

---

## Pemasaran Digital Berbasis CMS Wordpress Pada UMKM Shapro Official Wonogiri

Pipin Widyaningsih<sup>1</sup>, Nurohman<sup>2</sup>, Indah Nofikasari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jl. Bhayangkara No. 55 Surakarta, 0271-719552, e-mail: pipin\_widya@udb.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jl. Bhayangkara No. 55 Surakarta, 0271-719552, e-mail: nurohman@udb.ac.id

<sup>3</sup> Universitas Duta Bangsa Surakarta

Jl. Bhayangkara No. 55 Surakarta, 0271-719552, e-mail: indah\_nofika@udb.ac.id

---

### ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 Mei 2022

Received in revised form 2 Juni 2022

Accepted 16 Mei 2022

Available online 2 Desember 2022

---

### ABSTRACT

The COVID-19 pandemic had a significant impact on UMKM. Social distancing has changed consumer behavior from conventional to digital. UMKM Shapro Official is an original automotive t-shirt vendor that was established in 2017. Shapro Official has difficulty in introducing and marketing products with a clear target consumer and competitive price competition. Sales promotions have not been managed optimally and sales data management is still manual (notes). Owners also have difficulty monitoring sales reports in real time. Website created using CMS Wordpress to help Shapro Official difficulties. The system development method is Rapid Application Development (RAD). System analysis method using fishbone diagram and system modeling using Unified Modelling Language (UML). The results showed that the existence of a website can help the management to manage promotions, sales and sales reports. Having a website makes sales targets focus and increase.

Keywords: UMKM, CMS Wordpress, RAD

---

### 1. Pendahuluan

Penetapan status pandemi Covid 19 tahun 2020 telah membawa dampak signifikan pada bidang kesehatan, pendidikan dan ekonomi. Pada bidang ekonomi, terdapat banyak pelaku bisnis yang akhirnya harus gulung tikar karena penurunan daya beli masyarakat yang mengakibatkan target usaha tidak terpenuhi[1]. Kegiatan bisnis baik skala besar maupun skala kecil atau yang dikenal dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) semua terkena imbas penetapan status Pandemi Covid 19. UMKM adalah bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan ataupun badan usaha yang termasuk dalam kriteria sebagai usaha mikro[2]. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah tahun 2018, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64.194.057 UMKM[3]. Hal ini menjadi bukti bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang menopang perekonomian di Indonesia.

---

*Received Mei 30, 2022; Revised Juni 2, 2022; Accepted Mei 16, 2022*

Pada masa pandemi Covid 19, pemerintah memberlakukan pembatasan sosial dan menghindari kontak fisik secara langsung untuk menekan laju penularan virus. Situasi ini, menyebabkan perubahan pola perilaku konsumen dalam berbelanja dari model konvensional (datang langsung atau *offline*) menjadi digital (melalui internet atau *online*). Pemanfaatan internet sebagai media pilihan utama masyarakat karena memiliki keunggulan dalam hal kemudahan mendapatkan informasi, *up to date* dan biaya yang relatif murah[4]. Perubahan pemasaran digital pada UMKM dapat menjadi salah satu alternatif untuk mengembangkan UMKM dan menjaga eksistensinya di masa pandemi Covid 19[5].

UMKM Shapro Official adalah vendor kaos otomotif original yang berdiri tahun 2017. Kaos yang diproduksi seperti kaos Billionaire Truck Indonesia, Bazindo, Crazy Pick Up, Street Pro, dan Kaos Motor FTPH. Pemasaran kaos dan sticker tidak hanya Wonogiri dan sekitarnya namun juga sampai luar daerah. Cara pemasaran yang dilakukan melalui media sosial seperti WA, Facebook, Instagram maupun *marketplace*. Beberapa kendala yang dihadapi oleh Shapro Official antara lain kesulitan dalam pengenalan dan pemasaran produk dengan target konsumen yang jelas serta persaingan harga yang kompetitif pada aplikasi digital yang sudah digunakan. Selain itu, promosi penjualan belum dikelola secara optimal dan pengelolaan data penjualan yang masih manual (catatan). Pemilik juga mengalami kesulitan untuk memantau laporan penjualan secara *real time*.

