

Implementasi Website E-Commerce Berbasis *Content Management System (CMS) Wordpress* Pada Toko Third Bouquet

Risma Eva Lestari¹, Aris Tri Jaka Harjanta²

^{1,2}Informatika, Universitas PGRI Semarang, Kota Semarang

Email*: rismaevalestari05@gmail.com¹

Abstract.

Third Bouquet Store is a business engaged in the service of creating bouquets such as money bouquets, snack bouquets, flowers, dolls, and others. Located in East Semarang, Semarang City, Third Bouquet markets its products through physical stores and social media such as Instagram and WhatsApp. However, in its development, this business faces challenges in promoting sales, making it difficult for products to sell. Additionally, the decline in customer trust due to a lack of detailed information about the products also presents a problem for Third Bouquet Store. This research aims to design and develop an e-commerce system based on WordPress CMS, to support the digital marketing process and online transactions. The methods used include the Business Model Canvas (BMC) approach for business model planning, as well as Search Engine Optimization (SEO) to ensure the website is easily found by potential customers through search engines. The developed website features a product catalog, cart shopping, checkout process, and automatic payment systems through bank transfers or e-wallets. In addition, promotional coupon features and reports on sales and best-selling bouquet products are provided and displayed automatically. With the existence of this website, it is expected to significantly increase the visibility and sales of Third Bouquet products.

Keywords: *Third Bouquet, E-commerce, WordPress CMS, SEO, Business Model Canvas, Automatic Payment System*

Abstrak

Toko Third Bouquet merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa pembuatan buket seperti bouquet uang, snack, bunga, boneka, dan lainnya. Berlokasi di Semarang Timur, Kota Semarang. Third Bouquet memasarkan produknya melalui toko fisik serta media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Namun, dalam perkembangannya usaha ini mengalami kendala dalam mempromosikan penjualan sehingga produk sulit terjual. Selain itu, turunnya kepercayaan pelanggan karena kurangnya informasi detail mengenai produk juga menjadi permasalahan pada Toko Third Bouquet. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sistem e-commerce berbasis WordPress CMS, guna mendukung proses pemasaran digital dan transaksi secara daring. Metode yang digunakan mencakup pendekatan Business Model Canvas (BMC) untuk perencanaan model bisnis, serta Search Engine Optimization (SEO) agar website mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui mesin pencari. Website yang dikembangkan menyediakan fitur katalog produk, keranjang belanja, proses checkout, dan sistem pembayaran otomatis melalui transfer bank maupun e-wallet. Selain itu, disediakan fitur kupon promosi serta laporan penjualan dan produk buket terlaris yang ditampilkan secara otomatis. Dengan adanya website ini, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk Third Bouquet secara signifikan.

Kata Kunci: *Third Bouquet, E-commerce, CMS Wordpress, SEO, Business Model Canvas, Sistem Pembayaran Otomatis*

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam strategi pemasaran dan aktivitas transaksi bisnis, termasuk bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Agar dapat bertahan dan berkembang, para pelaku usaha perlu mengoptimalkan pemanfaatan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Salah satu tantangan yang sering dihadapi UMKM adalah keterbatasan dalam mempromosikan produk secara maksimal serta membangun kepercayaan pelanggan. Situasi ini juga dialami oleh Toko Third Bouquet, sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa pembuatan buket uang, snack, bunga, dan sejenisnya yang berlokasi di Semarang Timur. Walaupun telah memanfaatkan toko fisik dan media sosial untuk menjual produknya, keterbatasan informasi produk dan jangkauan pasar masih menjadi kendala utama.

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan website *e-commerce* mampu mendorong peningkatan daya saing UMKM melalui promosi yang lebih luas, sistem transaksi yang terintegrasi, serta peningkatan profesionalisme bisnis. CMS seperti WordPress [1] banyak digunakan karena kepraktisan dan fleksibilitasnya dalam pengembangan situs web. Selain itu, pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) sering dipakai dalam merancang strategi bisnis digital yang menyeluruh, sedangkan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) berperan penting dalam meningkatkan keterlihatan situs di hasil pencarian. Meskipun demikian, pengembangan sistem *e-commerce* untuk jenis usaha kreatif seperti bouquet masih jarang mendapat perhatian, padahal usaha ini menuntut penyampaian visual yang menarik dan deskripsi produk yang informatif..

