

# PEMBUATAN WEBSITE PADA ARSYADAN SHOP MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BARANG

Faris Heru Wibowo

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer  
Universitas Dian Nuswantoro  
Jl. Nakula I No. 5-11 Semarang 50131  
Telp : (024) 3517261, Fax : (024) 3520165  
E-mail : [farish.wb@gmail.com](mailto:farish.wb@gmail.com)

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi jaringan dan internet sekarang berkembang sangat cepat dari tahun ke tahun, perkembangan teknologi yang sedemikian pesat ini terbukti telah mampu mengintegrasikan setiap detail informasi yang sebelumnya dianggap mustahil tercapai, internet sering digunakan sebagai media atau alat untuk menyampaikan informasi dan promosi penjualan produk secara online melalui website dimana informasi produk tersebut dapat diakses masyarakat luas. Metode dari penelitian ini adalah pengumpulan data primer, data sekunder, perencanaan, analisis, desain, implementasi, test dan pemeliharaan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang website dimana pelanggan dapat melakukan pemesanan barang dan menghasilkan e-commerce yang dapat menampilkan produk serta meningkatkan promosi dan pemesanan produk. Penelitian ini membahas mengenai pembuatan website menggunakan Content Management System (CMS) yang bisa diakses untuk pemesanan produk secara online yang akan diimplementasikan pada Arsyadan Shop. Dalam pembuatan website ini nantinya akan menjadi acuan untuk dapat merancang proses pemesanan produk dan sebagai promosi produk. Tool yang digunakan dalam pembuatan website CMS pada Arsyadan shop ini yaitu komponen lokomedia untuk sistem pemesanan produknya, sql untuk databasenya, dan script php sebagai dasar bahasa pemrograman yang digunakan. Dengan adanya website ini pihak toko akan lebih mudah untuk melakukan promosi produknya, pemesanan barang dapat dilakukan secara langsung melalui website ini, konsumen tidak harus datang ke Toko untuk memesan barang, Informasi tentang produk terbaru dapat terpublikasi dengan baik, dengan adanya aplikasi ini maka konsumen dapat melihat info tentang produk serta detailnya dengan lebih baik.

*Kata Kunci: Pembuatan Website CMS, Pemesanan produk*

## 1. PENDAHULUAN

Arsyadan Shop adalah usaha yang bergerak dibidang penjualan berbagai macam kaos. Hal ini menjadikan Arsyadan Shop harus mampu mengenalkan dan mempromosikan koleksinya ke semua konsumen di berbagai daerah dan berbagai lapisan masyarakat, namun dalam penyampaian informasi memakai cara yang sederhana, yaitu dengan penyebaran brosur, pemasangan spanduk, dan dari konsumen satu ke konsumen lainnya. Arsyadan Shop belum menggunakan website untuk sarana penyampaian informasi yang jangkauannya luas dan tidak terbatas.

## 2. E-COMERCE

*Electronic commerce (e-commerce)* adalah suatu penjualan secara elektronik, yang bisa dilakukan dari jarak jauh (teknologi marketing) yang digunakan di luar toko. Untuk tempat yang jauh sekalipun tetap dilakukan perdagangan dengan memanfaatkan *e-commerce*. Perubahan cara dan bentuk perdagangan telah mengubah, menggeser dan menaklukkan cara bisnis global yang tidak mengenal jarak dan waktu. Kegiatan yang dilakukan juga menjadi tidak banyak lagi diwakili oleh tenaga manusia di saat terjadi peningkatan keterpaduan telekomunikasi dan komputasi secara integral. Berdagang lewat elektronik merupakan tantangan dan ancaman bagi perdagangan tradisional.

## 2.1 Tipe E-Commerce

Ada 4 Tipe Aplikasi *e-commerce* berdasarkan jenis aplikasi yang digunakan yaitu :

### 1. I-Market

Suatu tempat atau arena di dunia maya dimana calon pembeli dan penjual saling bertemu untuk melakukan transaksi secara elektronik melalui medium Internet. Dari definisi tersebut terlihat bahwa tipe bisnis yang terjadi adalah B-to-C

### 2. Customer Care

Suatu usaha dari perusahaan untuk menjalin hubungan interaktif dengan pelanggan yang telah dimilikinya sebagian besar aplikasi yang dipergunakan bersifat B-to-C.