Salah satu cara untuk mengatasi permasalahan yang ada di Shapro Official adalah memfokuskan penjualan, promosi dan pengelolaan data penjualan dengan membangun website mandiri. Website mandiri akan membuat konsumen Shapro Official mudah mengakses katalog produk dengan lebih fokus dan jelas. Selain itu, pemasaran dan pengenalan produk memiliki target konsumen yang jelas karena website yang digunakan dikelola mandiri. Pembuatan website terbukti memudahkan pelaku UMKM dalam mengelola usahanya seperti pada penelitian yang dilakukan Barkah dan Wasiantyanti (2018) yang melakukan penelitian tentang sistem informasi penjualan berbasis web pada Project Distro Depok. Aplikasi web yang dihasilkan dapat membantu pemilik dalam memberikan informasi produk kepada masyarakat serta mengoptimalkan pengolahan data penjualan. Selain itu, adanya website juga dapat memudahkan konsumen memperoleh informasi produk terkini, melakukan pemesanan dan pembelian tanpa harus datang ke toko[6].

Penelitian Ardiansyah (2019) berhasil membuat sebuah aplikasi berbasis website untuk penjualan kaos yang terbukti dapat menjadi media promosi dan penyebaran informasi produk dalam jangkauan yang luas dan bermanfaat bagi usaha perdagangan sebagai bentuk inovasi teknologi[7]. Penelitian tentang penerapan website juga dilakukan Alfiah (2020) yang menghasilkan sebuah aplikasi ecommerce untuk penjualan pakaian pada Toko A&S. Aplikasi ecommerce mengubah tatacara penjualan konvensional menjadi digital, sehingga pelanggan tidak perlu datang ke toko untuk melakukan pembelian barang. Pemilik toko juga dapat melakukan promosi dan penjualan pada wilayah pemasaran yang lebih luas[8].

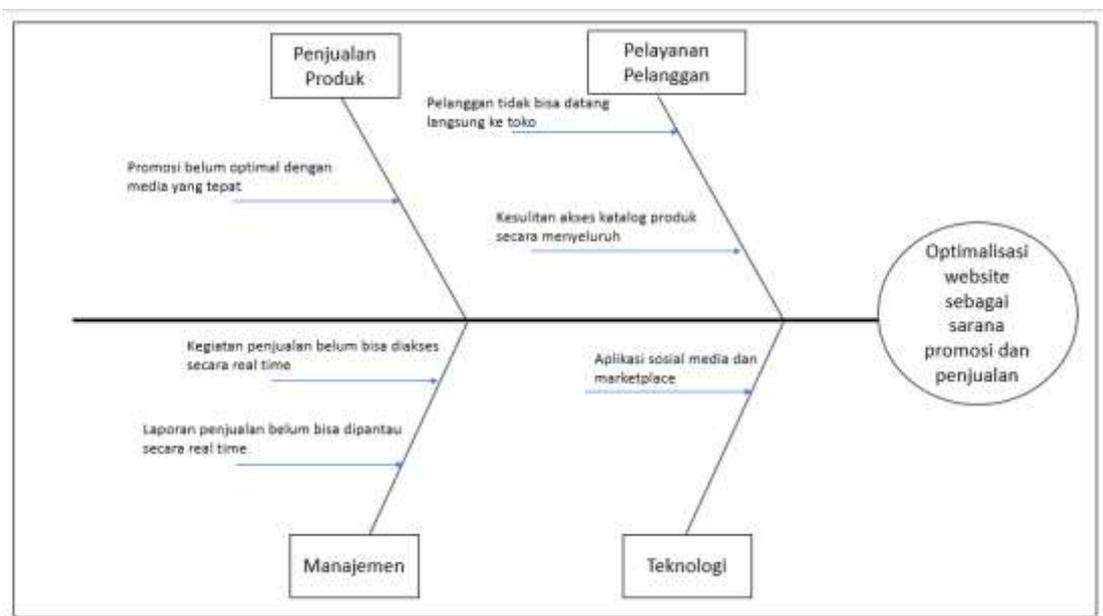
Berdasarkan beberapa penelitian tersebut telah terbukti bahwa pembuatan website untuk sarana penjualan produk dapat memberikan manfaat pada UMKM Shapro Official dalam mengelola data penjualan, promosi dan penjualan produk pada jangkauan pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif murah. Pemilihan pembangunan website menggunakan Content Management System (CMS) wordpress dipilih karena beberapa keunggulan antara lain : CMS Wordpress adalah sebuah aplikasi yang dapat memuat artikel, halaman statis, dan menu-menu tanpa ada pengetahuan rumitnya bahasa pemrograman sama sekali, terdapat versi gratis dengan dukungan *full controll* mulai dari tampilan, file editor maupun *security web*, menyediakan beberapa plug in gratis yang bebas digunakan salah satunya dukungan SEO (Search Engine Optimization) yang merupakan elemen penting untuk mengoptimalkan pencarian pada mesin pencarian[9].

