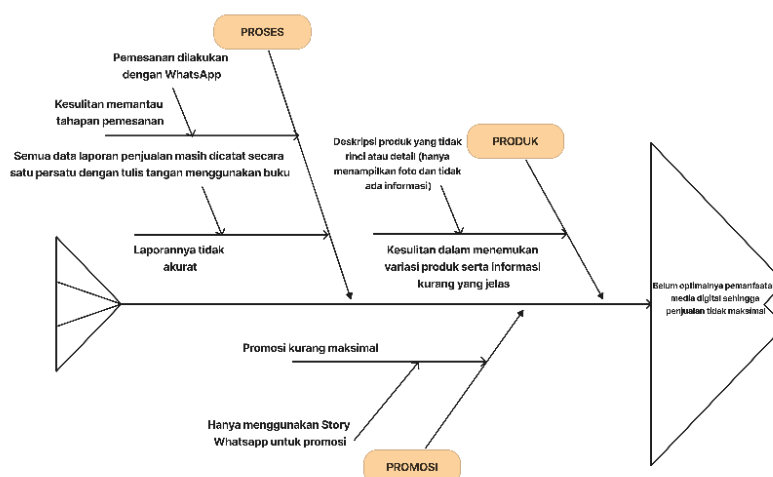


Gambar 6. Activity Diagram Pemesanan Offline

Berdasarkan gambar 6 *Activity Diagram* pemesanan (*offline*) yang dibuat menggambarkan dua aktor yang sedang berinteraksi yaitu pelanggan dan staff toko (admin). Pada tahap awal, pelanggan mengunjungi toko dan menentukan produk yang akan dipesan, kemudian staff toko melakukan konfirmasi pesanan jika produk tersedia maka staff toko mencatat pesanan, jika produk tidak tersedia maka pelanggan memilih produk kembali. Setelah staff toko mencatat pesanan pelanggan maka staff toko akan menyiapkan pesanan, dan memberikan informasi harga ke pelanggan, setelah itu pelanggan melakukan pembayaran bisa dengan transfer atau cash, kemudian staff toko menerima pembayaran dan menyerahkan pesanan, akhirnya pelanggan menerima pesanan.

3.2 Analisa Masalah

Pada tahap analisa masalah yaitu menggunakan *Fishbone Diagram*, yang tujuannya guna mengidentifikasi hubungan sebab-akibat dari suatu masalah. *Fishbone Diagram* pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong dalam gambar 7.