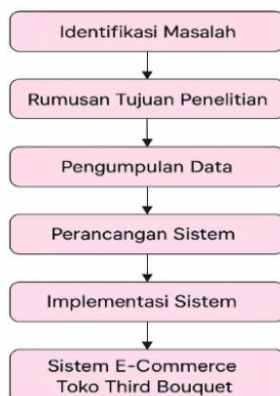
Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sistem *e-commerce* berbasis WordPress CMS bagi Toko Third Bouquet dengan memanfaatkan BMC sebagai strategi perencanaan dan SEO untuk optimasi mesin pencari. Sistem yang dibangun akan mencakup fitur katalog produk, keranjang belanja, checkout, sistem pembayaran otomatis, kupon promosi, serta laporan penjualan. Diharapkan solusi ini mampu mengatasi kendala promosi dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, sehingga berdampak langsung pada peningkatan penjualan dan pertumbuhan usaha secara keseluruhan.

2. Metode

2.1. Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah dalam penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Toko Third Bouquet, yaitu kurang optimalnya promosi dan terbatasnya jangkauan pasar. Setelah itu, ditetapkan tujuan penelitian untuk merancang dan membangun sistem *e-commerce* berbasis CMS WordPress yang didukung oleh pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) [2] serta teknik optimasi mesin pencari (SEO).

Tahap pengembangan sistem mencakup implementasi menggunakan WordPress [3], pemetaan strategi bisnis melalui BMC, serta penerapan teknik SEO untuk meningkatkan keterlihatan situs di mesin pencari.



Gambar 1. Langkah-langkah

2.2. Metodologi Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui beberapa metode:

a. Observasi,

Peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap proses penjualan yang dilakukan melalui media sosial dan toko fisik.

b. Wawancara

Dialog langsung dengan pemilik usaha untuk mengenai permasalahan yang dihadapi, kebutuhan sistem, serta harapan terhadap *e-commerce* yang akan dikembangkan.

c. Analisis Dokumen

Informasi yang sudah didapat sebelumnya dimanfaatkan sebagai bahan pendukung dalam proses perancangan sistem.

d. Studi Literatur

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengembangan *e-commerce* untuk UMKM, pemanfaatan platform WordPress [4], penerapan pendekatan *Business Model Canvas*, serta penggunaan teknik SEO dijadikan sebagai dasar referensi dalam perancangan dan pembangunan sistem.

2.3. Perancangan Bisnis

Perancangan bisnis dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat bantu untuk merancang model bisnis digital Toko Third Bouquet. BMC digunakan karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana sebuah usaha menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai dalam konteks bisnis digital. Model ini terdiri dari sembilan elemen utama, yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure* [5]. Melalui pemetaan BMC, peneliti dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan model bisnis yang sedang berjalan serta merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mengembangkan sistem *e-commerce*.

2.4. Metode Perancangan Sistem

Perancangan sistem memanfaatkan pendekatan *Unified Modeling Language* (UML). Sebelumnya, dilakukan analisis menggunakan *fishbone diagram* [6] guna mengidentifikasi akar permasalahan dari berbagai sudut pandang, termasuk aspek Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Sumber Daya Manusia, Proses, Bukti Fisik, dan Kualitas.

Setelah permasalahan diidentifikasi, dilakukan pemodelan sistem baru menggunakan beberapa diagram UML, seperti:

- *Use Case Diagram*: Untuk menggambarkan interaksi antara pengguna dan sistem.
- *Activity Diagram*: Untuk memetakan alur proses dalam sistem.
- *Class Diagram*: Untuk merancang struktur data dan relasi antar entitas dalam sistem.