## 2. Metode Penelitian

Pengembangan website Shapro Official menggunakan metode pengembangan sistem Rapid Application Development (RAD) dengan *fishbone diagram* untuk melakukan analisis kelemahan dan kekuatan bisnisnya. Permodelan sistem menggunakan *Unified Modelling Language* (UML) dan website dibangun menggunakan Content Management System Wordpress. Metode RAD adalah salah satu metode pengembangan perangkat lunak atau sistem informasi yang membutuhkan waktu singkat[10]. Tahapan RAD meliputi requirement planning, workshop design dan implementation[11].

a. *Requirement Planning*

Tahap ini ditujukan untuk identifikasi kelemahan bisnis dan kebutuhan sistem. Proses pengumpulan data dilakukan dengan kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi. Identifikasi kelemahan bisnis menggunakan analisis *fishbone diagram*. Diagram tulang ikan (*fishbone diagram*) adalah salah satu metode untuk melakukan analisis penyebab dari suatu permasalahan atau kondisi. Diagram tulang ikan berfungsi untuk melakukan identifikasi pada akar penyebab mengapa sebuah masalah bisa terjadi[12]. UMKM Shapro Official akan dianalisis tentang akar permasalahan yang terjadi pada kegiatan penjualan produknya. Hasil analisis kelemahan bisnis pada Shapro Official dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. *Fishbone Diagram* Shapro Official

1) Pelayanan Pelanggan

Pelanggan yang akan melakukan pemesanan produk kadang-kadang tidak bisa datang langsung ke toko sehingga tidak bisa melihat produk yang di miliki Shapro Official secara rinci. Media yang dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan adalah adanya media pemesanan dan akses katalog produk secara online tanpa harus datang langsung ke toko.

2) Penjualan Produk

Proses penjualan produk dilakukan secara offline dan belum adanya media promosi yang murah dan menjangkau wilayah yang luas. Perlu adanya media promosi dan pengenalan produk yang fokus dan target yang jelas yaitu dengan pembuatan website mandiri untuk mengelola kegiatan promosi dan penjualan produk.

