

Membangun Toko Online Sendiri dengan WordPress

Panduan praktis membangun toko online dengan menggunakan WordPress dan WooCommerce untuk pasar Indonesia, lengkap dengan produk, tampilan, Duitku, ongkir di checkout, SEO, dan alur operasional harian.



Dari Nol Tanpa Coding / Pindah dari Marketplace / Pembayaran Otomatis & Ongkir di Checkout / Langkah demi Langkah



Membangun Toko Online Sendiri dengan WordPress

Panduan WooCommerce untuk Penjual Indonesia · Edisi 2026

Ditulis dan diterbitkan oleh 8grams Team. © 2026 8grams Team.

Hak cipta dilindungi undang-undang. Ebook ini dijual untuk penggunaan pribadi satu pembeli. Dilarang menggandakan, menyebarkan, meng-upload ulang, atau menjual kembali sebagian maupun seluruh isi ebook ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Seluruh nama merek, produk, dan layanan, termasuk WordPress, WooCommerce, Duitku, Yoast SEO, JNE, J&T, SiCepat, dan lainnya, adalah milik pemiliknya masing-masing dan disebut di sini untuk tujuan edukasi.

Isi ebook ini disusun berdasarkan kondisi ekosistem pada saat penulisan. Tampilan menu, harga layanan, dan kebijakan pihak ketiga dapat berubah sewaktu-waktu. Layanan tertentu seperti DomaiNesia, Rumahweb, dan Duitku disebut hanya sebagai contoh agar langkahnya konkret. Pembaca disarankan menentukan sendiri layanan hosting, payment gateway, dan penyedia lain yang paling sesuai dengan kebutuhan, anggaran, dan pertimbangannya. Penulis dan penerbit tidak bertanggung jawab atas kerugian yang timbul dari penerapan isi ebook ini. Selalu periksa dokumentasi resmi terbaru sebelum mengambil keputusan bisnis.

Penerbit: 8grams Team

Email: info@8grams.tech

WhatsApp: +62 811-3143-975

Web: <https://8grams.tech>

Daftar Isi

Klik judul mana pun untuk melompat ke babnya.

BAGIAN SATU · FONDASI & POLA PIKIR

1	Mengapa Toko Online Sendiri Layak Dibangun	9
	Kendali atas Margin dan Pengalaman Pembeli	10
	Data Pelanggan sebagai Aset	11
	Posisi Toko Online Sendiri dalam Strategi Penjualan	11
	Hasil Akhir yang Akan Dibangun	11
2	Memahami WordPress dan WooCommerce	
	WordPress Self-Hosted	
	Peran Theme dan Plugin	
	Anatomi Toko Online WooCommerce	
	Mengapa WooCommerce Cocok untuk Indonesia	
3	Modal, Domain, Hosting, dan Bahan Toko Online	
	Biaya yang Perlu Dipahami	
	Memilih Hosting untuk WooCommerce	
	Membuat Akun di Penyedia Hosting	
	Membandingkan Paket dan Promo Hosting	
	Memilih Nama dan Domain	
	Menyiapkan Data Produk	
	Jika Anda Belum Memiliki Produk	
	Foto, Deskripsi, dan Identitas Visual	

BAGIAN DUA · INSTALASI & PENGATURAN AWAL

4	Memasang WordPress dan Masuk ke Dasbor	
	Membeli WordPress Hosting di DomaiNesia	
	Memeriksa Bahasa dan Judul Situs	
	Masuk ke Dasbor WordPress	
	Pengaturan Awal yang Wajib Dicek	
5	Memasang WooCommerce	
	Mengatur Lokasi dan Mata Uang	
	Melewati Opsi yang Belum Dibutuhkan	
	Mengenal Menu WooCommerce	
	Membuat Halaman Otomatis	
6	Pengaturan Dasar Toko Online	
	Alamat Toko dan Area Penjualan	
	Mata Uang dan Format Harga	
	Satuan Berat dan Dimensi	

Akun dan Checkout.....

