

Terbit online pada laman : <http://teknosi.fti.unand.ac.id/>

## Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi

| ISSN (Print) 2460-3465 | ISSN (Online) 2476-8812 |



# Pemanfaatan Content Management System *Wordpress* Dalam Pembuatan Website Penjualan Parfum

Dean Fisabil Andwi <sup>a</sup>, Sri Ulfa Berliani <sup>b</sup>, Muhammad Afif <sup>c</sup>, Faradila Suwandi <sup>d</sup>

### INFORMASI ARTIKEL

#### Sejarah Artikel:

Diterima Redaksi: 00 Februari 0000

Revisi Akhir: 00 Maret 0000

Diterbitkan Online: 00 April 0000

### KATA KUNCI

*content management system, e-commerce, wordpress, woocommerce, parfum*

### KORESPONDENSI

deanfisabilandwi@gmail.com <sup>a</sup>sriulfaberliani2002@gmail.com <sup>b</sup>muhammad.afif250302@gmail.com <sup>c</sup>faradilasuwandi@gmail.com <sup>d</sup>

### ABSTRACT

Aether merupakan bisnis yang bergerak dalam industri parfum non-alkohol. Usaha penjualan parfum ini bergerak melalui offline dan online store, salah satunya dengan memanfaatkan *e-commerce*. *E-commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen melalui sistem elektronik seperti internet, WWW (Word Wide Web), atau jaringan komputer lainnya. Dengan adanya *e-commerce*, pelanggan dapat dengan mudah berbelanja tanpa harus datang ke toko fisik. Dalam membangun *e-commerce* tidak perlu memiliki keahlian teknis dalam membuat *website*. Pada penelitian ini kami menggunakan Content Management System (CMS) dalam membangun *e-commerce* bisnis parfum non-alkohol. Pembuatan website dengan CMS cukup dengan mengatur dan mengelola konten situs web sesuai keinginan. Platform CMS yang digunakan yaitu Wordpress dengan *plugin* WooCommerce. *Plugin* Woocommerce dapat menampilkan produk untuk dijual dan melakukan kustomisasi di website toko online sesuai keperluan pengguna. Adapun fitur yang ada pada WooCommerce pengelolaan toko, pengelolaan pesanan, pengelolaan pelanggan, laporan, kupon toko, dan ekstensi lainnya. Fitur-fitur tersebut diharapkan akan memudahkan pelanggan dalam bertransaksi secara online menggunakan website Aether Perfume yang telah dibuat.

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era industri 4.0 merupakan suatu kebutuhan yang harus dimiliki suatu organisasi termasuk pelaku bisnis untuk meningkatkan kualitas layanan dan penjualan produk. Peningkatan inovasi di dunia teknologi sangat pesat dan cepat didalam hal-hal penting suatu organisasi besar maupun kecil[1].

Pemanfaatan teknologi informasi harus diiringi dengan implementasi sistem informasi. Pemanfaatan teknologi informasi dan sistem informasi pada suatu organisasi dapat membantu organisasi untuk mencapai tujuan dengan maksimal[2]. Hal ini dibuktikan dengan semakin

berkembang dan mudahnya peran teknologi informasi dan sistem informasi di kalangan organisasi dan perusahaan. Dengan hadirnya perkembangan teknologi dan internet, banyak perusahaan-perusahaan besar, kelompok organisasi maupun lembaga pendidikan yang telah membangun dan memiliki website sendiri[3].

E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya[4]. Manfaat menggunakan *e-commerce* dapat mengurangi biaya barang dan jasa, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen sejauh menyangkut kecepatan untuk mendapatkan barang berkualitas terbaik dengan nilai terbaiknya[5]. Faktor utama dalam proses *E-commerce*

adalah adanya interaksi antara penjual dan pembeli dengan menggunakan jaringan internet yang bersifat electronic dalam transaksi bisnis yang diinginkan. Penjualan adalah kegiatan-kegiatan bisnis dengan tujuan mengambil keuntungan seperti penjualan, pembelian, pelayanan, informasi, dan perdagangan melalui perantara yaitu melalui suatu jaringan komputer, memudahkan pelanggan untuk dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus datang ke tempatnya [6].

Sistem penjualan berbasis website atau *e-commerce* akan mempermudah dalam pemasaran suatu produk dan jasa yang ditawarkan yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Selain itu *e-commerce* juga dapat digunakan untuk berbagai transaksi dalam pemesanan suatu produk dan jasa. Dengan adanya *e-commerce* dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengetahui apa saja informasi produk-produk/jasa yang ditawarkan dan memudahkan pelanggan dalam memesan produk dan jasa tersebut [7].

Pembuatan website bisa dikatakan sesuatu hal yang rumit bagi orang awam yang tidak memiliki keahlian dibidang pemrograman web. Oleh sebab itu saat ini ada beberapa aplikasi web yang dapat digunakan untuk membantu seseorang untuk membuat website secara personal maupun organisasi yang lazim saat ini disebut dengan Content Management System (CMS).

CMS memungkinkan seseorang dengan mudahnya mengelola konten web dan tampilannya baik secara berkala tanpa dibebani dengan harus memiliki keahlian mengkodekan perintah-perintah pemrograman web [8]. CMS saat ini yang beredar seperti Joomla, WordPress, MIDCMS dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini kami memilih salah satu CMS yang sering digunakan yaitu Wordpress dengan *plugin* WooCommerce. WooCommerce adalah sebuah *plugin* di wordpress. WooCommerce menjadi sesuatu yang mudah digunakan karena familiar dengan menu, tampilan dan cara pakai wordpress [9].

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini yaitu berhasil membuat website yang dapat melakukan penjualan secara online yang memiliki fitur-fitur yang membuat pelanggan puas saat berbelanja di website yang kami bangun. User hanya perlu memilih produk dan membayar produk yang dipilih, sehingga penjualan diharapkan dapat sampai ke seluruh nusantara.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. E-Commerce

Teknologi informasi memiliki peran penting dalam menunjang aktivitas bisnis perusahaan yang dapat menghasilkan informasi yang berkaitan dengan bisnis perusahaan. Contoh teknologi yang digunakan dalam bisnis adalah teknologi E-Commerce [10]. Dengan adanya teknologi *e-commerce*, perkembangan teknologi dengan

memanfaatkan website dan social media sebagai mesin penjualan sudah mulai berkembang pesat. *E-commerce* adalah aktivitas penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen melalui sistem elektronik seperti internet, WWW (World Wide Web), atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melakukan proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi secara elektronik dengan memanfaatkan internet dan dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik pada penggunaannya [1]. *E-commerce* ini dianggap lebih dekat dengan generasi milenial saat ini yang dikenal sangat menyatu dengan produk-produk teknologi [10].

### 2.2. Content Management System (CMS)

CMS atau Content Management System merupakan salah satu perangkat lunak yang digunakan untuk mengelola *content*. *Content* ini berupa informasi dalam bentuk teks, grafik, gambar maupun dalam format-format lain yang perlu dikelola dengan tujuan memudahkan proses pembuatan, pembaharuan, distribusi, pencarian, analisis, dan meningkatkan fleksibilitas untuk ditransformasikan ke dalam bentuk lain [11].