## 3) Manajemen

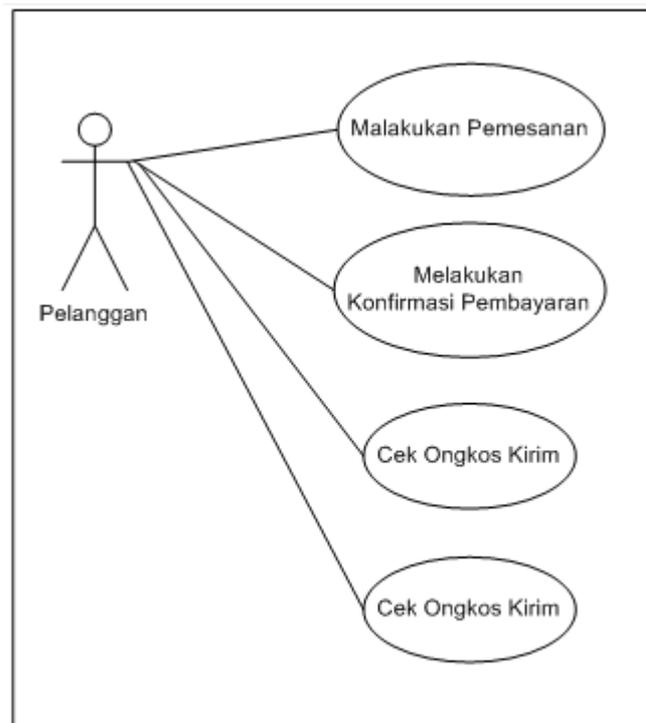
Dari sisi manajemen pengelolaan didapatkan data bahwa kegiatan penjualan masih terekam dalam bentuk catatan sehingga belum dapat dipantau setiap saat. Perekaman data dalam bentuk catatan juga berpengaruh pada ketersediaan laporan penjualan. Laporan penjualan menjadi tidak tersedia setiap saat dibutuhkan karena harus merekap catatan penjualan terlebih dahulu. Pengadaan aplikasi website akan membantu perekaman data penjualan dan pengelolaan laporan yang dapat dilakukan setiap saat.

## 4) Teknologi

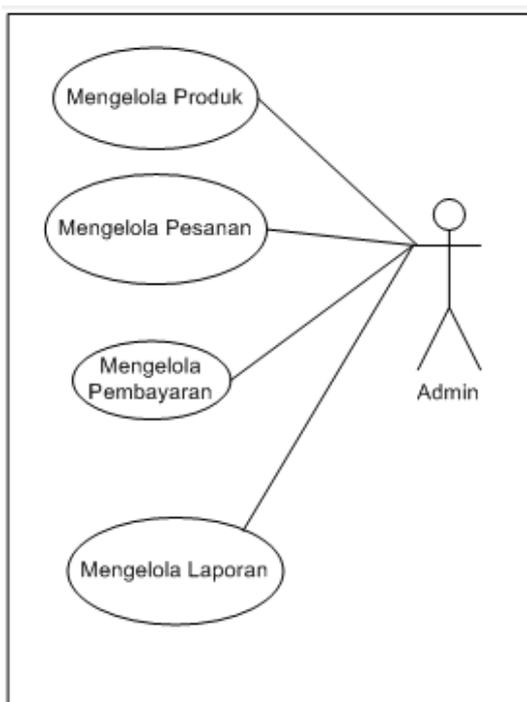
Teknologi yang digunakan untuk mendukung kegiatan penjualan adalah WhatsApp, Facebook, Instagram dan marketplace. Shapiro Official membutuhkan media yang dapat dikelola mandiri untuk mengoptimalkan promosi dan penjualan produk dengan jangkauan pasar luas dan biaya yang murah. Website mandiri dapat menjadi solusi untuk mengatasi kendala tersebut.

b. *Workshop Design*

Tahap ini dilakukan dengan menjabarkan alur permodelan sistem menggunakan alat bantu Unified Modelling Language (UML). Perangkat UML yang digunakan adalah usecase diagram dan activity diagram. Usecase diagram terdiri dari dua aktor yaitu pelanggan dan admin. Admin memiliki hak akses terhadap sistem yaitu mengelola produk, mengelola pesanan dan mengelola laporan penjualan. Pelanggan memiliki hak akses untuk melakukan pemesanan, melakukan konfirmasi pembayaran, cek ongkos kirim dan cek resi pengiriman. Diagram usecase dapat dilihat pada gambar 2 dan gambar 3.