BAGIAN TIGA · PRODUK & KATALOG

7 Membuat Produk Sederhana.....

Menulis Nama dan Deskripsi Produk.....

Mengisi Harga, Stok, Berat, dan Dimensi

Kategori, Gambar Produk, dan Galeri

Preview dan Terbitkan

8 Variasi Produk.....

Membuat Atribut

Mengubah Produk Menjadi Produk Variabel.....

Menampilkan Pilihan Variasi di Halaman Produk

Kesalahan yang Sering Terjadi.....

9 Merapikan Katalog dan Kepercayaan Produk.....

Kategori yang Mudah Dipahami.....

Foto yang Konsisten

Elemen Kepercayaan di Halaman Produk

Produk Tertaut dan Bundel Sederhana

BAGIAN EMPAT · TAMPILAN DENGAN THEME BAWAAN

10 Memilih Theme dan Mengatur Logo.....

Memasang dan Mengaktifkan Theme

Mengatur Logo dan Identitas Situs

Uji di Ponsel

11 Beranda Toko, Menu, dan Halaman Penting

Menjadikan Halaman Toko sebagai Beranda

Merapikan Menu Utama

Halaman Pendukung

Keranjang dan Checkout

BAGIAN LIMA · PEMBAYARAN, ONGKIR, DAN OPERASIONAL

12 Menyiapkan Duitku untuk WooCommerce

Memasang Plugin Duitku

Merchant Code, API Key, dan Mode.....

Sandbox dan Production.....

Mengatur Payment Channel.....

Menguji Checkout Duitku

Transfer Bank Manual sebagai Cadangan.....

13 Menguji Checkout dan Pembayaran

Data Pembeli untuk Pengujian.....

Status Pesanan
 Email Notifikasi.....
 Daftar Masalah yang Harus Diperbaiki.....

14 Mengatur Ongkir dan Zona Pengiriman

Pilihan Ongkir untuk Pemula
 Memahami Zona Pengiriman.....
 Flat Rate untuk Tarif Tetap
 Berat, Dimensi, dan Kemasan
 Gratis Ongkir dan Minimum Belanja
 Local Pickup untuk Ambil Sendiri.....
 Uji Tujuan Berbeda.....

15 Mengelola Pesanan Harian

Alur Dasar Pesanan
 Membaca Detail Pesanan
 Memahami Status WooCommerce.....
 Picking, Packing, dan Resi.....
 Template Komunikasi WhatsApp.....
 Retur dan Komplain.....
 Rekonsiliasi Harian.....

BAGIAN ENAM · PINDAH DARI MARKETPLACE

16 Strategi Pindah dari Marketplace Tanpa Kehilangan Omzet.....

Jangan Mematikan Marketplace Secara Mendadak.....
 Strategi Rumah dan Etalase.....
 Funnel: Akuisisi di Marketplace, Rawat di Toko Online Sendiri.....
 Menghitung Kapan Perpindahan Layak Dipercepat.....
 Menjaga Konsistensi Harga dan Layanan.....

17 Memindahkan Produk, Pelanggan, dan Reputasi

Menyiapkan Data Produk untuk Diimpor.....
 Mengimpor Produk Massal dengan CSV Importer
 Memindahkan Foto Produk
 Menampilkan Kembali Ulasan dan Testimoni.....
 Mengundang Pelanggan Lama.....
 Membangun Kepercayaan Awal di Toko Online Baru.....

BAGIAN TUJUH · SEO, KEAMANAN, DAN PERTUMBUHAN

18 SEO Dasar dengan Yoast SEO

Judul SEO dan Meta Deskripsi.....
 Slug dan URL Produk.....
 Konten Produk yang Membantu SEO.....