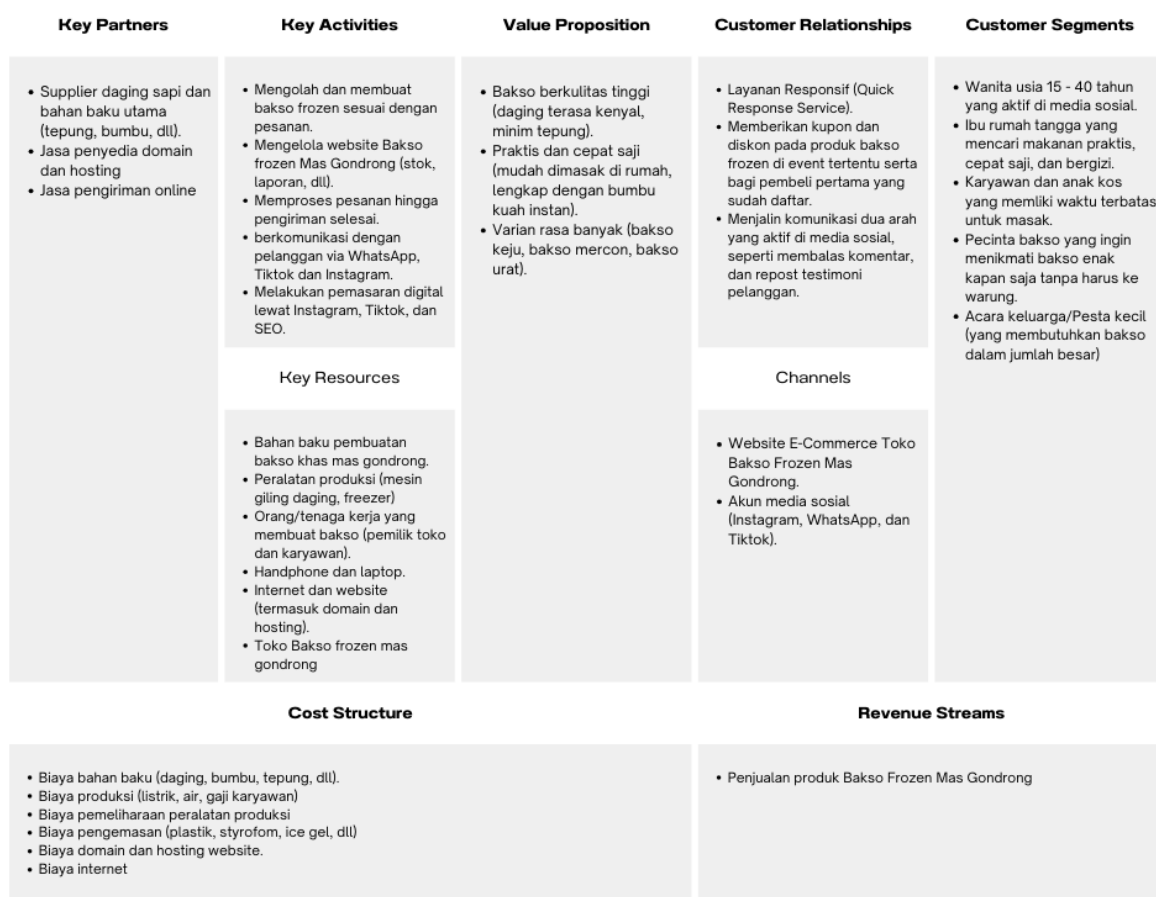
Gambar 7. Fishbone Diagram

Berdasarkan gambar 7 *Fishbone Diagram* yaitu terdapat 3 masalah. Pertama kategori masalah proses, penyebabnya pemesanan dilakukan dengan *WhatsApp*, akibatnya kesulitan dalam memantau tahapan pemesanan. Penjelasannya karena penjual harus membalas pesan satu persatu pembelinya

dengan memakan waktu yang lama. Serta calon pelanggan mengalami kesulitan dalam memantau tahapan pesanan karena belum tersedia sistem pemantauan yang bisa diakses secara mandiri. Penyebabnya semua data laporan penjualan masih dicatat satu persatu dengan tulis tangan menggunakan buku, akibatnya laporannya tidak akurat. Penjelasannya semua data laporan penjualan masih dicatat satu persatu dengan tulis tangan menggunakan buku karena belum tersedia sistem otomatis yang mendukung pengelolaan tersebut. Selain itu, tidak adanya sistem pelaporan dalam memperoleh data penting seperti produk terlaris dan laporan penjualan lainnya. Kategori masalah produk, penjelasannya Informasi tentang produk yang disajikan terbatas dan tidak memiliki katalog yang terorganisir. Menyebabkan calon pelanggan kesulitan dalam menemukan variasi produk dan kurangnya informasi. Kategori masalah promosi, penjelasannya Promosi hanya menggunakan fitur stories *WhatsApp* yang menyebabkan promosi kurang maksimal karena mengandalkan stories yang bersifat sementara.

3.3 Pemodelan Bisnis

Dalam tahap pemodelan bisnis yaitu menerapkan *Business Model Canvas*, yang tujuannya untuk menjamin bahwa setiap kegiatan berlangsung sesuai perencanaan dan memberikan output yang diharapkan. *Business Model Canvas* pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong dapat diamati pada gambar 8.