### 3. Vendors Management

Perusahaan melakukan proses pemesanan, pengadaan, dan pembelian bahan-bahan yang dibutuhkan dari berbagai pemasok dan vendor melalui Internet, dan para rekanan ini akan mengirimkannya kepada perusahaan sesuai dengan kebutuhan. Tipe B-to-B merupakan platform transaksi yang diterapkan dalam tipe *e-commerce* ini.

### 4. Extended Supply Chain

Melakukan optimisasi supply chain perusahaan dengan cara menjalin hubungan dengan seluruh rekanan atau pihak-pihak lain yang terlibat langsung dalam proses penciptaan produk atau jasa melalui jalur elektronik semacam Internet. Jelas terlihat bahwa seperti halnya tipe *e-commerce* Vendor Management, prinsip B-to-B merupakan platform yang diterapkan dalam pengembangan *e-commerce* terkait.

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan adalah:

### a. Wawancara

Penulis melakukan interview dengan cara melakukan tanya jawab diikuti dengan konfirmasi dengan sumber informasi secara langsung dari Owner Arsyadan Shop.

### b. Observasi

Yaitu pengamatan yang dilakukan dengan cara melakukan pengambilan dan catatan secara langsung di Arsyadan Shop yang beralamatkan di

Jalan Ronggo Kusumo No. 84 Ngemplak Kidul Margoyoso Pati sehingga akan memperoleh data yang dibutuhkan secara sistematis.

### c. Studi Pustaka dan Browsing

Pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku kepustakaan, jurnal-jurnal ilmiah, paper, tesis, dan mencari informasi dari internet mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan kebutuhan pembuatan tugas akhir ini.

Metode pengembangan sistem menggunakan *System Development Life Cycle Model* (SDLC Model). Metode pengembangan SDLC Model ini mengusulkan pendekatan pengembangan perangkat lunak yang sistematis dan *sekuensial*, metode ini didasarkan pada beberapa aktifitas berikut:

#### a. Perencanaan Sistem

Pengembangan sistem dimulai dengan mengadakan penelitian terhadap elemen-elemen kebutuhan sistem bersangkutan dan menjabarkan kebutuhan-kebutuhan tersebut serta menjabarkan kedalam panduan bagi pengembangan sistem ditahap berikutnya. Aspek-aspek yang berkaitan berupa elemen-elemen yang berkaitan dengan sistem, baik itu sumber daya manusia, perangkat keras, prosedur kerja organisasi maupun aspek lainnya, baik yang terkait secara langsung atau tidak langsung. Fase ini merupakan fase yang penting untuk mendapatkan gambaran utuh sistem guna pengembangan sistem bersangkutan kedalam bentuk penerapan sistem yang berbasis komputerisasi.

#### b. Analisis Sistem

Tugas yang sangat penting dalam tahap ini adalah menentukan masalah dan menghasilkan alternatif pemecahan masalah. Dan diharapkan untuk memahami sistem yang ada serta menentukan kebutuhan-kebutuhan pemakai dan hambatan-hambatan pada suatu sistem baru.

#### c. Desain Sistem

Tahap setelah analisis adalah desain sistem. Desain sistem menggambarkan bagaimana suatu sistem dibentuk yang dapat berupa penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa.

Tujuan dari pembuatan sketsa ini adalah memenuhi kebutuhan pemakai sistem serta memberikan gambaran yang jelas dan lengkap kepada pemrograman komputer yang telah ditentukan dalam tahap sebelumnya.

- d. Tahap Implementasi Sistem  
Merupakan tahap meletakkan sistem supaya siap dioperasikan. tahap ini juga termasuk kegiatan menuliskan kode program dengan menggunakan bahasa pemrograman komputer yang telah ditentukan dalam tahap sebelumnya.
- e. Testing (Uji Coba)  
Setelah proses penulisan kode program, langkah selanjutnya adalah proses pengujian sistem. Proses pengetesan sistem juga termasuk pengetesan program secara menyeluruh. Pengetesan ini adalah untuk memastikan bahwa elemen-elemen atau komponen dari sistem setelah berfungsi sesuai dengan yang diharapkan.
- f. Pemeliharaan Sistem  
Fase ini merupakan fase perawatan terhadap sistem yang telah dikembangkan dan diimplementasikan. Cakupan fase ini berupa proses perawatan terhadap sistem yang berkaitan dengan perawatan berkala dari sistem maupun proses terhadap perbaikan sistem manakala sistem menghadapi kendala dalam operasionalnya akibat masalah teknis dan non teknis yang tidak terindikasi dalam proses pengembangan sistem.