Jadi, CMS adalah sebuah aplikasi website yang bersifat generik yang telah memiliki sejumlah fitur yang dapat diaktifkan dan dimanipulasi sesuai kebutuhan pengguna dan dapat digunakan dengan mudah tanpa mengharuskan pengguna memiliki keahlian pemrograman [12]. Selain dapat digunakan tanpa memiliki pemahaman dunia programming, keunggulan CMS lainnya ialah CMS dapat digunakan secara offline pada local server sebelum dipublikasikan secara online [13].

### 2.3. Wordpress

CMS yang digunakan pada penelitian ini adalah Wordpress. Wordpress merupakan salah satu CMS *open source* yang dapat digunakan untuk mengelola konten halaman web. Wordpress mudah digunakan dalam membuat halaman web tanpa harus menguasai bahasa pemrograman. Wordpress dapat diatur sesuai dengan kebutuhan halaman web yang diinginkan pengguna [14]. Keunggulan Wordpress salah satunya adalah mudah dalam proses instalasi dan pembaharuan serta kustomisasi halaman web. Wordpress juga memiliki banyak variasi *plugin* yang dapat digunakan untuk mendukung pengembangan web [15].

### 2.4. WooCommerce

Woocommerce adalah salah satu *plugin* wordpress yang khusus digunakan untuk membuat toko online. Website dapat dirancang dengan tampilan

yang *user friendly* agar memudahkan penjual maupun pembeli dalam bertransaksi [16].

### 2.5. *Parfum non Alkohol*

Parfum adalah produk yang sudah tidak asing lagi dalam kehidupan sehari-hari. Apalagi saat ini aroma parfum yang ditawarkan sudah semakin beragam, baik yang dikhususkan untuk pria, wanita, ataupun untuk keduanya [7]. Disatu sisi pemakaian parfum sangat mendukung aktifitas manusia sehari-hari dan termasuk anjuran Rasulullah SAW, disisi lain parfum yang ada dan banyak diperjualbelikan saat ini belum diketahui apakah parfum tersebut banyak manfaatnya atau malah lebih banyak mudharatnya. Parfum yang beredar di masyarakat biasanya merupakan parfum yang mengandung alkohol. Penggunaan alkohol pada parfum dilakukan agar parfum yang diracik lebih tahan lama untuk digunakan. Namun terdapat beberapa pendapat dikalangan umat islam mengenai penggunaan parfum beralkohol yang dapat membatalkan atau mengurangi pahala ibadah. Hal ini menjadi peluang atau latar belakang untuk membuka usaha parfum non-alkohol.

## 3. METODE

### 3.1. *Pembuatan Business Plan*

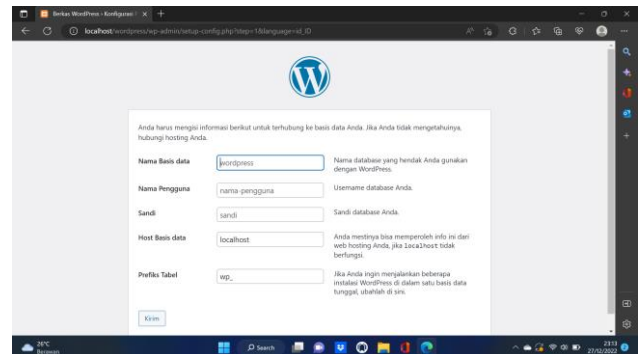
Sebelum memulai bisnis, perlu penyusunan rencana bisnis yang sangat matang. Rencana bisnis tersebut dituangkan ke dalam bentuk dokumen business plan. Menurut Bygrave (1994:114), business plan adalah suatu dokumen yang menyatakan keyakinan akan kemampuan sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang memuaskan dan menarik bagi penyandang dana. Tujuan utama dari pembuatan business plan adalah agar tujuan dan capaian bisnis lebih jelas kedepannya dan untuk mendapatkan dana dari para investor yang akan memodali usaha tersebut.

Ada poin-poin penting yang harus dilakukan dalam pembuatan business plan, diantaranya menentukan ide usaha, menentukan nama perusahaan, membuat executive summary, membuat pendahuluan, membuat profil usaha, menjelaskan aspek manajemen, pasar, produksi, keuangan, dan aspek-aspek lainnya [17].

### 3.2. *Instalasi Wordpress*

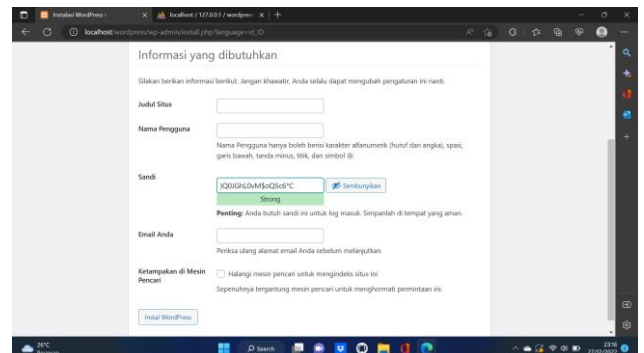
Instalasi Wordpress dilakukan dengan mengakses folder wordpress yang telah disimpan pada folder htdocs menggunakan XAMPP.

Untuk menyambungkan Wordpress ke database, ada beberapa informasi yang perlu diisi, yaitu sebagai berikut.



Gambar 1. Menyambungkan Wordpress ke database

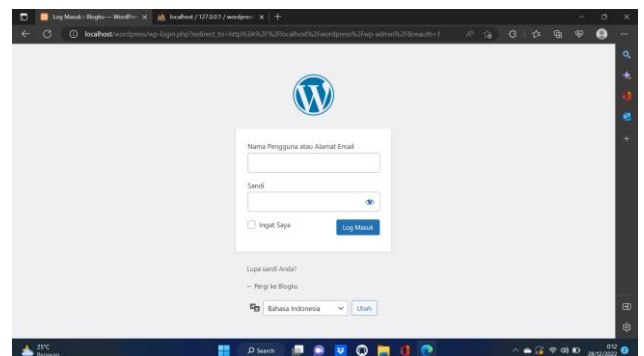
Selanjutnya, mengisi informasi terkait situs e-commerce yang akan dibangun dan informasi akun Wordpress.