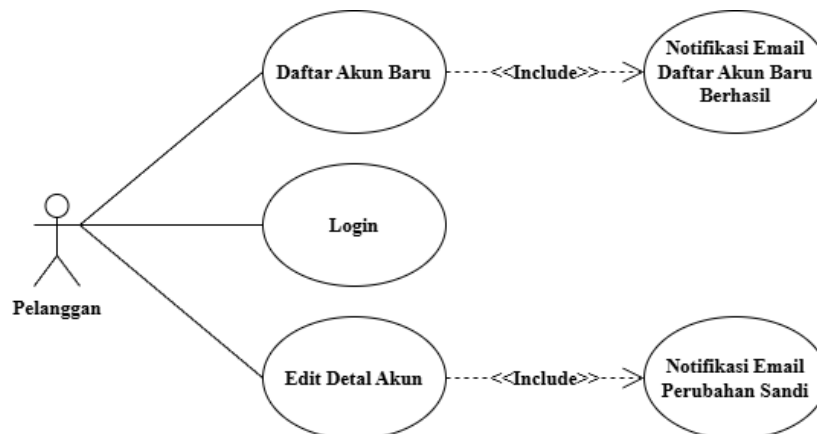


Gambar 8. Business Model Canvas

Berdasarkan gambar 8 *Business Model Canvas* yaitu memiliki tujuan dari *Value Proposition* ialah untuk mendefinisikan nilai unik produk bagi *Customer Segments* yang spesifik, sementara *Customer Relationships* menentukan jenis interaksi untuk mempertahankan segmen tersebut, dan *Channels* menjelaskan cara penyampaian nilai. Untuk mewujudkan nilai tersebut, bisnis harus melakukan *Key Activities* tertentu menggunakan *Key Resources*, seringkali dengan bantuan *Key Partners*. Semua aktivitas dan sumber daya ini menghasilkan *Cost Structure* (biaya) dan pada akhirnya, menghasilkan pendapatan melalui *Revenue Streams* (sumber penghasilan).

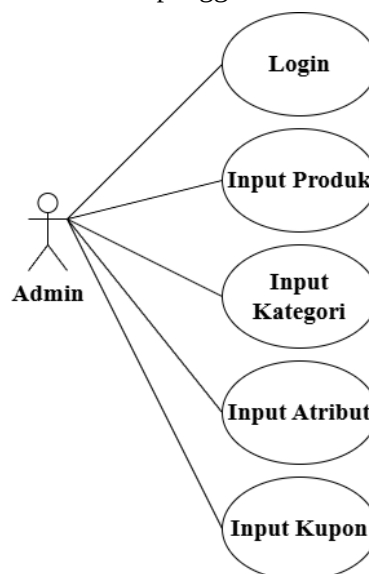
3.4 Perancangan Sistem

Pada tahap perancangan sistem yaitu menerapkan *Use Case Diagram*, yang tujuannya untuk memvisualisasikan hubungan antara aktor dengan *system*, dan mengidentifikasi kebutuhan *system*. *Use Case Diagram* pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong dapat diamati dalam gambar 9, 10, 11, dan gambar 12.



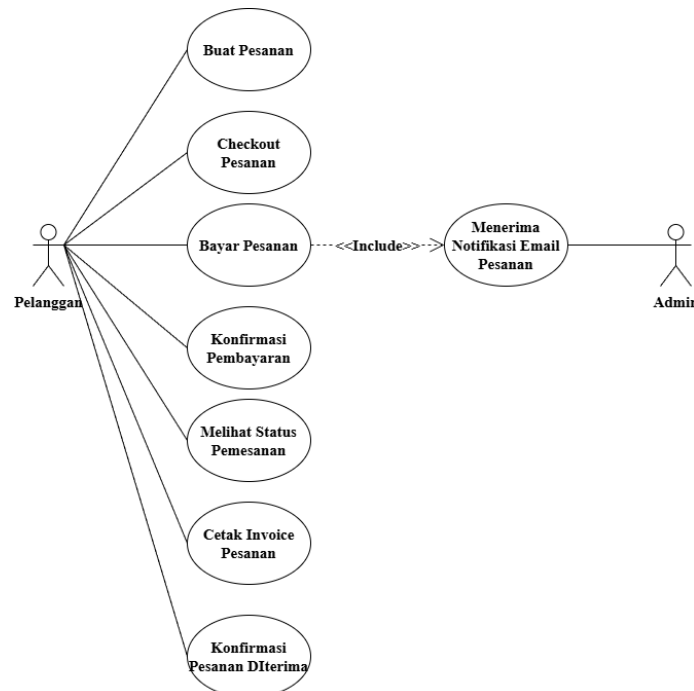
Gambar 9. *Use Case Diagram Master Pelanggan*