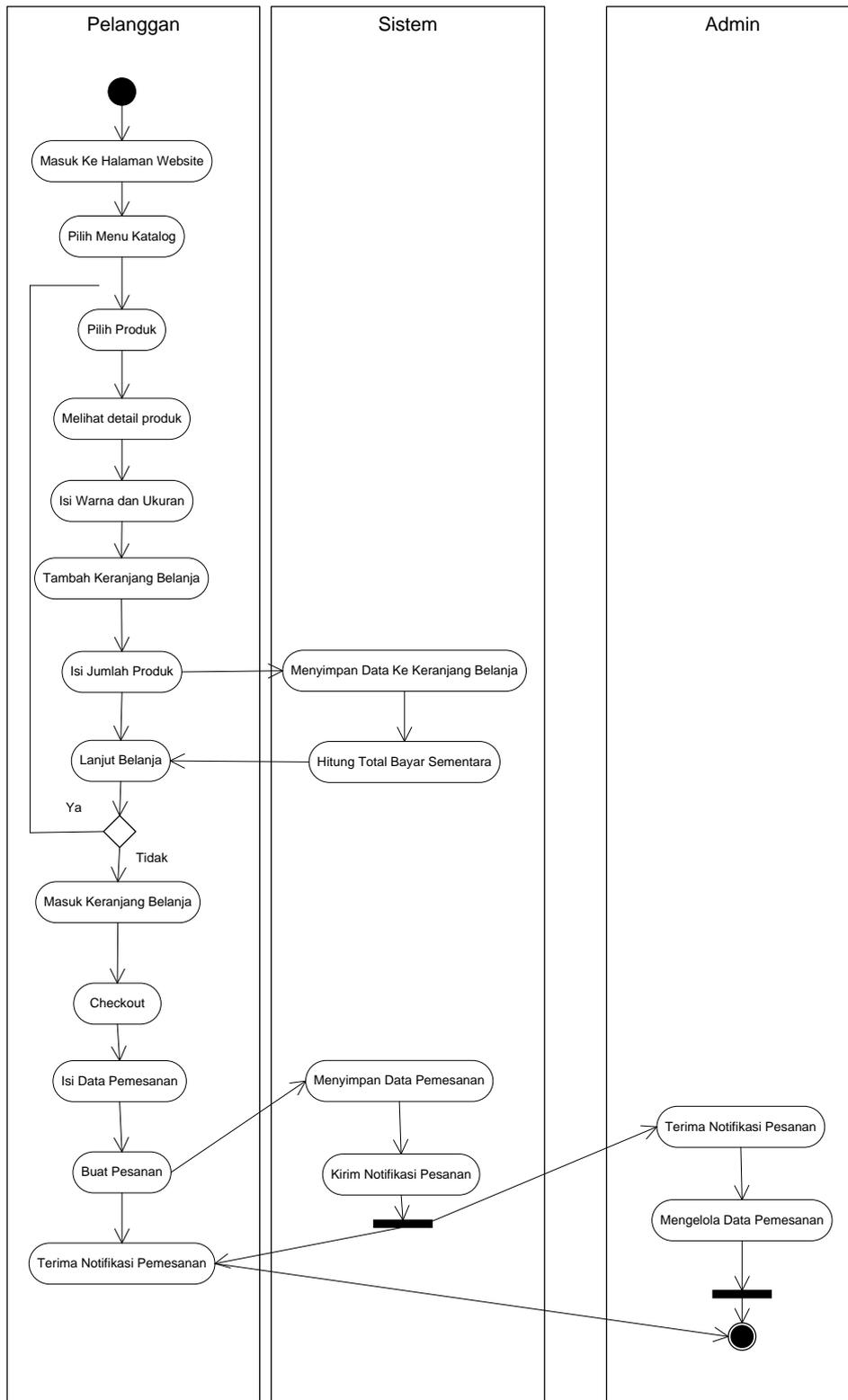


Gambar 2. Usecase Pelanggan



Gambar 3 Usecase Admin

*Activity diagram* dibuat untuk masing-masing usecase, berikut disajikan contoh *activity diagram* dengan aktor pelanggan untuk aktivitas melakukan pemesanan produk. Pemesanan produk dimulai dengan membuka halaman website Shapro Official kemudian melihat katalog produk. Langkah selanjutnya adalah klik detail produk pada produk yang diinginkan kemudian pelanggan akan diminta mengisi detail warna dan ukuran produk yang dibeli kemudian klik tombol keranjang belanja untuk mengisi jumlah produk yang akan dibeli. Jika