Gambar 2. Mengisi informasi terkait situs dan informasi akun Wordpress

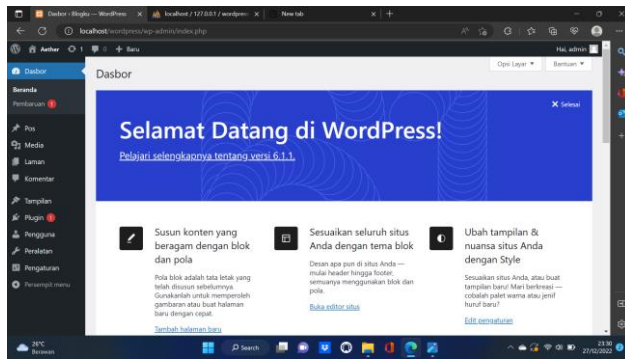
### 3.3. *Instalasi WooCommerce*

Setelah instalasi Wordpress, hal berikutnya yang perlu dilakukan adalah instalasi WooCommerce. Pertama-tama, login terlebih dahulu menggunakan akun Wordpress.



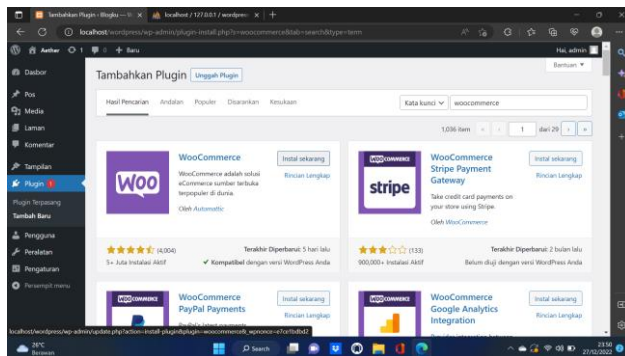
Gambar 3. Login menggunakan akun Wordpress

Selanjutnya, kita akan diarahkan ke halaman dashboard.



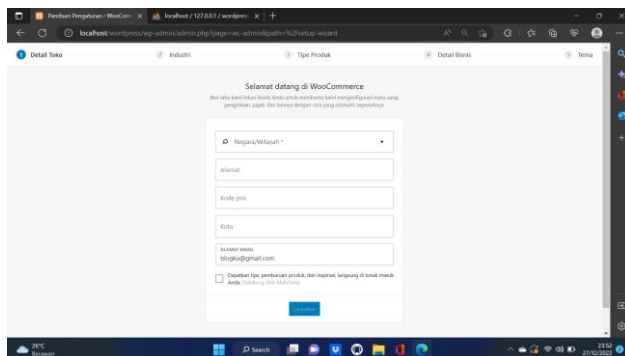
Gambar 4. Halaman dashboard

Kemudian, menginstal WooCommerce dengan mengetikkan keyword pada menu plugin.

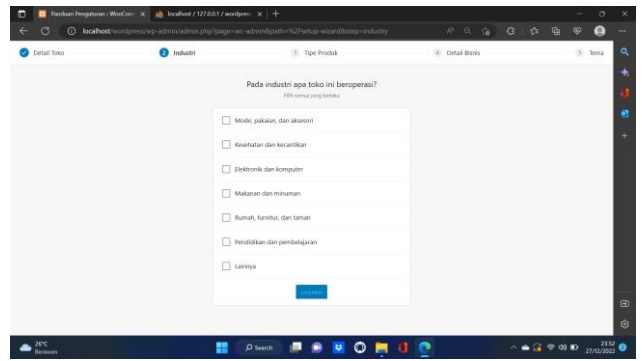


Gambar 5. Menambahkan plugin WooCommerce

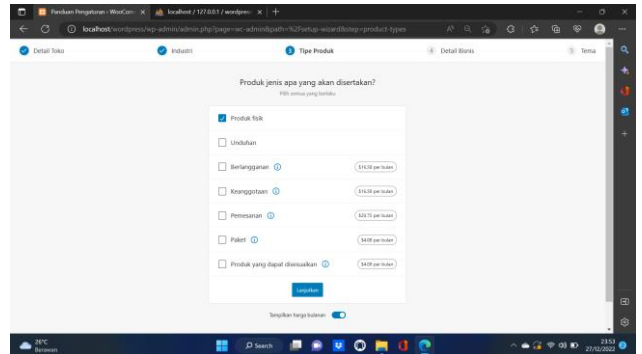
Setelah WooCommerce terinstal, isi dan pilih hal-hal yang paling sesuai dengan situs e-commerce yang akan dibangun yang terdiri atas lima bagian, di antaranya detail toko, industri, tipe produk, detail bisnis, dan tema.



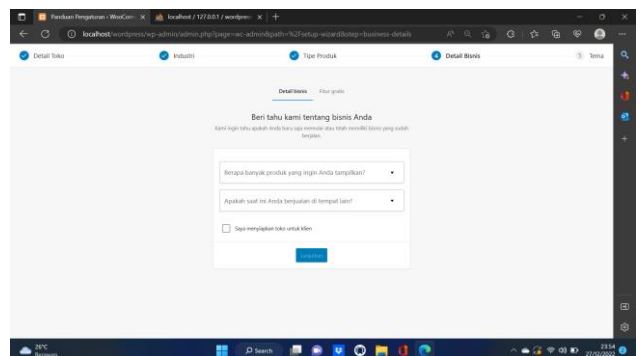
Gambar 6. Detail toko E-Commerce



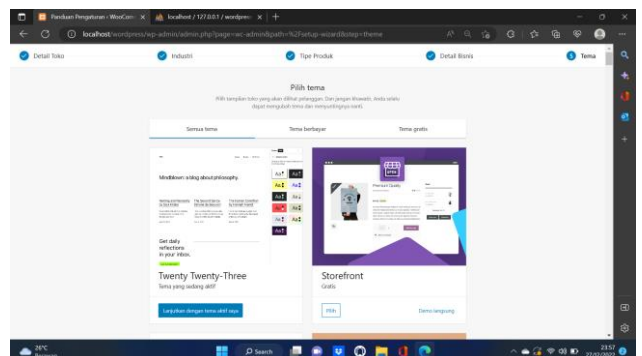
Gambar 7. Industri E-Commerce



Gambar 8. Tipe produk E-Commerce



Gambar 9. Detail bisnis E-Commerce



Gambar 10. Tema E-Commerce

### 3.4. Implementasi dan Kustomisasi WooCommerce

Implementasi dan kustomisasi WooCommerce sangat perlu diperhatikan agar tetap user friendly dan menarik bagi customer.

Secara umum, ada dua bagian yang dapat dikustomisasi pada WooCommerce, yaitu halaman situs dan halaman toko. Halaman situs merupakan halaman dalam sudut pandang admin untuk mengelola website, sedangkan halaman toko merupakan halaman dalam sudut pandang customer dalam melakukan pembelian barang/jasa yang ditawarkan [18].

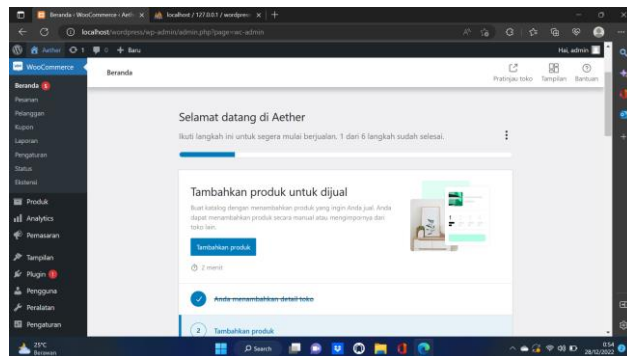


Gambar 11. Halaman situs dan halaman toko WooCommerce

Kustomisasi pada WooCommerce juga dapat dilakukan pada bagian-bagian berikut.