Berdasarkan gambar 9 *Use Case Diagram* tersebut mengilustrasikan interaksi fungsionalitas sistem antara dua aktor, yakni Pelanggan dan Admin, di mana Pelanggan dapat daftar akun baru yang secara otomatis memicu notifikasi email daftar akun baru berhasil, melakukan login, dan edit detail akun yang juga memicu notifikasi email perubahan sandi, sementara aktor admin memiliki kemampuan untuk melakukan login admin dan kelola akun pengguna dalam sistem.



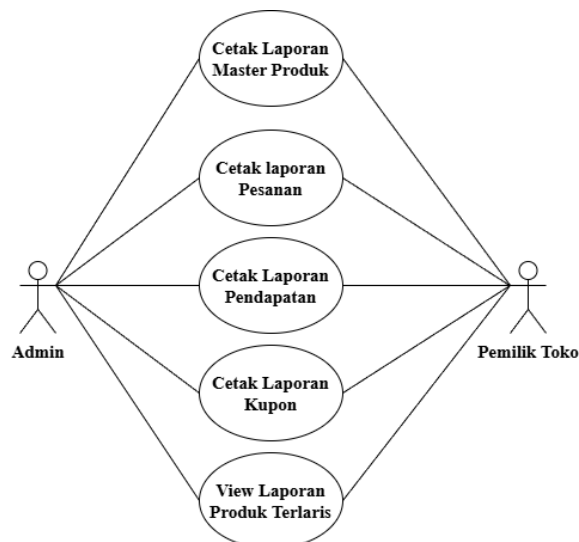
Gambar 10. *Use Case Diagram Master Admin*

Berdasarkan gambar 10 *Use Case Diagram* ini mengilustrasikan interaksi aktor tunggal, yaitu Admin, meliputi fungsionalitas login Wordpress untuk mengakses *dashboard*, serta fungsionalitas untuk mengelola inventaris seperti input produk, input kategori, input atribut (untuk produk), dan input kupon promosi.



Gambar 11. Use Case Diagram Transaksi

Berdasarkan gambar 11 *Use Case Diagram* ini mengilustrasikan alur fungsionalitas transaksi utama dalam sistem, di mana aktor Pelanggan memiliki serangkaian interaksi, mulai dari buat pesanan, checkout pesanan, dan bayar pesanan yang secara otomatis meng-include (mencakup) aksi menerima notifikasi email pesanan kepada aktor Admin; selanjutnya, Pelanggan dapat melaksanakan konfirmasi pembayaran, melihat status pemesanan, cetak invoice pesanan, dan konfirmasi pesanan diterima setelah barang atau layanan telah sampai.

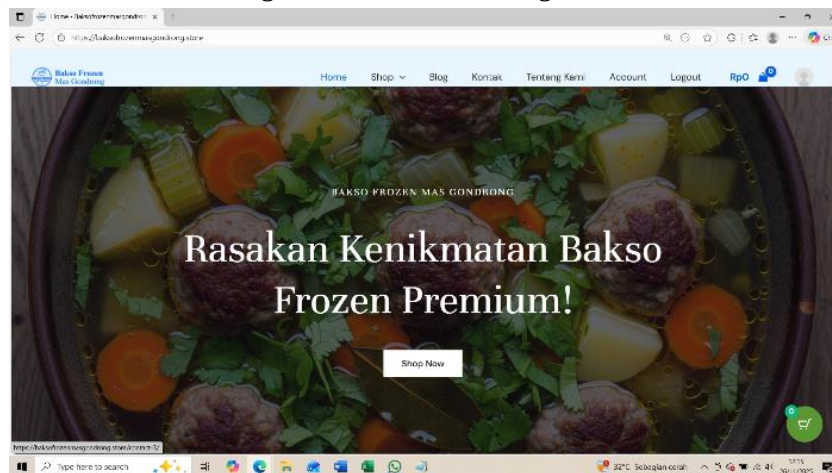


Gambar 12. Use Case Diagram Laporan

Berdasarkan gambar 12 *Use Case Diagram* ini menunjukkan interaksi dua aktor, yakni Admin dan Pemilik Toko, yang keduanya memiliki akses ke fungsionalitas pelaporan sistem yang sama, di mana mereka dapat cetak laporan master produk, cetak laporan pesanan, cetak laporan pendapatan, dan cetak laporan kupon, serta dapat view laporan produk terlaris untuk memantau performa penjualan.