2.5. Metode Search Engine Optimization (SEO)

Untuk meningkatkan visibilitas website Toko Third Bouquet di mesin pencari seperti Google, diterapkan berbagai strategi SEO [7]. Beberapa langkah yang dilakukan antara lain:

- Melakukan riset kata kunci yang relevan dengan produk yang ditawarkan.
- Mengoptimalkan struktur URL, judul halaman, serta meta deskripsi agar lebih ramah mesin pencari.
- Menggunakan tag heading (H1, H2, H3) secara sistematis dan terorganisir.
- Menerapkan teknik SEO pada gambar, seperti penamaan file yang sesuai dan penggunaan alt text.
- Meningkatkan kecepatan akses dan responsivitas website di berbagai perangkat.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menghasilkan sistem *e-commerce* berbasis WordPress [8] yang dirancang untuk mengatasi kendala promosi dan transaksi di Toko Third Bouquet. Sistem ini

dikembangkan dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan dioptimalkan menggunakan teknik SEO. Bagian ini membahas hasil analisis, perancangan, dan pengembangan sistem secara rinci, dimulai dari identifikasi masalah utama yang dihadapi toko.

3.1. Analisis Masalah (*Fishbone Diagram*)

Berdasarkan observasi dan wawancara, ditemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh Toko Third Bouquet, antara lain:

a. *People* (Sumber Daya Manusia)

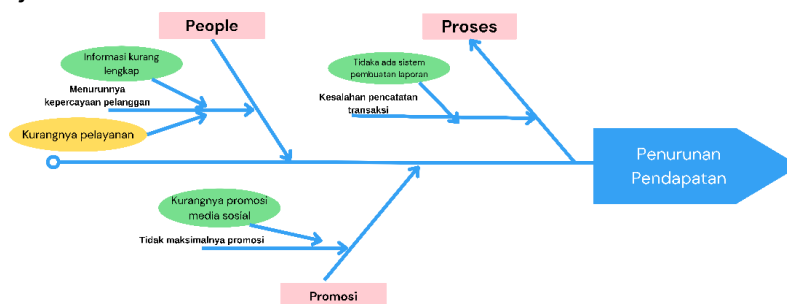
- Kurangnya pelayanan kepada pelanggan berdampak pada kepuasan dan pengalaman pelanggan yang menurun.
- Informasi produk yang kurang lengkap membuat pelanggan ragu, sehingga memicu menurunnya kepercayaan pelanggan terhadap toko.

b. Proses

Tidak adanya sistem yang mendukung dalam pembuatan laporan penjualan menyebabkan kesalahan pencatatan transaksi, yang berdampak pada ketidakakuratan data penjualan.

c. Promosi

Toko belum melakukan promosi secara maksimal, khususnya melalui media sosial. Hal ini mengakibatkan jangkauan pasar yang terbatas, sehingga memengaruhi tingkat penjualan secara keseluruhan.



Gambar 2. Fishbone Diagram

3.2. *Business Model Canvas*



Gambar 3. *Business Model Canvas*

Berikut penjelasan singkat *Business Model Canvas* (BMC) untuk Third Bouquet:

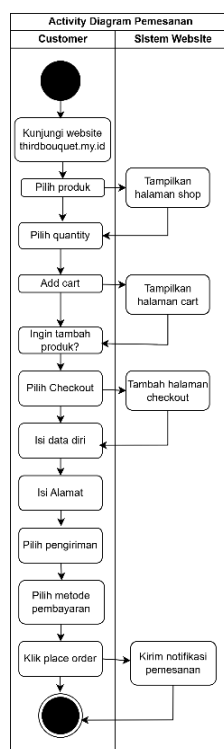
- Key Partners** (Supplier bahan baku, jasa pengiriman lokal, penyedia domain & hosting).
- Key Activities** (Produksi buket custom, pengelolaan website, promosi online, pengiriman produk).

- *Value Proposition* (Buket unik dan custom, kualitas terjamin, pemesanan mudah, desain estetik, layanan antar).
- *Customer Relationships* (Respon cepat via chat, program diskon, testimoni pelanggan).
- *Customer Segment* (Konsumen individu dan korporat/event organizer).
- *Channels* (Website WordPress dan media sosial seperti Instagram, WhatsApp).
- *Key Resources* (Tim produksi, bahan baku, website, aset digital seperti foto/logo).
- *Cost Structure*: (Biaya bahan, hosting, promosi, dan pengiriman).
- *Revenue Streams*: (Penjualan buket custom, bundling promo, biaya antar, aksesoris tambahan).