ingin belanja lagi maka klik pada tombol lanjut belanja. Jika pelanggan tidak ingin berbelanja lagi maka pelanggan dapat kembali ke halaman keranjang belanja kemudian klik tombol checkout. Langkah selanjutnya adalah melengkapi data pembeli dan juga pembayaran sesuai dengan produk yang dibeli kemudian klik tombol buat pesanan. Data pesanan pelanggan akan otomatis tersimpan pada database sistem. Pelanggan dan admin akan mendapat notifikasi pemesanan. *Activity diagram* pemesanan produk dapat dilihat pada gambar 4.



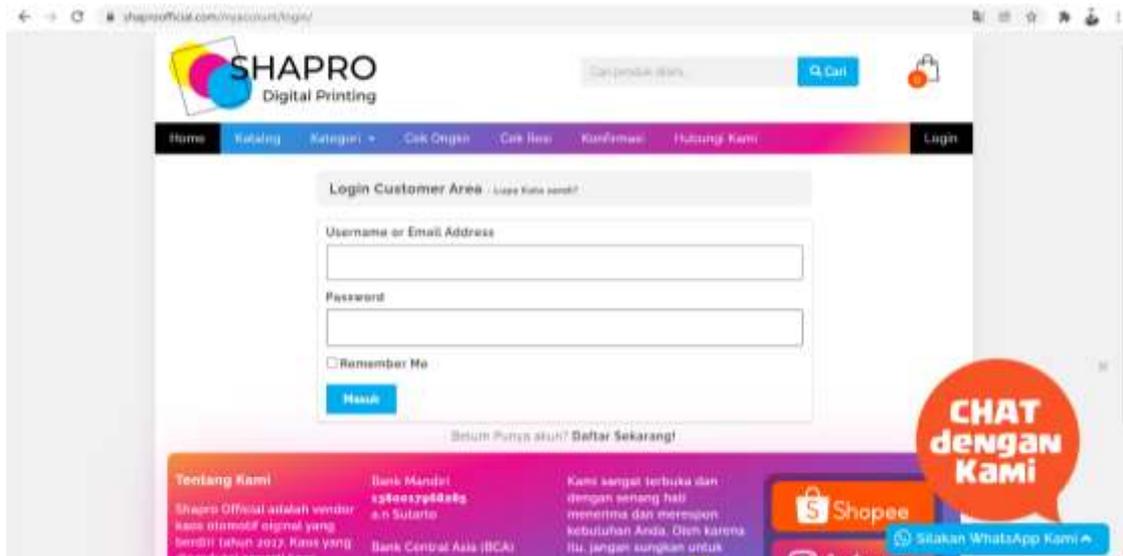
Gambar 4. Activity Diagram Pemesanan Produk