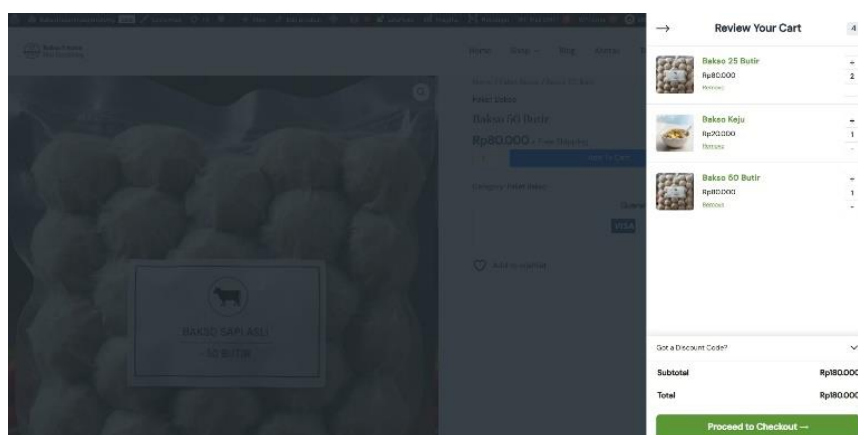
3.5 Implementasi Sistem

Pada tahap implementasi sistem yaitu menampilkan *User Interface* dari *website E-Commerce* toko Bakso Frozen Mas Gondrong dan hasil penerapan SEO. *User Interface* pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong bisa diketahui dalam gambar 13, 14, 15, dan gambar 16.



Gambar 13. *User Interface Home*

Berdasarkan gambar 13 *User Interface Home* tersebut menampilkan tampilan beranda dari situs web toko online Bakso Frozen Mas Gondrong, dengan *header* yang mencakup menu navigasi standar seperti *home*, *shop*, *blog*, kontak, tentang kami, *account*, *logout*, serta ikon keranjang belanja (Rp0) dan kolom pencarian, sementara bagian tengah didominasi oleh banner besar yang menarik perhatian dengan teks "Rasakan Kenikmatan Bakso Frozen Premium!" dan tombol ajakan bertindak (*Call-to-Action*) *shop now* yang mengarahkan pengguna untuk melakukan pembelian produk.



Gambar 14. *User Interface Cart*

Berdasarkan gambar 14 *User Interface Cart* tersebut menampilkan tampilan untuk melihat produk yang dipesan, total pesanan, harga pesanan. Sehingga memudahkan pelanggan untuk mengecek ulang produk yang dipesan.

Billing details

First name *

Last name *

Country / Region *

Indonesia

Street address *

Postcode / ZIP *

Phone (optional)

Email address *

Select Destination *

KELAPA DUA, KEBON JERUK, JAKARTA BARAT, DKI JAKARTA, 11... x ▾

☐ Ship to a different address?

Order notes (optional)