3.3. Rancangan Sistem

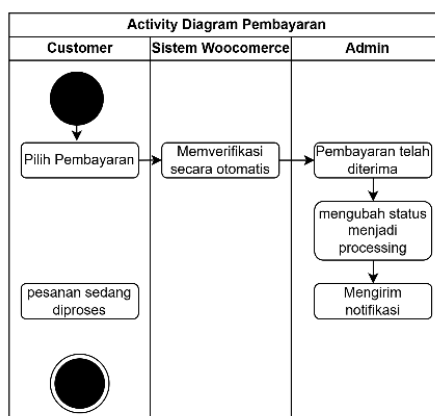
Alur dari aktivitas dalam sistem digambarkan melalui *activity diagram*.

a. Proses pemesanan produk



Gambar 4. Activity Diagram proses pemesanan

b. Proses pembayaran



Gambar 5. Activity Diagram proses pembayaran

```

graph LR
    Admin((Admin))
    Customer((Customer))

    Admin --> UC1(Ubah Status Pesanan menjadi processing)
    Admin --> UC2(Melihat Pesanan)
    Admin --> UC3(Input nomor resi)
    Admin --> UC4(ubah Status Processing menjadi Completed)

    Customer --> UC5(login)
    Customer --> UC6(pemesanan)
    Customer --> UC7(Pembayaran)
    Customer --> UC8(Terima Notif Pembayaran)
    Customer --> UC9(Pilih metode Pembayaran)

    UC6 --> UC6_1(isi form)
    UC6 --> UC6_2(menambahkan ke keranjang)
    UC6 --> UC6_3(Memilih Produk di Shop)

    UC4 --> UC4_1(Pembayaran via webstie)
    UC4_1 --> UC4_2(Pemesanan via webstie)
  
```

```

graph LR
    Admin((Admin)) --> CetakLaporan(Cetak Laporan)
    CetakLaporan --> LaporanPendapatan(Laporan Pendapatan)
    CetakLaporan --> LaporanOrder(Laporan Order)
    CetakLaporan --> LaporanProduk(Laporan Produk)
    CetakLaporan --> LaporanProdukTerlaris(Laporan Produk Terlaris)
    CetakLaporan --> LaporanKupon(Laporan Kupon)
  
```

```

classDiagram
    class User {
        string name
        string username
        string password
        string email
        int age
        bool isMale
        int role
        string phoneNo
        bool isBlocked
        bool isDeleted
        bool isVerified
    }
    class Admin {
        string username
        string password
        bool isBlocked
        bool isDeleted
        bool isVerified
    }
    class Order {
        string orderId
        string productId
        int quantity
        string shippingAddress
        string shippingMethod
        string shippingStatus
        string shippingDate
        string shippingTime
        string shippingCost
        string shippingNotes
    }
    class Product {
        string productId
        string productName
        int stock
        string category
        string subCategory
        string brand
        string price
        string description
    }
    class Supplier {
        string supplierId
        string supplierName
        string supplierAddress
        string supplierPhone
        string supplierEmail
    }
    class Representative {
        string representativeId
        string representativeName
        string representativeAddress
        string representativePhone
        string representativeEmail
    }
    User "1" -- "*" Order
    Admin "1" -- "*" Order
    Order "1" -- "*" Product
    Product "1" -- "*" Supplier
    Product "1" -- "*" Representative
  
```

The UML class diagram illustrates the structure of a system with the following classes and their attributes/methods:

- User**:
 - Attributes: `string name`, `string username`, `string password`, `string email`, `int age`, `bool isMale`, `int role`, `string phoneNo`, `bool isBlocked`, `bool isDeleted`, `bool isVerified`.
 - Methods: `login()`, `logout()`, `register()`, `updateProfile()`, `deleteProfile()`, `verifyEmail()`.
- Admin**:
 - Attributes: `string username`, `string password`, `bool isBlocked`, `bool isDeleted`, `bool isVerified`.
 - Methods: `login()`, `logout()`, `register()`, `updateProfile()`, `deleteProfile()`, `verifyEmail()`.
- Order**:
 - Attributes: `string orderId`, `string productId`, `int quantity`, `string shippingAddress`, `string shippingMethod`, `string shippingStatus`, `string shippingDate`, `string shippingTime`, `string shippingCost`, `string shippingNotes`.
 - Methods: `createOrder()`, `updateOrder()`, `deleteOrder()`, `verifyOrder()`.
- Product**:
 - Attributes: `string productId`, `string productName`, `int stock`, `string category`, `string subCategory`, `string brand`, `string price`, `string description`.
 - Methods: `createProduct()`, `updateProduct()`, `deleteProduct()`, `verifyProduct()`.
- Supplier**:
 - Attributes: `string supplierId`, `string supplierName`, `string supplierAddress`, `string supplierPhone`, `string supplierEmail`.
 - Methods: `createSupplier()`, `updateSupplier()`, `deleteSupplier()`, `verifySupplier()`.
- Representative**:
 - Attributes: `string representativeId`, `string representativeName`, `string representativeAddress`, `string representativePhone`, `string representativeEmail`.
 - Methods: `createRepresentative()`, `updateRepresentative()`, `deleteRepresentative()`, `verifyRepresentative()`.

Relationships between classes:

- User** and **Admin** are associated with **Order** (1 to many).
- Order** is associated with **Product** (1 to many).
- Product** is associated with **Supplier** (1 to many).
- Product** is associated with **Representative** (1 to many).