#### 1. Beranda.

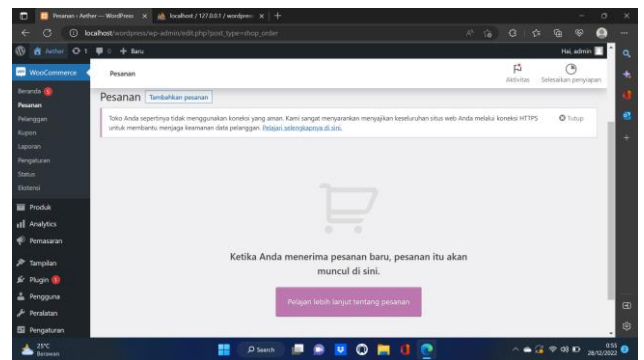
Bagian ini menggambarkan proses-proses umum yang biasa dilakukan pada toko, seperti menambahkan detail toko, menambahkan produk, menyiapkan metode pembayaran, menambahkan tarif pajak, menghasilkan lebih banyak penjualan, dan personalisasi toko.



Gambar 12. Halaman beranda implementasi dan kustomisasi WooCommerce

#### 2. Pesanan

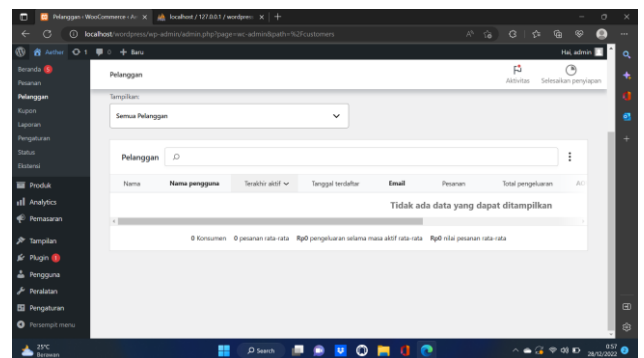
Bagian ini menampilkan seluruh pesanan dari pembelian produk yang dilakukan oleh customer.



Gambar 13. Halaman pesanan implementasi dan kustomisasi WooCommerce

#### 3. Pelanggan

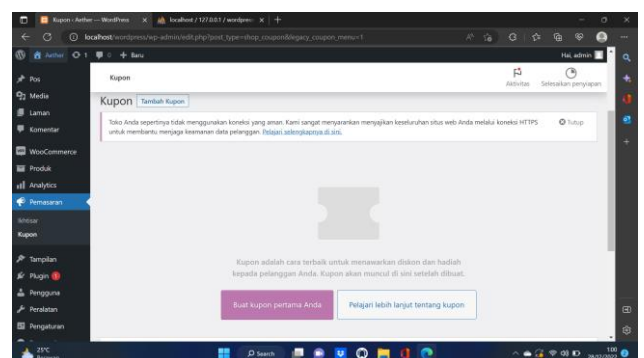
Bagian ini menampilkan data customer (pelanggan) yang telah melakukan pembelian produk.



Gambar 14. Halaman pelanggan implementasi dan kustomisasi WooCommerce

#### 4. Kupon

Bagian ini untuk mengelola kupon-kupon yang diberikan kepada customer sebagai teknik pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan mendapatkan pelanggan baru.



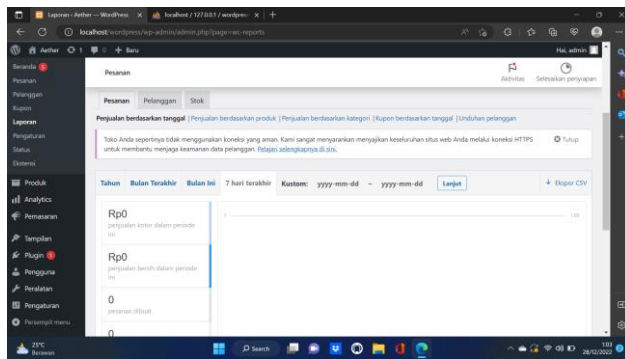
Gambar 15. Halaman kupon implementasi dan kustomisasi WooCommerce

#### 5. Laporan

Bagian ini menampilkan laporan-laporan yang dapat dihasilkan atas seluruh transaksi yang



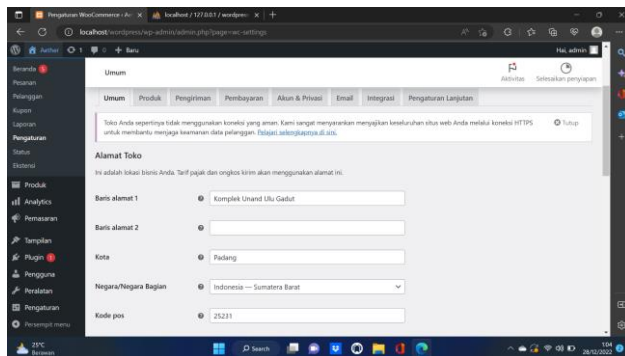
terjadi. Laporan yang dapat dihasilkan, yaitu berupa laporan pesanan, pelanggan, dan stok.



Gambar 16. Halaman laporan implementasi dan kustomisasi WooCommerce

#### 6. Pengaturan

Bagian ini untuk melakukan perubahan atau perbaikan atas data dan informasi toko.



Gambar 17. Halaman pengaturan implementasi dan kustomisasi WooCommerce

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Business Plan

Pada pengembangan *E-Commerce* parfum non-alkohol dengan brand “Aether Perfume” dihasilkan business plan dengan tebal 34 halaman. Dokumen bisnis plan ini berisikan:

#### 1. Ringkasan Eksekutif

Pada bagian ringkasan eksekutif ini dijelaskan mengenai perusahaan Aether Perfume secara singkat, baik dari latar belakang, visi misi, tujuan, dan kelebihan dari produk yang dimiliki oleh Aether Perfume.

#### 2. Latar Belakang Perusahaan

Pada bagian latar belakang perusahaan dijelaskan secara rinci mengenai data perusahaan, biodata pemilik, struktur organisasi perusahaan, susunan konsultan pendamping, serta struktur pemegang saham.

#### 3. Analisis Pasar dan Pemasaran

Pada bagian analisis pasar dan pemasaran dijelaskan secara rinci mengenai detail produk, gambaran pasar, target

segmentasi pasar, trend perkembangan pasar parfum, proyeksi penjualan, strategi pemasaran, analisis pesaing, dan saluran distribusi dari Aether Perfume sendiri

#### 4. Analisis Produksi

Pada bagian analisis produksi dijelaskan secara rinci mengenai proses produksi pembuatan parfum Aether, bahan baku dan penggunaannya dalam pembuatan parfum non-alkohol, kapasitas produksi, dan rencana pengembangan produksi.