Your order

Product	Subtotal
Bakso 50	
Butir	Rp80.000
× 1	
Subtotal	Rp80.000

☒ JNT - EZ: **Rp10.000**

☐ JNE - CTC (1 day): **Rp10.000**

☐ JNE - CTCYES (1 day): **Rp18.000**

☐ JNE - CTCSPS (1 day): **Rp25.000**

Shipping

☐ JNE - JTR<130 (3 day): **Rp300.000**

☐ JNE - JTR>130 (3 day): **Rp450.000**

☐ JNE - JTR>200 (3 day): **Rp550.000**

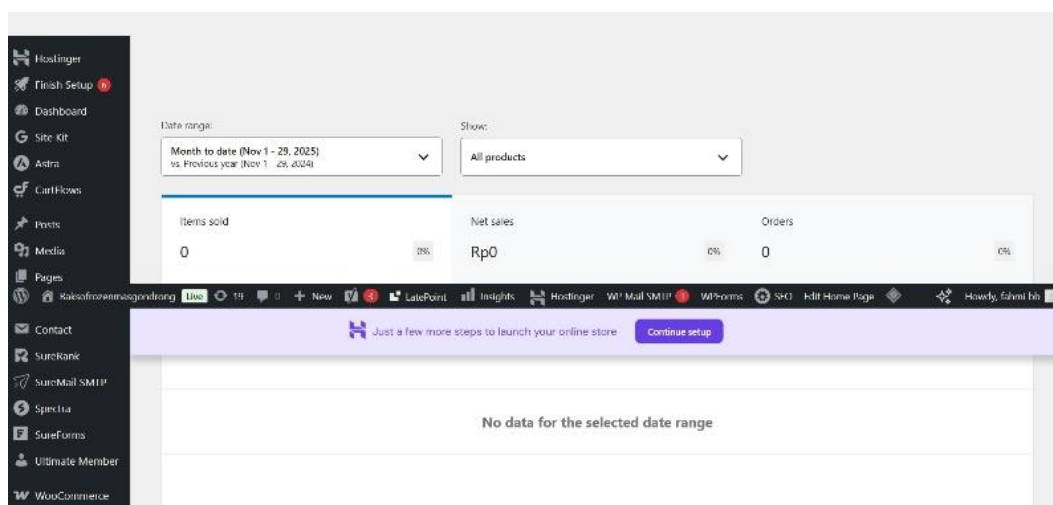
Total

Rp90.000

☒ All Supported Payment

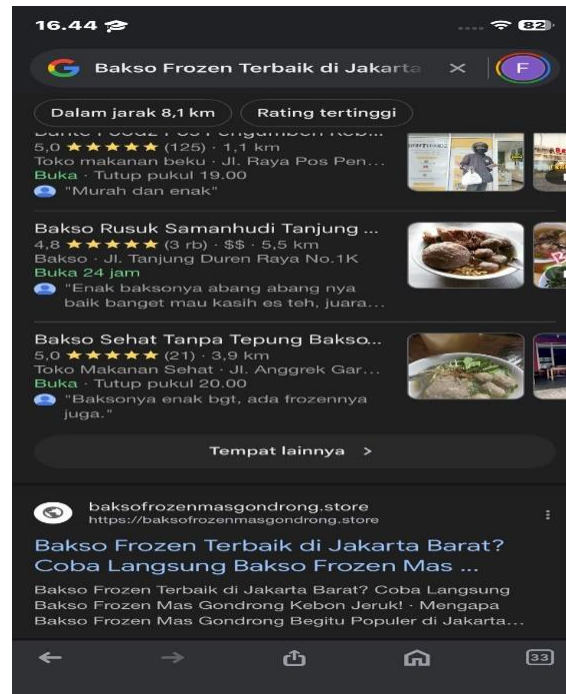
Gambar 15. *User Interface Checkout*

Berdasarkan gambar 15 *User Interface Checkout* menampilkan halaman yang berfungsi sebagai langkah akhir transaksi, terbagi menjadi dua kolom utama: di sebelah kiri terdapat billing details yang mewajibkan pengguna mengisi informasi pengiriman dan kontak lengkap, disertai opsi untuk memasukkan coupon code, sementara di sebelah kanan terdapat kolom your order yang merangkum daftar produk yang dipesan, subtotal, potongan kupon, berbagai pilihan metode pengiriman (misalnya JNE JTR, CTC, dll.) beserta estimasi biaya dan waktu pengiriman, yang kemudian diakhiri dengan tampilan Total keseluruhan pesanan yang harus dibayar.



Gambar 16. *Backend Display of Sold Product Report*

Berdasarkan gambar 16 *Backend Display of Sold Product Report* menampilkan halaman laporan penjualan *backend* menampilkan transaksi yang sudah selesai, termasuk nama pelanggan dan tanggal pembelian. Laporan penjualan produk merangkum total penjualan untuk setiap item selama periode waktu tertentu, dan laporan produk terlaris mencantumkan item dengan penjualan tertinggi untuk membantu pemilik merencanakan strategi stok dan promosi.