## 4. RANCANGAN SISTEM DAN IMPLEMENTASI

### 4.1 Analisis Sistem

#### 4.1.1 Analisis Sistem Yang Berjalan

Data atau informasi yang terdapat di Toko Arsyadan Shop antara lain :

1. Informasi tentang produk disebarkan melalui pembagian selebaran atau brosur, promosi dari mulut ke mulut, dan media massa lainnya kepada masyarakat umum.

2. Pemesanan dan pembelian oleh konsumen dilakukan dengan cara datang langsung ke Toko.

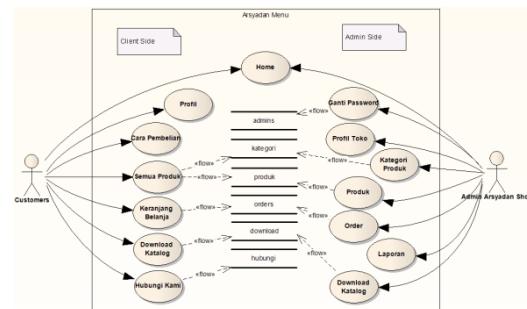
#### 4.1.2 Kel;emahan Sistem Yang Berjalan

1. Promosi produk yang dilakukan menggunakan media konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut dan media cetak kurang efektif karena tidak menjangkau pembeli secara luas.
2. Pembeli harus datang sendiri untuk membeli produk yang diinginkan sehingga pembeli hanya terbatas pada orang yang mau datang ke tempat penjualan saja.
3. Pencatatan pemesanan transaksi masih manual juga berpotensi terjadi kesalahan atau human error.

#### 4.1.3 Analisis Usulan

Dengan adanya *e-commerce*, masyarakat yang ingin mencari informasi produk mengenai Toko Arsyadan Shop tidak perlu repot untuk datang langsung ke Toko karena bisa mengakses *website* tersebut melalui komputer tanpa ada batasan waktu. Konsumen juga dapat melakukan pemesanan langsung secara online.

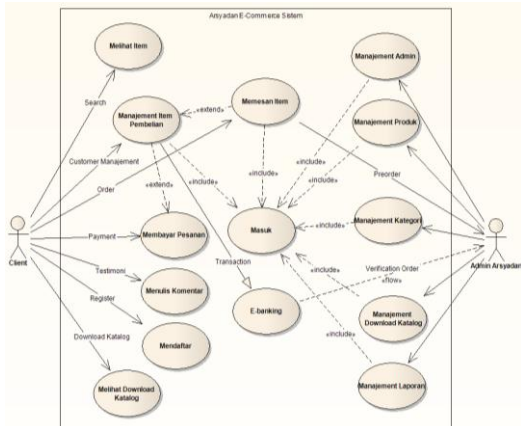
Implementasi Menu pada Arsyadan Shop di gambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Implementasi Menu

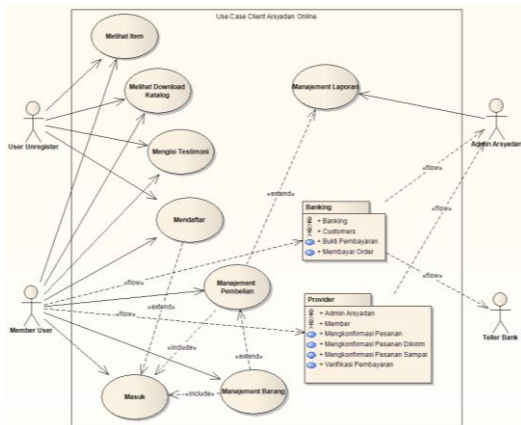
## 4.2 Perancangan Menu

Berikut ini merupakan perancangan menu dari *website* Arsyadan Shop adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Perancangan Menu

perancangan menu client Arsyadan Shop adalah sebagai berikut :