	Site Kit dan Pengukuran.....
19	Keamanan, Backup, dan Perawatan
	Pembaruan WordPress, Theme, dan Plugin
	Backup Rutin.....
	Akses Admin dan Kata Sandi
	Monitoring Dasar
20	Meluncurkan Toko Online dan Mengembangkan Penjualan.....
	Soft Launch
	Mengarahkan Kanal ke Toko Online
	Membaca Data Awal
	Perbaiki Bertahap.....
21	Halaman Pendukung yang Wajib Ada
	Tentang Kami.....
	Cara Belanja
	Kontak dan Jam Layanan.....
	Kebijakan Retur dan Privasi.....
22	Kupon, Bundel, dan Penawaran
	Kupon Pelanggan Baru.....
	Bundel Produk.....
	Minimum Belanja dan Hadiah Kecil
	Evaluasi Promosi.....
23	Menghubungkan Toko Online dengan WhatsApp.....
	WhatsApp Business.....
	Template Jawaban
	Tombol WhatsApp di Situs
	Layanan Purna Jual
24	Membaca Metrik Toko Online.....
	Trafik dan Sumber Kunjungan.....
	Konversi
	Nilai Pesanan Rata-Rata.....
	Produk Terlaris dan Produk Sepi
25	Mengatasi Masalah Umum
	Ongkir Tidak Muncul
	Pembayaran Duitku Gagal
	Email Tidak Terkirim
	Variasi Produk Bermasalah
	Situs Lambat
26	Checklist Akhir Toko Online Siap Jualan
	Pemeriksaan Identitas dan Tampilan.....

Pemeriksaan Produk.....

Pemeriksaan Checkout.....

Pemeriksaan Operasional.....

Setelah Publikasi.....

Penutup.....

Glosarium.....

BAGIAN SATU

Fondasi & Pola Pikir

Sebelum menyentuh teknis, Anda perlu memahami alasan bisnis, peran WordPress dan WooCommerce, serta bahan yang harus disiapkan agar proses membangun toko online berjalan terarah.



01

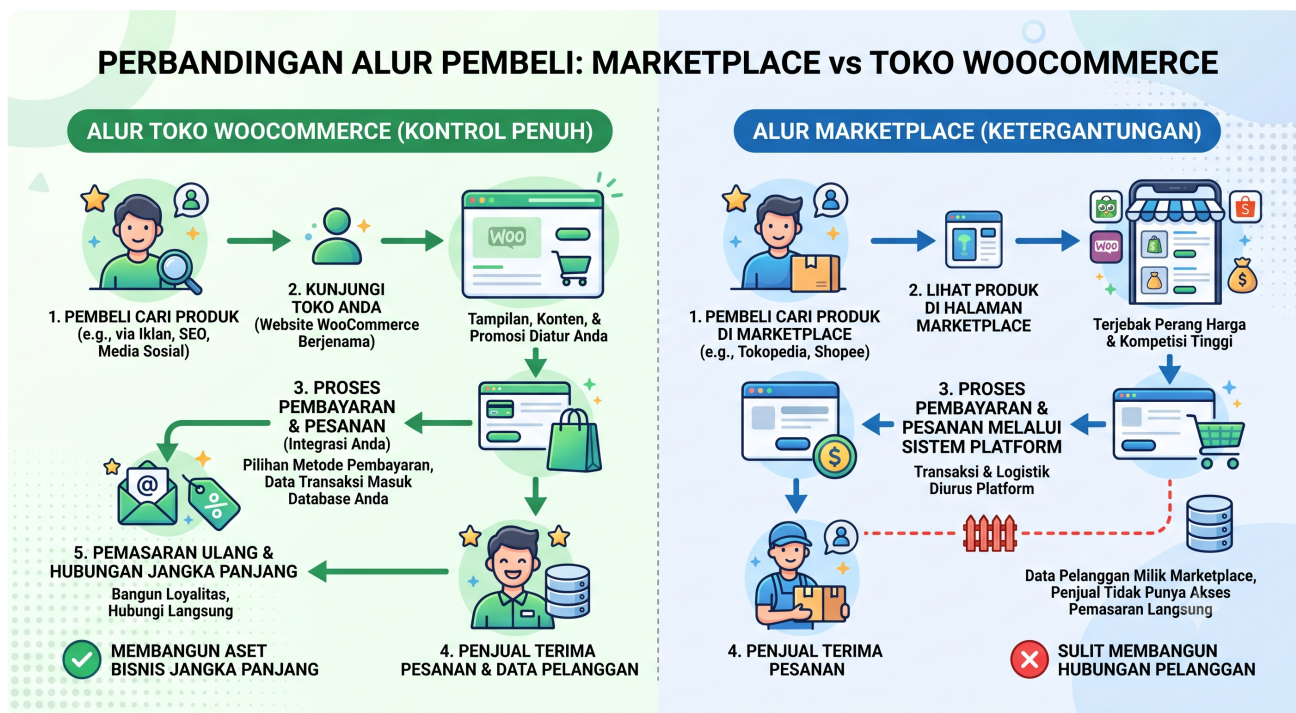
Mengapa Toko Online Sendiri Layak Dibangun