Gambar 17. Hasil Penerapan SEO

Berdasarkan gambar 17 keberhasilan *Search Engine Optimization* (SEO) dari situs web baksofrozenmasgondrong.store terlihat jelas karena situs tersebut berhasil menempati posisi teratas sebagai hasil organik (non-iklan) pertama yang muncul setelah bagian peta, dengan judul yang sangat relevan "Bakso Frozen Terbaik di Jakarta Barat? Coba Langsung Bakso Frozen Mas Gondrong" dan mengandung kata kunci yang dicari "Bakso Frozen Terbaik di Jakarta Barat", menunjukkan bahwa situs tersebut memiliki otoritas dan relevansi konten yang tinggi untuk kata kunci tersebut.

3.6 Pembahasan

Berdasarkan analisis, perencanaan, dan realisasi sistem *E-Commerce* berbasis *WordPress* pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong terbukti berhasil dan berjalan optimal. Sistem ini secara signifikan mengatasi masalah operasional sebelumnya dengan mengotomatisasi proses bisnis mulai dari pemesanan hingga pembayaran, yang tadinya rentan kesalahan melalui *WhatsApp*. Fitur-fitur terintegrasi seperti katalog produk, *checkout*, pembayaran otomatis, pemantauan, dan notifikasi meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mengurangi potensi kesalahan transaksi.

Dibandingkan dengan penelitian oleh Kurniawan [3], Hani Kustiyanti Kusnadi[4], dan Sultan Aulia Rahman [5] yang mengembangkan sistem menggunakan pemrograman PHP namun belum mengidentifikasi elemen strategi bisnis. *Business Model Canvas* (BMC) sebagai pemodelan bisnis dapat menentukan elemen strategi bisnis, sehingga memperkuat proposisi nilai, memperjelas segmentasi pelanggan, dan mengoptimalkan struktur biaya serta arus pendapatan. Selain itu, berbeda dengan penelitian Setiady Ibrahim Anwar [7] yang belum menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO). Penggunaan SEO pada penelitian ini dapat meningkatkan visibilitas di hasil pencarian, sehingga terbukti efektif menempatkan situs Toko Bakso Frozen Mas Gondrong pada posisi pertama hasil pencarian organik Google. Hal ini berakibat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan traffic dan daya saing Toko Bakso Frozen Mas Gondrong di pasar digital.

Secara operasional, sistem ini mengakurasi dan mengotomatiskan pencatatan transaksi serta informasi pelanggan, sekaligus menghasilkan laporan pesanan, penjualan, kupon, dan produk