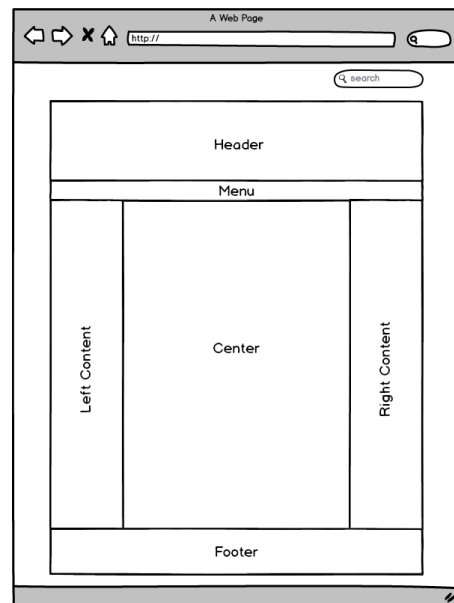


Gambar 3. Perancangan Menu Client

## 4.3 Desain layout

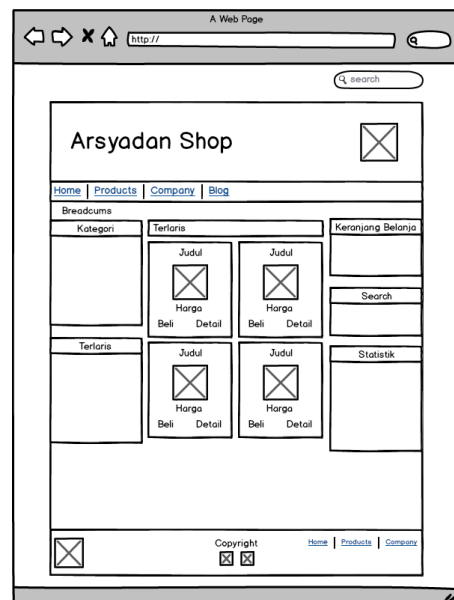
*Layout* merupakan rancangan antarmuka yang akan digunakan sebagai perantara *user* dengan perangkat lunak yang dikembangkan. Bila digambarkan dengan gambar sederhana, maka Sketsa dasar dan *Layout* Arsyadan Shop digambarkan sebagai berikut :