Toko online WooCommerce memberi Anda tempat berdagang yang berada dalam kendali sendiri. Bab ini menjelaskan alasan bisnisnya sebelum Anda masuk ke langkah teknis.

Marketplace memberi jalan masuk yang cepat bagi banyak penjual Indonesia. Anda dapat membuka lapak, meng-upload foto produk, menerima pembayaran, dan mengirim pesanan tanpa perlu mengurus situs sendiri. Bagi penjual yang baru mulai menguji produk, fasilitas ini sangat membantu. Pembeli sudah ramai, sistem pembayaran tersedia, dan kepercayaan awal dibantu oleh nama besar platform.

Namun ketika usaha mulai tumbuh, ketergantungan penuh pada marketplace membuat ruang gerak semakin sempit. Biaya layanan, biaya promosi, perang harga, perubahan algoritma, dan aturan akun berada di luar kendali Anda. Penjual dapat memiliki omzet besar, tetapi tetap kesulitan membangun hubungan langsung dengan pelanggan karena data pembeli, riwayat interaksi, dan lalu lintas utama berada di sistem platform.

Toko online WordPress dan WooCommerce memberi Anda pusat bisnis yang dapat dikendalikan. Anda menentukan tampilan, susunan katalog, narasi merek, metode pembayaran, aturan promosi, sampai cara menghubungi pelanggan setelah transaksi. Marketplace tetap dapat dipakai sebagai saluran akuisisi, sedangkan toko online sendiri menjadi alamat utama yang membangun aset jangka panjang.



Gambar 1.1. Ilustrasi perbandingan alur pembeli dari marketplace dan alur pembeli dari toko online WooCommerce milik sendiri.

Kendali atas Margin dan Pengalaman Pembeli

Pada toko online sendiri, struktur biaya lebih mudah dibaca. Anda membayar domain, hosting, plugin tertentu bila diperlukan, serta biaya payment gateway¹ per transaksi. Tidak ada komisi marketplace yang mengikuti setiap kenaikan omzet. Dengan omzet Rp50.000.000 per bulan, selisih beberapa persen saja dapat menjadi dana iklan, stok, pengemasan, atau perbaikan layanan pelanggan.

Kendali biaya juga berkaitan dengan pengalaman pembeli. Anda dapat membuat halaman produk yang menjelaskan manfaat produk secara rinci, menampilkan panduan ukuran, menambahkan FAQ, mengatur bundel², memberikan kupon pelanggan lama, atau menyiapkan halaman checkout yang ringkas. Semua itu sulit dilakukan apabila toko online Anda hanya mengikuti format seragam sebuah platform.

ILUSTRASI BIAYA BULANAN

Misalkan sebuah toko online memiliki omzet Rp30.000.000 per bulan. Selisih biaya 4 persen berarti Rp1.200.000 per bulan. Dalam setahun, nilainya mencapai Rp14.400.000. Angka ini cukup untuk membayar hosting yang lebih baik, produksi konten, atau sebagian biaya iklan. Seluruh angka dalam buku ini bersifat ilustratif dan perlu disesuaikan dengan kondisi aktual usaha Anda.

1. layanan yang memproses pembayaran online, sehingga toko dapat menerima transfer, kartu, e-wallet, dan QRIS secara otomatis tanpa perlu mengecek mutasi rekening satu per satu.
2. paket berisi beberapa produk yang dijual bersama dengan satu harga, biasanya lebih hemat, untuk mendorong pembeli berbelanja lebih banyak sekaligus.