c. *Implementation*

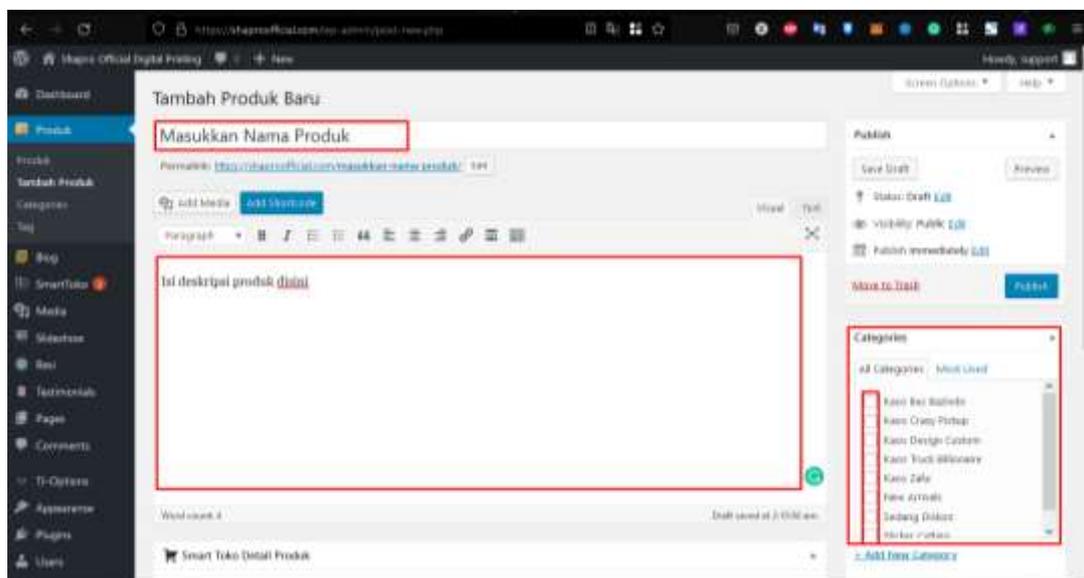
Proses implementasi menggunakan CMS wordpress untuk membangun website pada UMKM Shapro Official Wonogiri.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Tampilan layar hasil pembuatan website menggunakan CMS wordpress pada sisi Admin dimulai dengan menu login yang dapat dilihat pada gambar 5 Setelah melalui proses login, admin dapat mengelola website seperti menambah produk yang dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 5. Menu Login



Gambar 6. Menu Tambah Produk

Tampilan layar untuk pelanggan dapat dimulai dari halaman home yang dapat dilihat pada gambar 7. Terdapat beberapa menu yaitu Home, Katalog, Cek Ongkir, Cek Resi, Konfirmasi dan Hubungi Kami.

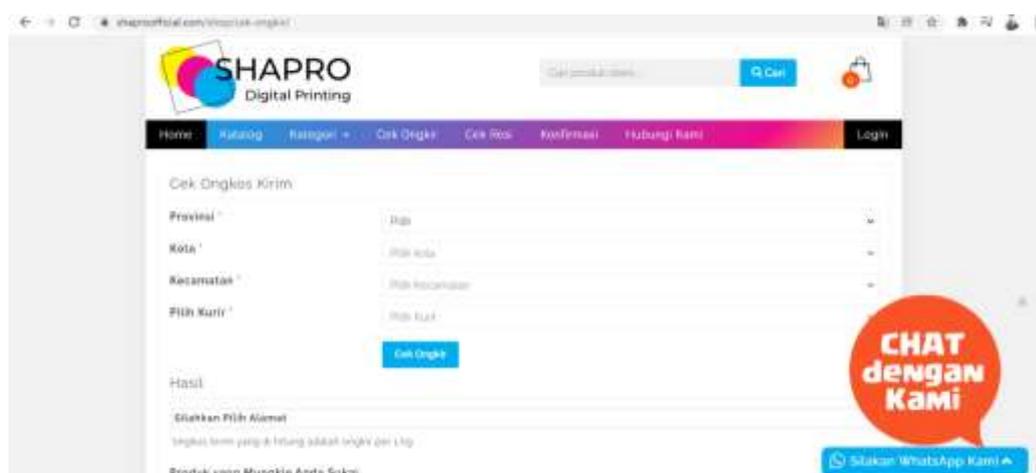


Gambar 7. Halaman Beranda

Pelanggan juga dapat melihat produk pada menu katalog seperti pada gambar 8. Pelanggan juga dapat melihat besar ongkos kirim pada menu cek ngkos kirim seperti pada gambar 9.



Gambar 8. Menu Katalog



Gambar 9. Menu Ongkir

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pembuatan website pada Shapro Official dapat disimpulkan bahwa adanya website mandiri dapat membantu pihak manajemen untuk mengelola promosi, penjualan dan laporan penjualan secara fokus dan terarah. Pengelolaan penjualan yang fokus dapat meningkatkan omset penjualan pada Shapro Official. Website juga memudahkan pelanggan Shapro Official dalam melakukan transaksi pemesanan produk tanpa harus datang langsung ke toko.

#### References

- [1] N. Z. Arrizal and S. Sofyantoro, "Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi," *Birokrasi Pancasila J. Pemerintahan, Pembangunan, dan Inov. Drh.*, vol. 2, no. 1, pp. 39–48, 2020.
- [2] L. T. P. Nurhidayat, "Pengaruh Covid-19 Terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia," <https://sukabumiupdate.com/detail/bale-warga/opini/67200-Pengaruh-Covid-19-Terhadap-Pertumbuhan-UMKM-di-Indonesia>, Sukabumi, p. 1, 23-Jun-2020.
- [3] S. N. L. Nalini, "Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 4, no. 1, pp. 662–669, 2021, doi: 10.36778/jesya.v4i1.278.
- [4] S. Santosa and H. Ismaya, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Cms Wordpress Pada Toko Importir Laptop Bandung," *J. Bisnis dan Pemasar.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–8, 2021.
- [5] B. Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19," *ATRABIS J. Adm. Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 233–247, 2020, doi: 10.24967/psn.v2i1.1452.
- [6] D. Barkah and S. Wasiyanti, "Sistem Informasi Penjualan Baju Berbasis Web Pada Project Distro Depok," *Perspektif*, vol. XVI, no. 2, pp. 125–135, 2018.
- [7] A. Ardiansyah, E. A. Pratama, C. M. Hellyana, and K. Wildan, "Sistem Informasi Penjualan Kaos Berbasis Web Pada Distro Azidan Collection," *Evolusi*, vol. 7, no. 2, pp. 22–27, 2019.
- [8] F. Alfiah *et al.*, "Perancangan Sistem E – Commerce Untuk Penjualan Pakaian Pada Toko A&S," *Neliti*, vol. 6, no. 1, pp. 70–81, 2020.
- [9] A. Q. Aini and J. D. Pribadi, "Pembuatan Website Menggunakan CMS Wordpress Sebagai Media Promosi Pada Rumah Crochet Batu," *Apl. Bisnis*, vol. 3, pp. 287–292, 2017.
- [10] R. Delima, H. B. Santosa, and J. Purwadi, "Development of Dutatani Website Using Pemasaran Digital Berbasis CMS Wordpress Pada UMKM Shapro Official Wonogiri (Pipin Widyaningsih)

- Rapid Application Development,” *IJITEE*, vol. 1, no. 2, pp. 36–44, 2017, doi: 10.22146/ijitee.28362.
- [11] Y. D. Wijaya, “Penerapan Metode Rapid Application Development (Rad) Dalam Pengembangan Sistem Informasi Data Toko,” *SITECH*, vol. 3, no. 2, pp. 95–102, 2021, doi: 10.24176/sitech.v3i2.5141.
- [12] A. Muhsyi, S. Fauziyyah, K. Khusna, and A. Mirzania, “Model Distribusi Kerajinan Kreatif Jember Menuju Pasar Internasional,” *Bisma*, vol. 15, no. 1, pp. 75–85, 2021.