#### 5. Analisis Sumber Daya Manusia

Pada bagian analisis sumber daya manusia dijelaskan secara rinci mengenai seluruh hal yang bersangkutan dengan SDM yang diperlukan yang berisikan analisis kompetensi SDM yang dimiliki [natashia2020], analisis kebutuhan dan pengembangan SDM, dan rencana kebutuhan pengembangan SDM.

#### 6. Rencana Pengembangan Usaha

Pada bagian rencana pengembangan usaha ini dijelaskan secara rinci mengenai rencana pengembangan usaha dan juga tahapan dalam pengembangan usaha tersebut agar dapat bersaing di pasar. pada bagian ini pengembangan lebih berfokus ke dalam pembuatan aplikasi e-commerce Aether Perfume.

#### 7. Analisis Keuangan

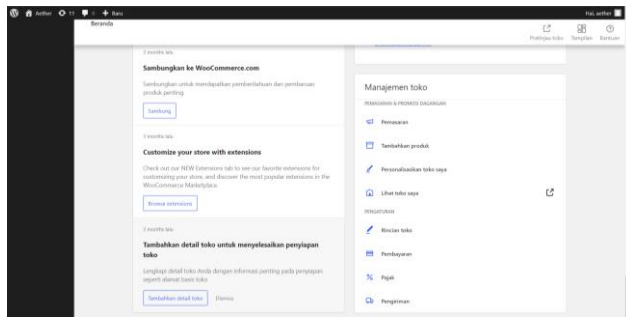
Pada bagian analisis keuangan dijelaskan secara rinci mengenai laporan keuangan, rencana kebutuhan investasi, rencana arus kas, rencana kebutuhan pinjaman, dan rencana pengembalian dana pinjaman. sehingga penggunaan dana akan lebih jelas kedepannya.

#### 8. Analisis Dampak dan Resiko Usaha

Pada bagian analisis dampak dan resiko usaha ini diberikan secara rinci dampak yang diberikan dari parfume ini terhadap masyarakat sekitar, lingkungan serta analisis resiko usaha parfum dan antisipasi resiko usaha

### 4.2. Penerapan dari Kustomisasi Woocommerce

Dalam pembuatan e-commerce Aether Perfume, tim kami menggunakan CMS Wordpress dengan bantuan ekstensi Woocommerce untuk penerapannya. Woocommerce menyediakan kustomisasi sebarang mungkin untuk membuat toko sendiri menggunakan wordpress [19]. Beberapa fitur yang disediakan dari woocommerce sendiri adalah pengelolaan toko, pengelolaan pesanan, pengelolaan pelanggan, laporan, kupon toko, dan ekstensi lainnya. Untuk tampilan beranda sendiri disediakan beberapa fitur yang akan menjadi shortcut ke menu manajemen toko yang ada pada woocommerce tersebut.



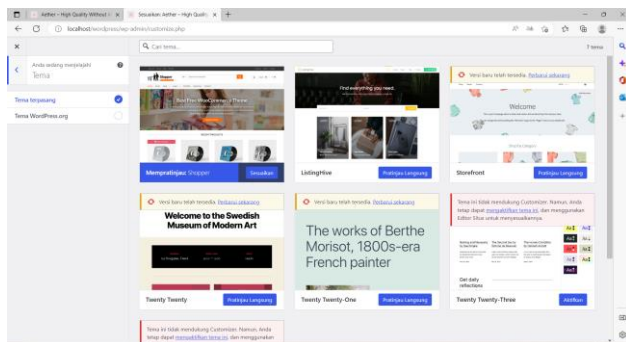
Gambar 18. Tampilan beranda dan shortcut kelola toko

Dalam pembuatan tampilan toko, woocommerce memberikan kebebasan kepada penggunanya dalam pengembangan toko online yang dimiliki.



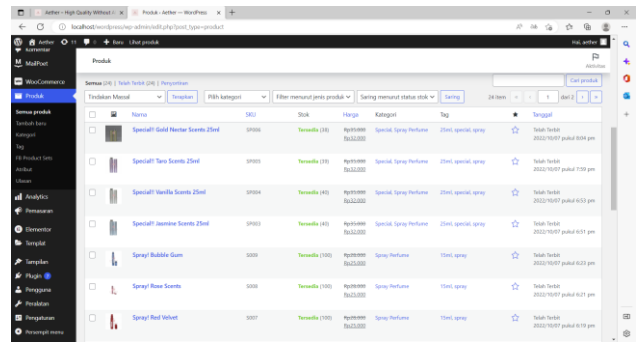
Gambar 19. Kelola desain toko

User diberikan pilihan untuk mengelola toko dari awal atau menggunakan template yang sudah disediakan oleh woocommerce sendiri.



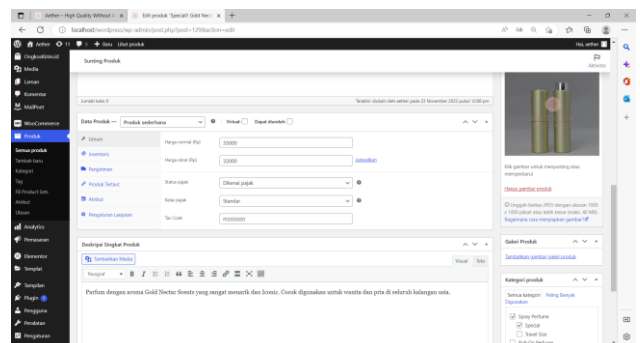
Gambar 20. Pemilihan tema toko

Selanjutnya user dapat mengelola produk yang dimilikinya dan memasukkannya kedalam informasi toko, woocommerce nantinya akan menempatkan produk tersebut kedalam website secara otomatis.



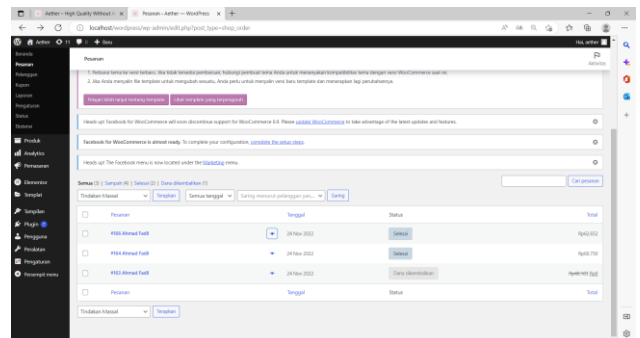
Gambar 21. Pengelolaan produk

Produk dapat dibedakan dengan membuat tag atau kategori produk sehingga dalam tampilan toko nantinya user dapat mencari produk sesuai dengan kategori yang ada. Selanjutnya user dapat memasukkan informasi produk seperti stok, nama, gambar, dan lain sebagainya.