## Sketsa dasar Arsyadan Shop



Gambar 4. Skema Dasar

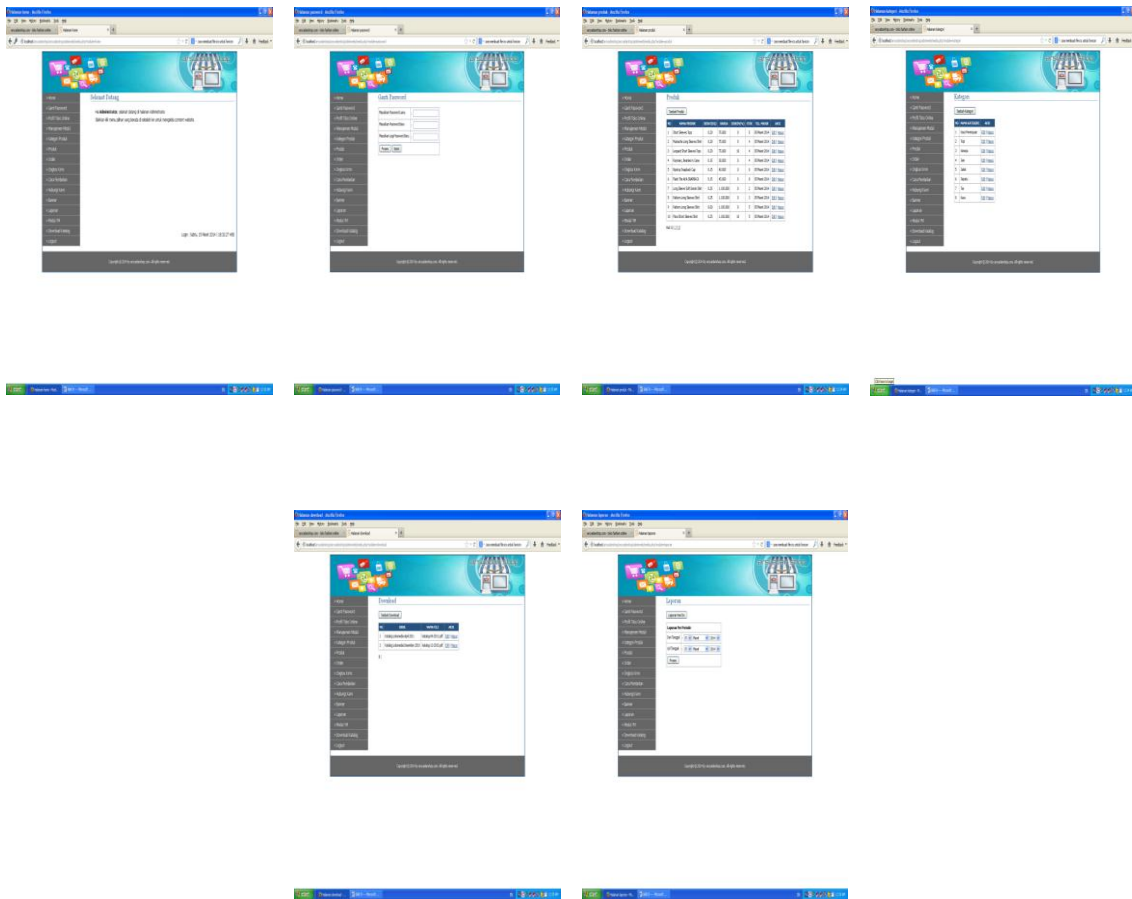
## Sketsa Layout Arsyadan Shop



Gambar 5. Skema Layout

## 4.4 Implementasi Sistem

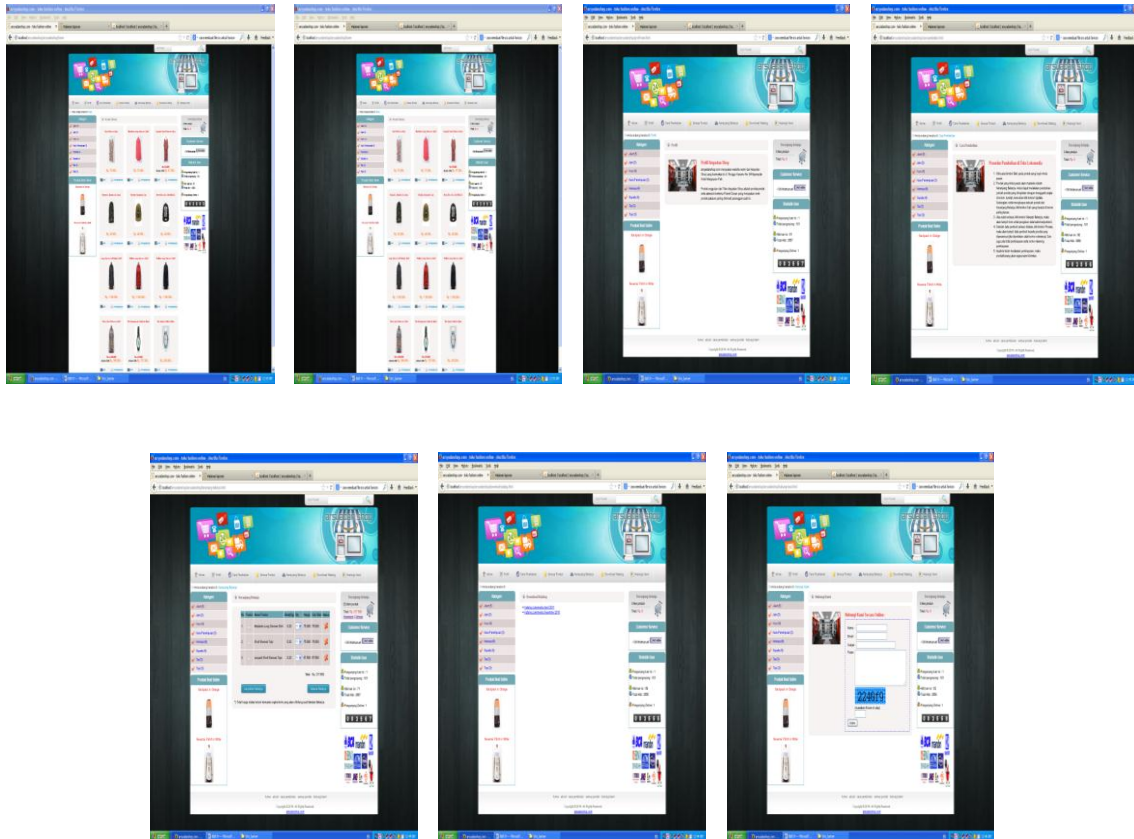
### 4.4.1 Antar Muka Menu Admin



Gambar 6. Antar Muka Admin

(Home, Management Admin, Management Produk, Management Kategori, management Download, Management Laporan)

#### 4.4.2 Antar Muka User



Gambar 7. Antar Muka User

(Home, Profil, Cara Pembelian, Semua Produk, Kranjang Belanja, Download Katalog, Hubungi Kami)

## 5. KESIMPULAN

### 5.1 Kesimpulan

1. Dengan adanya website ini akan lebih mempermudah pihak Toko Arsyadan Shop untuk melakukan promosi produknya.
2. Pemesanan barang dapat dilakukan secara langsung melalui website ini. Konsumen tidak harus datang ke Toko Arsyadan Shop untuk memesan barang.
3. Dengan adanya aplikasi ini, informasi tentang produk terbaru di Arsyadan Shop dapat terpublikasi dengan baik.
4. Dengan adanya aplikasi ini maka konsumen dapat melihat info tentang produk serta detailnya dengan lebih baik.

### 5.2 Saran

1. Disarankan agar kedepannya website ini bisa dikembangkan menjadi website yang lebih menarik lagi dengan menambahkan animasi dalam menyajikan produk.
2. Aspek keamanan website juga merupakan hal penting karena selain sebagai acuan agar terpeliharanya sebuah website dengan lebih baik, aspek ini juga berperan dalam menjaga intervensi pihak-pihak luar yang mungkin mengganggu sebuah website.
3. Proses transaksi diharapkan dapat dikembangkan menjadi otomatis agar lebih mempermudah pengguna dalam berinteraksi.