terlaris secara langsung. Keberhasilan ini didukung oleh strategi pemasaran digital yang memanfaatkan *Search Engine Optimization* (SEO) serta *Business Model Canvas* (BMC), yang berguna sebagai acuan untuk memperluas pasar dan memperkuat posisi *brand* toko secara *online*.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian serta pengembangan menunjukkan bahwa pembuatan *E-Commerce* untuk meningkatkan penjualan menggunakan CMS pada toko Bakso Frozen Mas Gondrong berhasil dibangun dan berjalan dengan baik sesuai kebutuhan. Dengan adanya *website* ini diharapkan mampu membantu toko Bakso Frozen Mas Gondrong dalam proses pencatatan transaksi, pengelolaan, dan pemasaran yang lebih terstruktur dan efisien. Diharapkan juga *website* ini dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Namun, untuk ke depannya sistem ini masih perlu dikembangkan lebih lanjut, terutama dengan penambahan fitur pelacakan perjalanan layanan agar pelanggan dapat melacak proses layanan secara *real time* melalui *website*, sehingga dapat meningkatkan transparansi dan kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- [1] A. D. Yulia Dewati Ayu and Jakaria, "Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia," *Jurnal Ekonomi Trisakti*, vol. 3, no. 2, pp. 2891–2900, Aug. 2023, doi: 10.25105/jet.v3i2.17499.
- [2] Suprianto Ahmadi R., Harnani N., and Setiadiwibawa L., "Peningkatan Volume Penjualan Pada UMKM Industri Kreatif Makanan, Minuman Melalui E-Commerce Di Kota Bandung," vol. 22, no. 2, 2020, doi: 10.24198/sosiohumaniora.v22i2.24537.
- [3] Yani F., "Perancangan Aplikasi E-Delivery Pemesanan Frozen Food Untuk Toko Sosis PIJAY berbasis Web," *Indonesian Journal of Information Technology and Computer Science*, Vol. 02, No. 02, Juli, hlm. 204-211 2024.
- [4] H. K. Kusnadi *et al.*, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko WANMART Berbasis Web," *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, Vol. 8, no. 5 Oktober hlm. 10138-10146 2024.
- [5] Aulia Rahman S., Saputra Ardi Ardja M., Ichsan Rais M., S. Helmy, and H. Nugroho, "Sistem Informasi Perancangan Website E-Commerce Sebagai Media Penjualan Pada Toko ANGKASA Frozen Food," *Jurnal Regulasi Teknologi di Indonesia*, Vol. 1, no. 2 Desember 2023.
- [6] Maliki Arrafli R. and Li Hin L., "Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Abiie Frozen Food," *Jurnal Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi*, September 2022. [Online]. Available: <https://senafiti.budiluhur.ac.id/index.php>.
- [7] Anwar S. I. *et al.*, "E-Commerce FreezeMart untuk Penjualan Frozen Food dengan Sistem Rekomendasi Berbasis Content-Based Filtering," *Jurnal ICT: Information Communication & Technology*, vol. 25, pp. 13–19, 2025, [Online]. Available: <https://ejournal.ikmi.ac.id/index.php/jict-ikmi>.
- [8] Sulistianingsih I., Rizka A., Tasril V., D. Sanjaya, and R. Prameswara Ritonga, "Dampak Pemanfaatan Teknologi SEO dalam Pengembangan Website Promosi untuk Meningkatkan Visibilitas UMKM Pariwisata," *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 4, 2025, doi: 10.47065/jpm.v5i4.2424.
- [9] Farhan R. and Lusi F., "Implementasi Rancangan E-Commerce Pada Surya Timur Collection Dengan Metode Business Model Canvas (BMC) Berbasis Content Management System (CMS). *Jurnal IDEALIS*, Vol. 3, no. 1 Januari, hlm. 251-259 2020".
- [10] Albert and Ermatita, "Sistem Informasi Kerja Praktik Berbasis Website Untuk Optimasi Program Kerja Praktik Pada Perpustakaan Nasional Republik Indonesia." *Jurnal Sistem Informasi dan Aplikasi*. Vol. 1, Issue. 1, September hlm. 80-93 2023.
- [11] Hensel J and Haris D. A., "Perancangan Website Commerce Toko Pesona Bangunan." *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi*. " *Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi* November 2025.
- [12] Aristriyana E. and Ahmad Fauzi R., "Analisis Penyebab Kecacatan Produk Dengan Metode Fishbone Diagram Dan Failure Mode Effect Analysis (FMEA) Pada Perusahaan Elang Mas Sindang

- Kasih Ciamis,” *Jurnal Industrial Galuh*, vol. 4, no. 2, pp. 75–85, Feb. 2023, doi: 10.25157/jig.v4i2.3021.
- [13] Gustavian A., “Analisis Dan Implementasi E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas (Studi Kasus: Toko Jade Bag).” *Jurnal IDEALIS*, Vol. 3, no. 1, Januari, hlm. 260-266 2020.
- [14] Marwanto R. dan Muhammad Rizky R., “Rancang Bangun Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Haluan Indah Transporindo Berbasis Web.” *Jurnal Teknik Informatika*, Vol. 14, No. 1 Januari, hlm. 54-59 2022.
- [15] Apiani C. S. and Syifa R. H., “Strategi SEO On-Page dan Off-Page: Perbandingan dan Implikasi untuk Digital Marketing,” *LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren*, vol. 3, no. 1, Apr. 2025, doi: 10.35870/ljit.v3i1.4009.



ZONasi: Jurnal Sistem Informasi

Is licensed under a [Creative Commons Attribution International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)