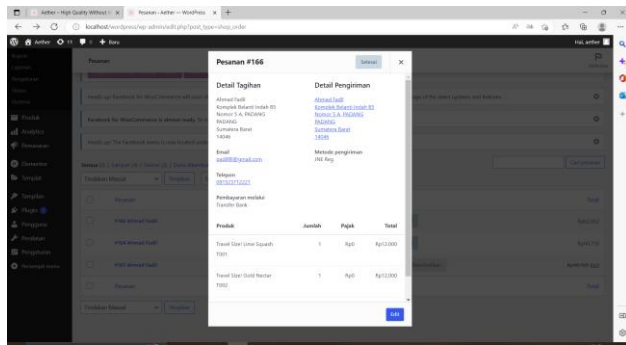
Gambar 22. Pengisian informasi produk

Selanjutnya toko dapat melihat pesanan terhadap produk dari woocommerce langsung.

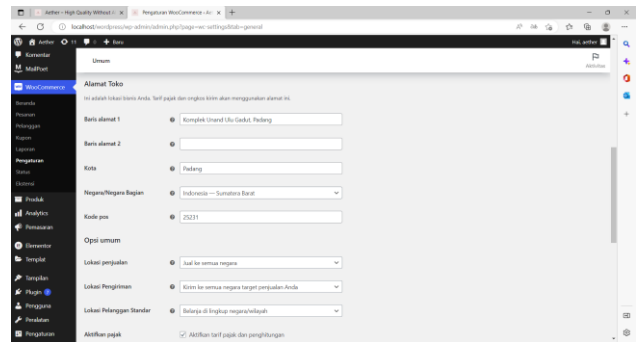


Gambar 23. Informasi pesanan

Toko juga dapat melihat rincian pembelian yang dilakukan oleh pelanggan secara langsung pada ekstensi woocommerce tersebut.

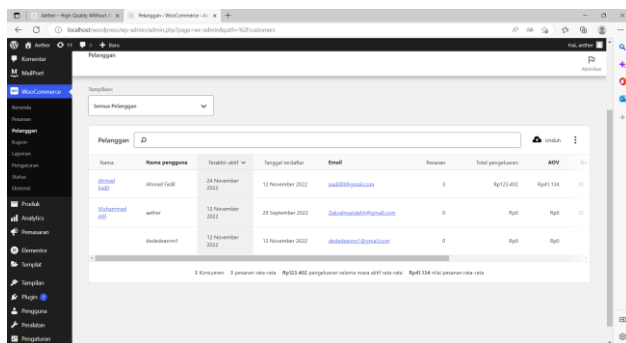


Gambar 24. Detail pesanan



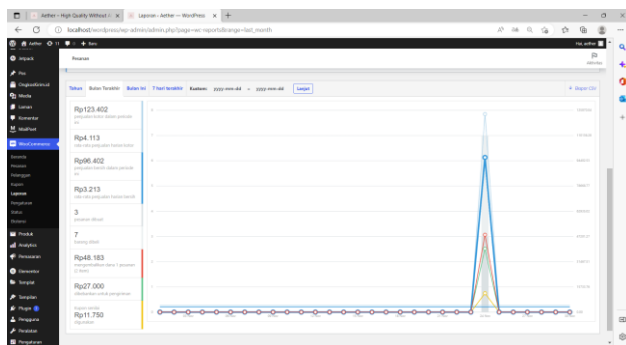
Gambar 27. Informasi toko

Toko juga dapat melihat data pelanggan yang melakukan transaksi pada woocommerce langsung.



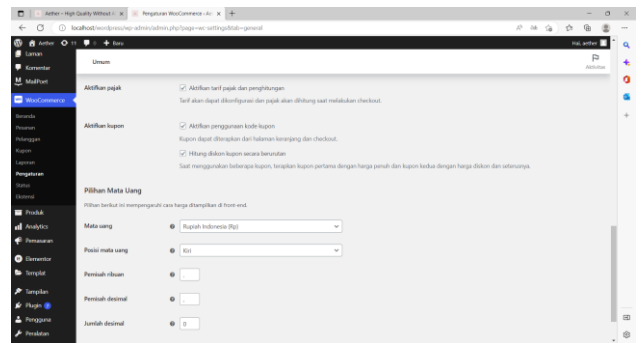
Gambar 25. Data pelanggan toko

Selanjutnya toko dapat melihat secara langsung keseluruhan laporan pendapatan baik dari mingguan, bulanan, maupun tahunan.

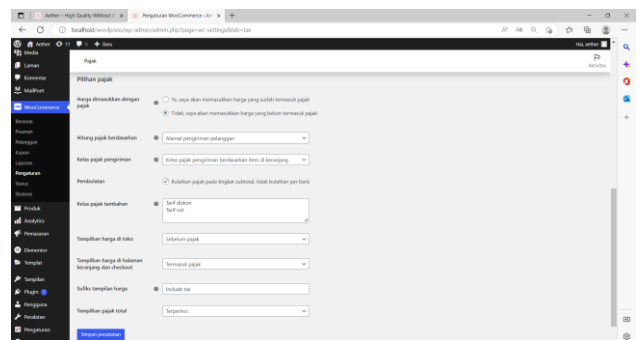


Gambar 26. Laporan penjualan

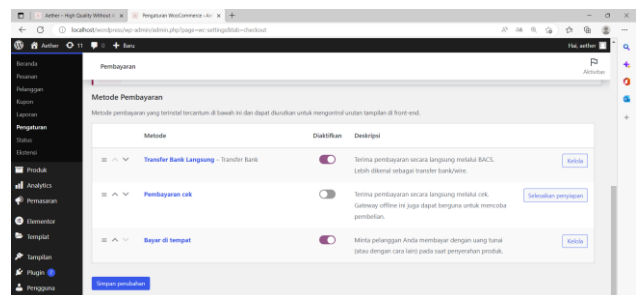
Toko juga dapat memasukkan informasi detail toko lainnya seperti lokasi, metode pembayaran, contact person, dan mata uang yang digunakan.



Gambar 28. Pilihan mata uang toko



Gambar 29. Kustomisasi pajak



Gambar 30. Menentukan metode pembayaran yang diterima toko

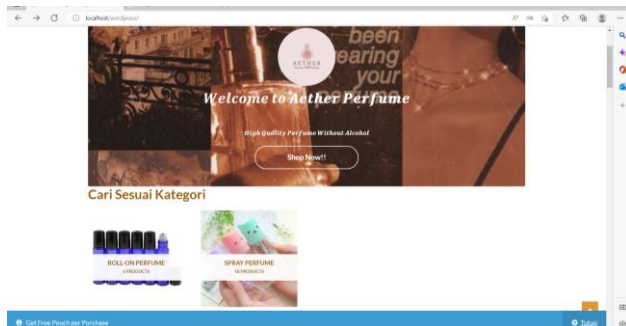
Dengan kustomisasi yang sangat beragam ini tentunya toko dapat dengan mudah mengelola tokonya secara digital melalui ekstensi woocommerce [20] ini, user hanya perlu menyesuaikan tokonya dengan fitur-fitur yang sudah disediakan oleh woocommerce ini. Untuk fitur yang akan didapatkan oleh pelanggan akan dibahas pada bagian 4.3.