4. Penjualan Arsyadan Shop dapat dikembangkan melalui Twitter dan social media lainnya sehingga banyak pembeli yang mengunjungi website Arsyadan Shop.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, Philip; Gary, Amstrong (2008). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12 Jilid ke-1. Jakarta : Erlangga.
- [2] Suyanto, Muhammad (2007). *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- [3] <http://yurindra.wordpress.com/e-commerce/empat-tipe-aplikasi-electronic-commerce/>, diakses tanggal 10 Januari 2014.
- [4] Komputer, Wahana (2007). *Apa dan Bagaimana E-Commerce*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- [5] Purbo, Onno W, Purbo (2001). *Mengenal E-commerce*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- [6] Sutrisno, Joko (2011). *Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Dengan Metode SWOT : Studi Kasus PT. Chingmix Berhan Sejahtera*. JURNAL TELEMATIKA Vol. 3, No. 2, Jakarta.
- [7] Pressman, Roger S (2002). *Rekayasa Perangkat Lunak*. Yogyakarta : Andi Offset.
- [8] Nugroho, Adi (2010). *Rekayasa Perangkat Lunak Menggunakan UML Dan Java*. Yogyakarta : Andi Publisher.



[9]<http://pritha1904.blogspot.com/2013/01/definisi-mysql-apache-xampp.html>, diakses tanggal 11 Januari 2014.

[10][http://setiaelgero.files.wordpress.com/2012/12/praktikum\\_pti\\_a2\\_modul4\\_120521.pdf](http://setiaelgero.files.wordpress.com/2012/12/praktikum_pti_a2_modul4_120521.pdf), diakses tanggal 21 Maret 2014.

[11]<http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/121/jbptunikompp-gdl-s1-2007-meisaacрни-6026-11.-bab--i.doc>, diakses tanggal 21 Maret 2014.

[12]<http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/521/jbptunikompp-gdl-cahyasulia-26010-6-12.uniko-i.pdf>, diakses tanggal 21 Maret 2014.