3.6. Tampilan Layar

Pada tampilan layer ini terdapat dua tampilan yaitu *front end* dan *back end*

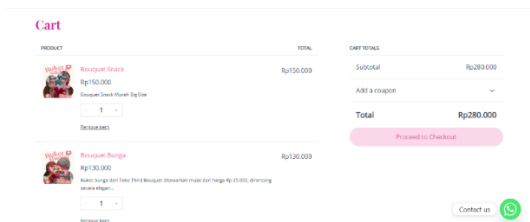
a. Front end



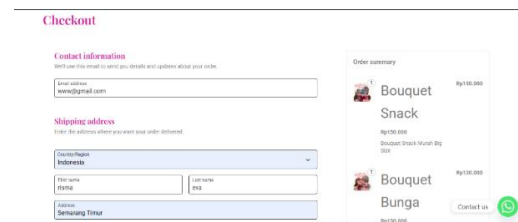
Gambar 9. Tampilan Halaman Home



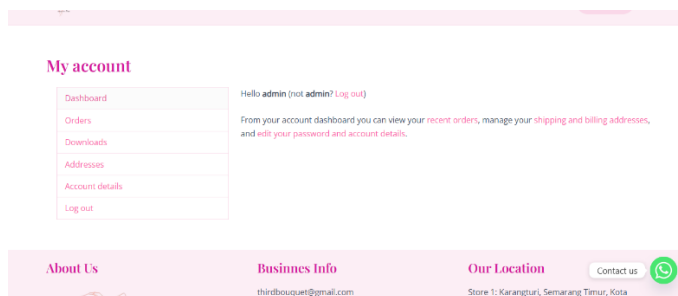
Gambar 10. Tampilan Halaman Shop



Gambar 11. Tampilan Halaman Cart

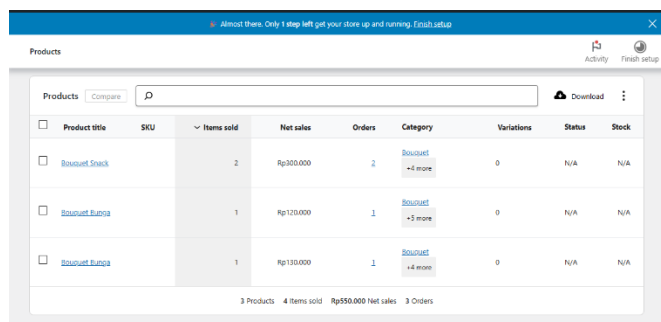


Gambar 12. Tampilan Halaman Checkout

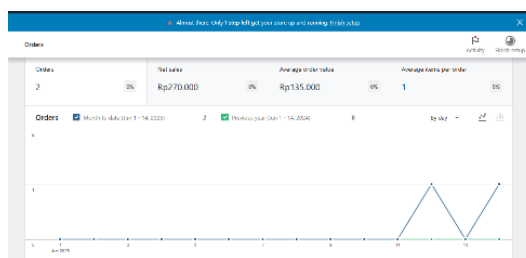


Gambar 13. Tampilan Halaman My Account

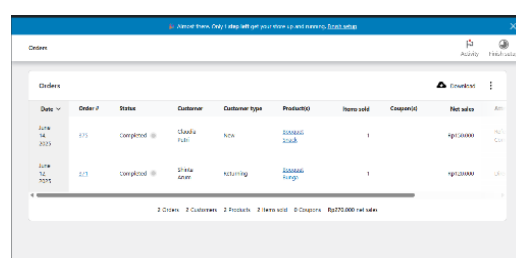
b. Back end



Gambar 14. Data Top Produk



Gambar 15. Grafik Penjualan



Gambar 16. Laporan Penjualan

3.7. Search Engine Optimization

Penerapan SEO fungsinya sangat efektif dalam membangun kepercayaan pelanggan. Dengan SEO situs web mudah ditemukan oleh calon pembeli melalui mesin pencari. Akhirnya berdampak langsung pada peningkatan penjualan produk. Penerapannya menggunakan keyword pencarian yang relevan dengan situs website. Pada website ini digunakan keyword “buket murah semarang”. Dengan menggunakan keyword tersebut pada mesin pencari di google maka otomatis website mudah ditemukan calon pembeli. Akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan produk.

3.8. Strategi Marketing

Strategi marketing untuk toko Third Bouquet difokuskan pada pemanfaatan Instagram sebagai media promosi utama karena platform ini sangat efektif untuk menampilkan visual produk rangkaian bunga yang estetik dan menarik. Promosi dilakukan secara konsisten melalui unggahan feed, Reels, dan Instagram Stories yang menampilkan koleksi buket terbaru, proses pembuatan, hingga testimoni pelanggan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan sistem e-commerce menggunakan WordPress CMS pada Toko Third Bouquet mampu mengatasi permasalahan utama yang ada, seperti kurang optimalnya promosi, minimnya informasi produk, dan ketiadaan sistem transaksi yang terintegrasi. Dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC), strategi bisnis dapat dirancang secara lebih tepat sasaran, sementara teknik Search Engine Optimization (SEO) turut membantu meningkatkan visibilitas toko di mesin pencari. Pengembangan fitur seperti katalog produk, keranjang belanja, proses checkout, sistem pembayaran otomatis, kupon diskon, dan laporan penjualan yang terintegrasi terbukti efektif dalam memperluas cakupan pasar serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap profesionalitas toko. Oleh karena itu, kehadiran website ini menjadi solusi digital yang tidak hanya memperkuat eksistensi UMKM secara online, tetapi juga mendukung peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha dalam menghadapi tantangan era digital.

5. Referensi

- [1] Faisal, Anita Diana, and Dyah Retno Utari. "Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Wordpress Pada Toko Pesona Tanaman." *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer dan Informatika* 5.3 (2021): 121-131.
- [2] Sukarno, Bangkit Rambu, and Muhamad Ahsan. "Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 4.2 (2021): 51-61.
- [3] R. Faisal, Faisal, Anita Diana, and Dyah Retno Utari. "Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Wordpress Pada Toko Pesona Tanaman." *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer dan Informatika* 5.3 (2021): 121-131.
- [4] Eryc, Eryc, and Chris Chris. "Perancangan dan Implementasi Website di Sekolah SMA Cerdas Mulia Menggunakan sistem CMS berbasis Wordpress." *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*. Vol. 4. No. 1. 2022.
- [5] Sukarno, Bangkit Rambu, and Muhamad Ahsan. "Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 4.2 (2021): 51-61.
- [6] Aristriyana, Eky, and Rizki Ahmad Fauzi. "Analisis Penyebab Kecacatan Produk Dengan Metode Fishbone Diagram Dan Failure Mode Effect Analysis (Fmea) Pada Perusahaan Elang Mas Sindang Kasih Ciamis." *Jurnal Industrial Galuh* 4.2 (2022): 75-85.

- [7] Dewanto, Fiky Budi, et al. "Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan." *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)* 12.4 (2023): 709-715.
- [8] Sutrisno, Billy Adam, and Bima Cahya Putra. "Implementasi CMS Wordpress Pada Jogja Motor Sports Berbasis E-Commerce." *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System* 3.1 (2020): 1-6.