#### 4.3 Fitur yang Disediakan bagi Pelanggan

Kenyamanan dan kepuasan pelanggan adalah salah satu aspek penting dalam pembuatan brand dalam bisnis. Untuk itu

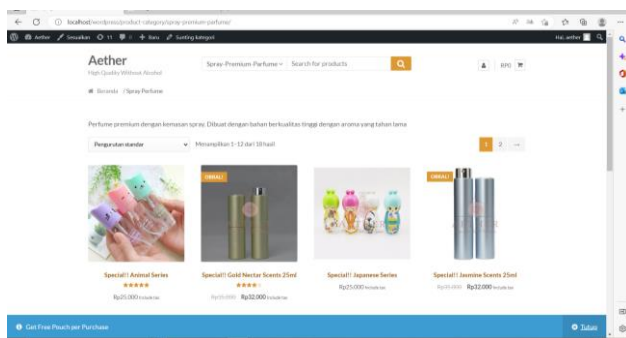


tentunya diperlukan fitur-fitur yang dapat memudahkan pelanggan dalam berbelanja pada E-Commerce Aether Perfume. Banyak fitur yang disediakan oleh Aether Perfume untuk membantu pelanggan mencari parfum yang cocok dan sesuai dengan keinginannya. Salah satunya adalah pencarian berdasarkan kategori, sehingga parfum dapat dikelompokkan dengan mudah sesuai kategorinya.



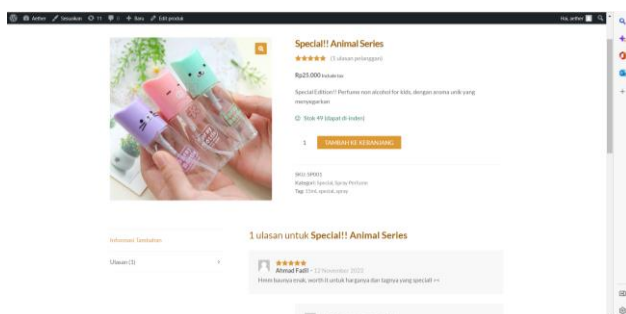
Gambar 31. Pencarian berdasarkan kategori

Kategori parfum sendiri dibagi menjadi dua yaitu roll on dan spray. Setelah mencari sesuai kategori, pelanggan juga bisa melihat rating parfum tertinggi yang ada ditoko.



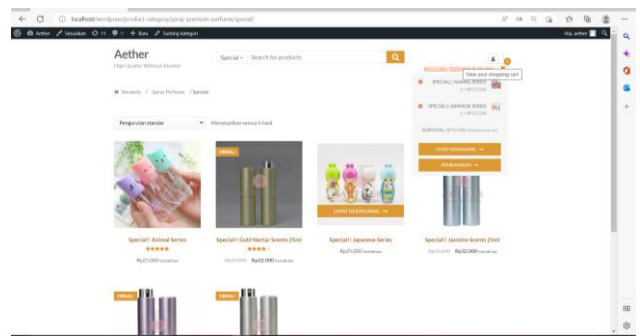
Gambar 32. Rating produk

Dengan sistem rating ini, pelanggan akan mendapatkan gambaran mengenai parfum yang cocok dengannya. Untuk meyakinkan pelanggan, disediakan juga fitur ulasan yang dapat diisi oleh pelanggan agar pelanggan lain mendapatkan testimoni terhadap produk yang akan dibeli.

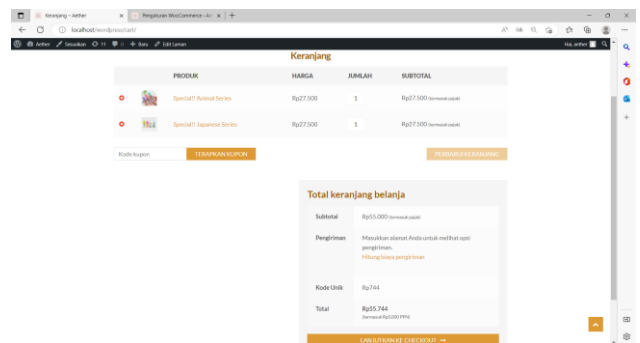


Gambar 33. Ulasan produk

Pelanggan dapat menampung produk sebanyak banyaknya dalam keranjang, sehingga pelanggan tidak perlu membayar satu persatu untuk pembelian produk parfum pada E-Commerce Aether Perfume.

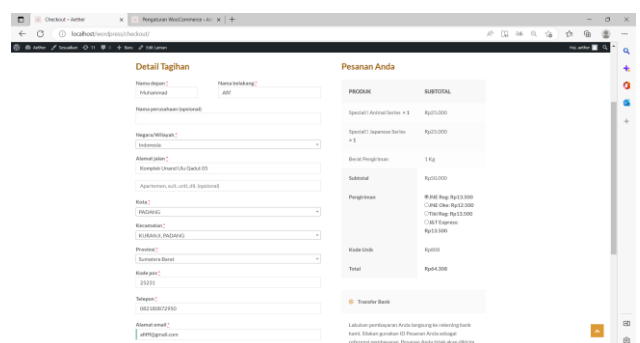


Gambar 34. Keranjang produk



Gambar 35. Detail keranjang

Selanjutnya pelanggan dapat memasukkan kupon, jika ada dan dapat langsung menuju ke halaman checkout atau pembayaran. Pada fitur pembayaran ini, pelanggan perlu memasukkan data tempat pengiriman dan nomor yang bisa dihubungi untuk pengiriman. Kemudian pelanggan dapat memilih opsi pembayaran dan opsi pengiriman pada halaman checkout atau pembayaran yang disediakan. Pelanggan dapat memilih dua metode pembayaran yaitu pembayaran antar bank dimana nanti akan diberikan bank dari toko dan pembayaran COD (*Cash On Delivery*) dimana pelanggan akan membayar ke kurir yang mengirimkan produk.



Gambar 36. Halaman checkout



Gambar 37. Struk pembayaran online

[illegible]

Gambar 38. Detail bank toko dan rincian pesanan

Setelah melakukan pembayaran, pelanggan hanya perlu menunggu hingga produk sampai dengan aman ke tangan pelanggan.

Fitur-fitur tersebut diharapkan akan memudahkan pelanggan dalam bertransaksi secara online menggunakan website Aether Perfume yang dibuat. User hanya perlu memilih produk dan membayar produk yang dipilih, sehingga penjualan diharapkan dapat sampai ke seluruh nusantara.