Data Pelanggan sebagai Aset

Data pelanggan adalah bahan bakar pertumbuhan. Nama, alamat email, nomor WhatsApp, kota tujuan, produk yang dibeli, dan frekuensi transaksi membantu Anda memahami siapa pembeli terbaik. Dari data itu, Anda dapat membuat penawaran ulang, mengirim pengingat stok baru, memberi kupon khusus, atau membuat paket yang lebih sesuai.

WooCommerce menyimpan pesanan di dalam situs Anda. Selama Anda mengelola situs dengan benar dan mematuhi prinsip perlindungan data, catatan tersebut dapat menjadi aset pemasaran yang bernilai. Anda dapat melihat produk mana yang sering dibeli bersama, area pengiriman mana yang paling ramai, dan variasi produk mana yang perlu ditambah stoknya.

LINDUNGI DATA PELANGGAN

Kepemilikan data harus diikuti tanggung jawab. Gunakan kata sandi kuat, aktifkan pembaruan, batasi akses admin, dan jangan membagikan data pembeli kepada pihak yang tidak berkepentingan. Kepercayaan pelanggan sulit dipulihkan setelah bocor.

Posisi Toko Online Sendiri dalam Strategi Penjualan

Toko online sendiri tidak perlu menggantikan seluruh kanal yang sudah berjalan. Banyak penjual tetap memakai marketplace, Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Perbedaannya, semua kanal tersebut diarahkan ke satu pusat yang Anda kendalikan. Saat pembeli ingin melihat katalog lengkap, membaca informasi ukuran, atau melakukan pembayaran otomatis, mereka masuk ke toko online WooCommerce Anda.

Strategi ini sangat relevan bagi penjual yang sedang naik kelas dari jualan manual. Pada awalnya, pesanan mungkin masuk melalui chat. Setelah volume meningkat, proses manual mulai menyita waktu. WooCommerce membantu mengubah percakapan berulang menjadi sistem: produk dipilih di katalog, ongkir dihitung, pembayaran diproses, pesanan tercatat, dan status dapat dilacak.

Hasil Akhir yang Akan Dibangun

Sepanjang buku ini, Anda akan membangun toko online yang siap menerima pesanan secara wajar untuk skala awal. Toko online tersebut dibangun dengan WordPress dan WooCommerce, serta memiliki katalog produk, variasi produk, pengaturan tampilan dasar, halaman toko online sebagai beranda, menu yang rapi, payment gateway Duitku³, pengaturan ongkir, alur pesanan, dan optimasi SEO dasar.

³ payment gateway asal Indonesia yang dipakai dalam buku ini untuk menerima pembayaran secara otomatis melalui virtual account, QRIS, e-wallet, minimarket, dan channel lain sesuai aktivasi akun.

Pendekatannya praktis. Anda akan memulai dari fondasi, menambahkan komponen inti, lalu menguji toko online dari sudut pandang pembeli. Anda dapat mengerjakannya bertahap sesuai urutan bab, atau langsung membuka bagian yang paling Anda butuhkan lebih dulu.

POIN PENTING BAB INI

- ✓ Toko online sendiri memberi kendali lebih besar atas biaya, merek, data pelanggan, dan pengalaman belanja.
- ✓ Marketplace tetap dapat dipakai sebagai kanal penjualan, sementara WooCommerce menjadi pusat yang Anda kendalikan.
- ✓ Data pesanan WooCommerce dapat membantu promosi ulang, pengelolaan stok, dan pengambilan keputusan.
- ✓ Buku ini membimbing Anda membangun toko online yang praktis untuk mulai menerima pesanan.

CHECKLIST SEBELUM MELANJUTKAN

- Saya memahami alasan bisnis membangun toko online WooCommerce.
- Saya mengetahui bahwa toko online sendiri membutuhkan pengelolaan yang disiplin.
- Saya siap menyiapkan bahan toko online sebelum masuk ke langkah teknis.