## 5. PENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

Pengimplementasian salah satu aplikasi Content Management System (CMS), yaitu WooCommerce, pada e-commerce Aether Perfume memberikan banyak manfaat kepada perusahaan, salah satunya mendapatkan kemudahan dalam membangun dan mengelola website toko agar meningkatkan brand awareness sehingga Aether perfume dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat. Melalui WooCommerce, perusahaan dapat melakukan kustomisasi sebatas mungkin, menambahkan produk yang dijual dengan cepat, mengatur metode pembayaran yang bervariasi, mengelola data pesanan dan pelanggan, mengelola laporan, membuat kupon toko, dan lain-lainnya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diharapkan penelitian selanjutnya dilakukan implementasi Content Management System (CMS) yang lebih optimal lagi sehingga sistem yang dihasilkan memiliki nilai yang lebih tinggi dan dapat mengatasi permasalahan bisnis yang mungkin terjadi ke depannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Suparyanto dan Rosad (2020, “Inovasi E-Commerce dalam penjualan dan pembelian produk terkini” *Suparyanto dan Rosad* (2020, vol. 5, no. 3, pp. 248–253, 2020.
- [2] P. Permata, “IMPLEMENTASI E-COMMERCE DENGAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) OSCOMMERCE PADA SITUS PENJUALAN (Studi Kasus: Toko Cahaya Komputer),” *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 1, no. 1, pp. 58–64, 2020, doi: 10.33365/jatika.v1i1.159.

- [3] S. Devella, Y. Yohannes, and N. Rachmat, "Pelatihan Pembuatan Website Sekolah Menggunakan Wordpress Untuk Guru Tik Sma Negeri 17 Palembang," *SELAPARANG J. Pengabdian Masy. Berkemajuan*, vol. 4, no. 2, p. 406, 2021, doi: 10.31764/jpmb.v4i2.4488.
- [4] G. A. Manu and M. C. Kande, "Pembandingan Content Management System Dengan Metode Saw (Simple Additive Weighting) Dalam Implementasi Pembuatan Website Sekolah," *J. Pendidik. Teknol. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 23–31, 2019, doi: 10.37792/jukanti.v2i2.70.
- [5] H. A. Mumtahana, S. Nita, and A. W. Tito, "Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran," *Khazanah Inform. J. Ilmu Komput. dan Inform.*, vol. 3, no. 1, p. 6, 2020, doi: 10.23917/khif.v3i1.3309.
- [6] Marlina, Y. Yafet, and A. Muawwal, "Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Memanfaatkan Plug in Woocommerce Dan Metode Seo," *J. Ilmu Komput. Kharisma Tech*, vol. 16, no. 1, p. 89, 2021.
- [7] F. P. Iswara, D. Rubiyanto, and T. S. Julianto, "Analisis Senyawa Berbahaya Dalam Parfum Dengan Kromatografi Gas-Spektrometri Massa Berdasarkan Material Safety Data Sheet (Msds)," *Chemical*, vol. 1, no. 2, pp. 18–27, 2020, doi: 10.20885/ijcr.vol1.iss2.art3.
- [8] V. Natashia, K. I. Eng, and M. Galinium, "An Online Catering Marketplace Business Plan: Kunyahku.id," *ACM Int. Conf. Proceeding Ser.*, pp. 1–6, 2020, doi: 10.1145/3429789.3429827.
- [9] C. Bernadeth, A. Pamukti, G. Triyono, and U. B. Luhur, "Penerapan E-Commerce Berbasis Web Menggunakan Cms Untuk Meningkatkan Penjualan Implementation of Web-Based E-Commerce Using Cms To Increase Sales," *Serasi*, vol. 19, no. 2, 2021.
- [10] A. U. Hamdani and A. Himawan, "Implementasi Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Menggunakan Content Management System, Search Engine Optimization Dan Strategi Marketing 4P," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 2, pp. 608–614, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i2.2728.
- [11] A. Wahana, "Rancang Bangun Marketplace Produk Kewirausahaan Mahasiswa Upy Berbasis Content Management System," *J. Din. Inform.*, vol. 7, no. 1, pp. 73–81, 2018, [Online]. Available: [www.upystore.com](http://www.upystore.com)
- [12] P. Prasetyawan, S. Samsugi, and R. Prabowo, "Internet of Thing Menggunakan Firebase dan Nodemcu untuk Helm Pintar," *J. ELTIKOM*, vol.

5, no. 1, pp. 32–39, 2021, doi: 10.31961/eltikom.v5i1.239.

- [13] A. Farisi, A. Aryo, and Mulyati, “Memanfaatkan Content Management System Wordpress Untuk Dengan Memanfaatkan Content Management,” no. February 2022, 2021, doi: 10.56327/jurnalpkm.v2i3.29.
- [14] H. Sulistiani, “Perancangan Dashboard Interaktif Penjualan (Studi Kasus: Pt Jaya Bakery ),” *J. Tekno Kompak*, vol. 12, no. 1, p. 15, 2018, doi: 10.33365/jtk.v12i1.61.
- [15] D. Pratiwi, G. B. Santoso, I. Mardianto, A. Sedyono, and A. Rochman, “Pengelolaan Pengelolaan Konten Web Menggunakan Wordpress, Canva dan Photoshop untuk Guru-Guru Wilayah Jakarta,” *Abdihaz J. Ilm. Pengabd. pada Masy.*, vol. 2, no. 1, p. 11, 2020, doi: 10.32663/abdihaz.v2i1.1093.
- [16] B. Dwi Juniansyah, E. Redy Susanto, and A. Deni Wahyudi, “Pembuatan E-Commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment,” *J. Tekno Kompak*, vol. 14, no. 1, pp. 41–46, 2020, [Online]. Available: <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknokompak/article/view/499>
- [17] A. D. Putra and A. D. Putra, “Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm,” *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 1, no. 1, pp. 17–24, 2020, doi: 10.33365/jatika.v1i1.145.
- [18] R. Dharmawan *et al.*, “Penerapan Aplikasi Penjualan Online ( E-Commerce ) Menggunakan Content Management System Wordpress,” *J. IDEALIS*, vol. 3 No. 1, pp. 132–138, 2020.
- [19] S. Setyorini, S. Hidayatullah, and I. K. Rachmawati, “Website Based E-Commerce Waste Recycling Products,” *Procedia Eng. Life Sci.*, vol. 1, no. 2, 2021, doi: 10.21070/pels.v1i2.1029.
- [20] M. Fadhli, D. Nurmalasari, and Y. Fitrisia, “Jurnal Politeknik Caltex Riau Pengujian Kualitas Website E-Commerce Produk Daur Ulang Sampah Menggunakan WebQual 4.0,” *J. Komput. Terap.*, vol. 7, no. 2, pp. 261–271, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/>

## BIODATA PENULIS



Dean Fisabil Andwi

Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi Universitas Andalas Angkatan tahun 2020. Berasal dari Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia



Sri Ulfa Berliani

Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi Universitas Andalas Angkatan tahun 2020. Berasal dari Kota Payakumbuh, Sumatera Barat, Indonesia



Muhammad Afif

Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi Universitas Andalas Angkatan tahun 2020. Berasal dari Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia.



Faradila Suwandi

Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi Universitas Andalas Angkatan tahun 2020. Berasal dari Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia.