

PERANCANGAN *WEBSITE E-COMMERCE* UNTUK PENJUALAN DAN PENGELOLAAN BISNIS PADA TOKO JOSSPARTS

Satrio Bagus Sindu Adi^{1*}, Atik Ariesta²

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

²Manajemen Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ¹sindua04@gmail.com, ²atik.ariesta@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Toko Jossparts adalah toko yang menjual berbagai macam produk motor, khususnya *sparepart* motor Yamaha. Toko Jossparts menggunakan media sosial *instagram* sebagai tempat untuk melakukan promosi dan penjualan sekaligus untuk katalog produk. Masalah yang dialami oleh Toko Jossparts adalah banyak pelanggan yang ragu apakah toko dapat dipercaya dan *sparepart* original atau tidak. Selain itu, Toko Jossparts juga memiliki kesulitan dalam membuat laporan, karena proses pembuatan laporan masih dilakukan secara manual dengan melihat *chat DM Instagram*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membangun sistem penjualan *online* melalui *Website E-Commerce* agar pelanggan dapat melakukan pemesanan dan transaksi secara *online* dengan mudah. Penelitian menggunakan metode *Content Management System (CMS)* dalam membangun *Website E-Commerce*, menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* dalam merancang desain bisnis, menggunakan *Fishbone Diagram* dalam menganalisa masalah, dan *Search Engine Optimization (SEO)* untuk melakukan promosi *sparepart* secara *online*. Hasil dari penelitian ini adalah dengan dibangunnya *Website E-Commerce* menggunakan *Content Management System (CMS)* membuat sistem penjualan *online* yang dapat membantu mengatasi masalah-masalah yang ada pada Toko Jossparts dan untuk melakukan promosi menggunakan strategi *Search Engine Optimization (SEO)*. Sehingga dengan adanya *E-Commerce*, Toko Jossparts diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk pada toko, memudahkan pembeli dalam melakukan pemesanan dan transaksi secara *online*, serta memudahkan pemilik toko untuk pembuatan laporan.

Kata Kunci: *Website, E-Commerce, Business Model Canvas (BMC), Content Management System (CMS), Search Engine Optimization (SEO)*.

E-COMMERCE WEBSITE DESIGN FOR SALES AND BUSINESS MANAGEMENT AT JOSSPARTS STORE

Abstract-*Jossparts shop is a shop that sells various kinds of motorbike products, especially Yamaha motorcycle spare parts. The Jossparts store uses Instagram social media as a place to carry out promotions and sales as well as product catalogs. The problem experienced by the Jossparts Store is that many customers doubt whether the store can be trusted and the spare parts are original or not. Apart from that, the Jossparts store also has difficulties in making reports, because the process of making reports is still done manually by viewing Instagram DM chats. The purpose of this research is to build an online sales system through an E-Commerce Website so that customers can easily place orders and transactions online. Research using the Content Management System (CMS) method in building E-Commerce Websites, using the Business Model Canvas (BMC) in designing business designs, using Fishbone Diagrams in analyzing problems, and using Search Engine Optimization (SEO) in promoting spare parts online. The results of this study are the construction of an E-Commerce Website using a Content Management System (CMS) to create an online sales system that can help overcome the problems that exist at the Jossparts Store and to carry out promotions using a Search Engine Optimization (SEO) strategy. So that with E-Commerce, the Jossparts Store is expected to increase product sales at the store, make it easier for buyers to place orders and transactions online, and make it easier for store owners to make reports.*

Keywords: *Website, E-Commerce, Business Model Canvas (BMC), Content Management System (CMS), Search Engine Optimization (SEO)*

1. PENDAHULUAN

E-Commerce merupakan singkatan dari dua kata, yaitu *electronic* dan *commerce*. *E-Commerce* adalah suatu perangkat teknologi yang dinamis, meliputi aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan suatu komunitas melalui transaksi elektronik, yang menyelenggarakan pertukaran elektronik barang [1]. Secara harafiah dapat diartikan sebagai perdagangan elektronik. Artinya, segala bentuk perdagangan mulai dari proses pemasaran produk sampai dengan distribusi yang dilakukan melalui jaringan elektronik atau *online*. Maka dari itu, sudah tidak sedikit orang yang melakukan penjualan produknya melalui *e-commerce*. Misalnya

berbagai macam alat tulis, alat komunikasi, alat dan bahan kebutuhan rumah tangga dan masih banyak lagi, tak terkecuali *sparepart* kendaraan.

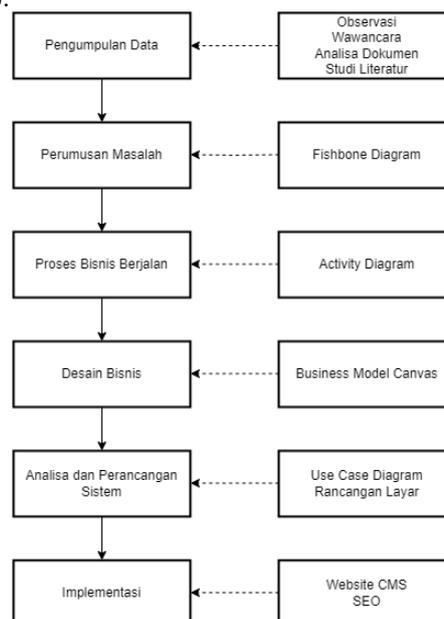
Toko Jossparts adalah toko yang menjual berbagai macam produk motor, khususnya *sparepart* motor Yamaha. Terbentuknya Toko Jossparts berawal dari pemilik toko yang memiliki hobi motoran. Toko Jossparts mulai berjualan pada November 2021. Toko Jossparts menggunakan media sosial *instagram* sebagai tempat untuk melakukan promosi dan penjualan sekaligus untuk katalog produk. Masalah yang dialami oleh Toko Jossparts adalah banyak pelanggan yang ragu apakah toko dapat dipercaya dan *sparepart* original atau tidak. Selain itu, Toko Jossparts juga memiliki kesulitan dalam membuat laporan, karena proses pembuatan laporan masih dilakukan secara manual dengan melihat *chat DM Instagram*.

Penelitian sebelumnya mengembangkan website pemesanan *sparepart* motor berbasis *web* menggunakan *Framework Codeigniter* menghasilkan website dapat mempermudah dalam mengelola data, mendapatkan informasi produk dan melakukan transaksi, serta melihat informasi laporan secara *online* [2]. Penelitian sebelumnya membangun aplikasi *E-Commerce* penjualan dan pemesanan *sparepart* berbasis *web* menggunakan *Framework Codeigniter* menghasilkan website dapat melakukan penjualan, pelayanan, dan pemesanan *sparepart* dengan mudah melalui aplikasi [3]. Penelitian sebelumnya membangun website penjualan menggunakan *Content Management System (CMS)* dengan *tools* dari *Wordpress*, hasilnya adalah memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan, meningkatkan kepercayaan saat bertransaksi, dan pembuatan laporan yang akurat [4]. Penelitian sebelumnya mengimplementasi *E-Commerce* dengan teknik *SEO* dan Strategi Pemasaran 4P. *CMS* digunakan untuk meningkatkan penjualan produk aksesoris motor pada XYZ Motoshop. Penelitian menggunakan metode *Content Management System (CMS)* dan *Search Engine Optimization (SEO)*, hasilnya adalah melakukan pemesanan dan promosi produk melalui *website e-commerce* serta memudahkan *customer* untuk mencari produk aksesoris motor terdekat dengan fitur *Google Search* [5].

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun sistem penjualan *online* melalui *Website E-Commerce* menggunakan *Content Management System (CMS)* pada Toko Jossparts. Melakukan promosi *sparepart* secara *online* menggunakan strategi *Search Engine Optimization (SEO)*. Membantu pemilik toko dalam pembuatan laporan melalui *Website E-Commerce*. *Website* merupakan sebuah halaman berisi informasi yang dapat dilihat dengan menggunakan koneksi internet sehingga semua orang dapat mengelola informasi dari berbagai sumber yang tersedia diinternet. *Search Engine Optimization (SEO)* adalah teknik yang digunakan agar *website* dapat dikenal dengan mudah oleh mesin pencari sehingga dapat meningkatkan pengunjung *website*, terdapat 2 macam teknik *Search Engine Optimization (SEO)* yaitu *SEO on page* dan *SEO off page* [6].

2. METODE PENELITIAN

Gambar 1 tahapan penelitian yang dilakukan pada Toko Jossparts, penulis melakukan pengumpulan data, merumuskan masalah, menganalisa proses bisnis berjalan, mendesain bisnis, menganalisa dan merancang sistem serta melakukan implementasi terhadap sistem yang telah dibuat. Berikut penjelasan dari tiap tahapan penelitian pada bagian 2.1 sampai dengan 2.6:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.1 Pengumpulan Data

Tahap pertama, penulis melakukan pengumpulan data untuk mengetahui permasalahan dan kekurangan yang ada pada saat ini. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara dengan narasumber dengan berbagai macam pertanyaan, menganalisa dokumen pada Toko Jossparts, dan menggunakan studi literatur untuk membandingkan penelitian yang sudah ada dengan yang sedang dilakukan dari berbagai referensi jurnal sesuai dengan topik yang dipilih penulis.

2.2 Perumusan Masalah

Tahap kedua, penulis melakukan identifikasi masalah pada Toko Jossparts. Kemudian, penulis mencoba merumuskan masalah tersebut menggunakan *Fishbone Diagram* agar perumusan masalah tersebut bisa lebih akurat dan tidak keluar dari batasan masalah yang sudah dibuat. *Fishbone diagram* juga merupakan salah satu *tool* dari *7 basic quality tools* [7]. *Fishbone diagram* digunakan ketika kita ingin mengidentifikasi kemungkinan penyebab masalah dan terutama ketika sebuah team cenderung jatuh berpikir pada rutinitas [7].

2.3 Proses Bisnis Berjalan

Tahap ketiga, penulis menganalisa proses bisnis berjalan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana keadaan proses bisnis saat ini. Hal tersebut terdiri dari proses pemesanan, pembayaran, dan pengiriman. Tahap ini dilakukan menggunakan *Activity Diagram*. *Activity Diagram* adalah representasi grafis dari alur kerja tahapan aktivitas. *Activity Diagram* menggambarkan sebuah *workflow* (aliran kerja) dari sebuah sistem atau proses bisnis atau menu yang ada pada *software*, peneliti menggunakan *activity diagram* untuk menggambarkan rangkaian aliran aktivitas dari titik awal hingga titik akhir baik proses bisnis maupun *use case* [8]. Selain itu, penulis menggunakan *rich picture* untuk pembuatan laporan dalam menganalisa proses bisnis berjalan pada Toko Jossparts. *Rich Picture* adalah menyajikan pembaca dengan perspektif pribadi dan spesifikasi konteks dari beberapa jenis. *Rich picture* biasanya digunakan dalam konteks pengambilan keputusan, manajemen proyek, atau pemecahan masalah [9].

2.4 Desain Bisnis

Tahap keempat, penulis menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* dalam mendesain bisnis. *Business Model Canvas (BMC)* terdiri dari 9 elemen, yaitu *Value Propositions* merupakan nilai lebih atau keunggulan produk yang ditawarkan untuk pelanggan, *Customer Segments* merupakan segmentasi pelanggan yang ditargetkan untuk membeli produk, *Customer Relationships* merupakan cara menjalin hubungan dengan pelanggan, *Channels* merupakan media atau saluran untuk menyampaikan produk kepada pelanggan, *Revenue Streams* merupakan sumber pendapatan bisnis yang didapatkan dari penjualan produk, *Key Partners* merupakan hubungan kerja sama dalam rangka memacu kelancaran arus bisnis, *Key Activities* merupakan semua aktivitas yang berkaitan dengan bisnis, *Key Resources* merupakan sumber daya yang digunakan untuk menjalankan bisnis, dan *Cost Structure* merupakan struktur biaya yang dikeluarkan. *Business Model Canvas (BMC)*, merupakan sebuah *tools* yang dapat digunakan untuk memetakan suatu bisnis dengan sembilan petak untuk mengetahui permasalahan dengan mudah dan dapat memberikan solusi bagi perusahaan [10].

2.5 Analisa dan Perancangan Sistem

Tahap kelima, penulis menggunakan *Use Case Diagram* dan menggunakan *Balsamiq* untuk membuat rancangan layar dalam menganalisa dan merancang sistem. *Use Case Diagram* adalah pemodelan untuk kelakuan (*behavior*) sistem informasi yang akan dibuat. *Use Case* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sistem informasi dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi-fungsi tersebut [11]. *Balsamiq Mockup* adalah salah satu *software* yang digunakan dalam pembuatan desain atau *prototyping* dalam pembuatan tampilan *user interface* sebuah aplikasi [12].

2.6 Implementasi

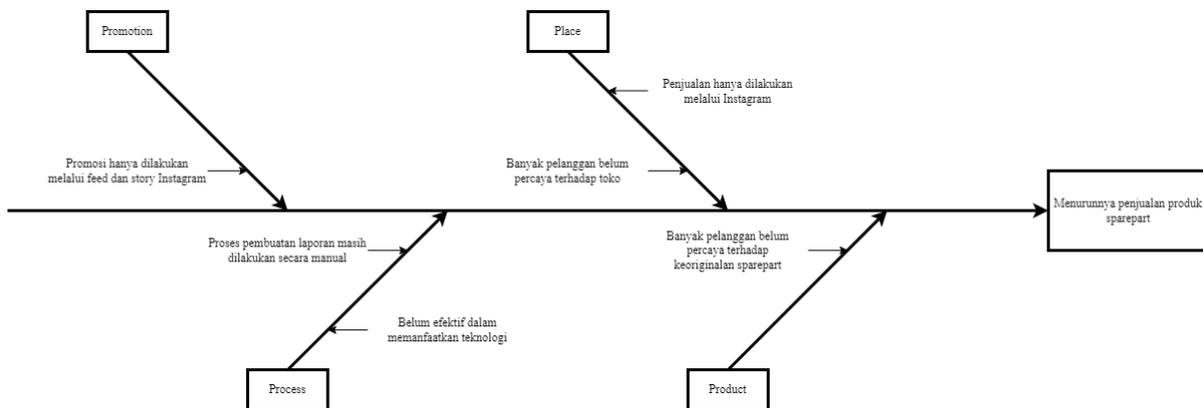
Tahap terakhir adalah menerapkan sistem yang telah dibuat. Penulis menggunakan *Content Management System (CMS)* untuk membuat *Website E-Commerce* dan menggunakan *Search Engine Optimization (SEO)* untuk strategi promosi sehingga *website* dapat tampil pada halaman pertama *Google*. *Content Management System (CMS)* adalah aplikasi yang berbasis *web* yang biasa digunakan sebagai aplikasi untuk mengatur konten *website*. Aplikasi *CMS* lebih sering memiliki kemampuan untuk memperbarui artikel, mengubah halaman *website*, menata menu dan tampilan pada *website* [13].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi analisis, hasil implementasi ataupun pengujian serta pembahasan dari topik penelitian, yang bisa dibuat terlebih dahulu metodologi penelitian. Bagian ini juga merepresentasikan penjelasan yang berupa penjelasan, gambar, tabel dan lainnya.

3.1 Analisa Masalah

Pada gambar 2, Toko Jossparts memiliki 4 masalah utama dan penjelasannya, yaitu *Product*, *Place*, *Process*, dan *Promotion*. Hal itu meliputi, banyak pelanggan belum percaya terhadap keoriginalan *sparepart*. Penjualan hanya dilakukan melalui *Instagram* dan banyak pelanggan belum percaya terhadap toko. Selain itu, proses pembuatan laporan masih dilakukan secara manual dan belum efektif dalam memanfaatkan teknologi serta promosi hanya dilakukan melalui *feed* dan *story Instagram*.



Gambar 2. Fishbone Diagram

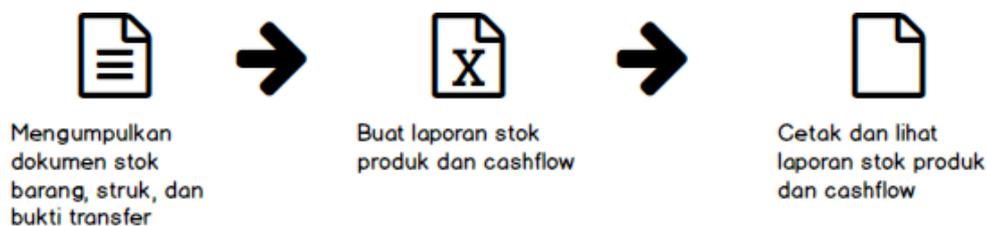
3.2 Analisa Proses Bisnis Berjalan

3.2.1 Activity Diagram Proses Penjualan Melalui Instagram

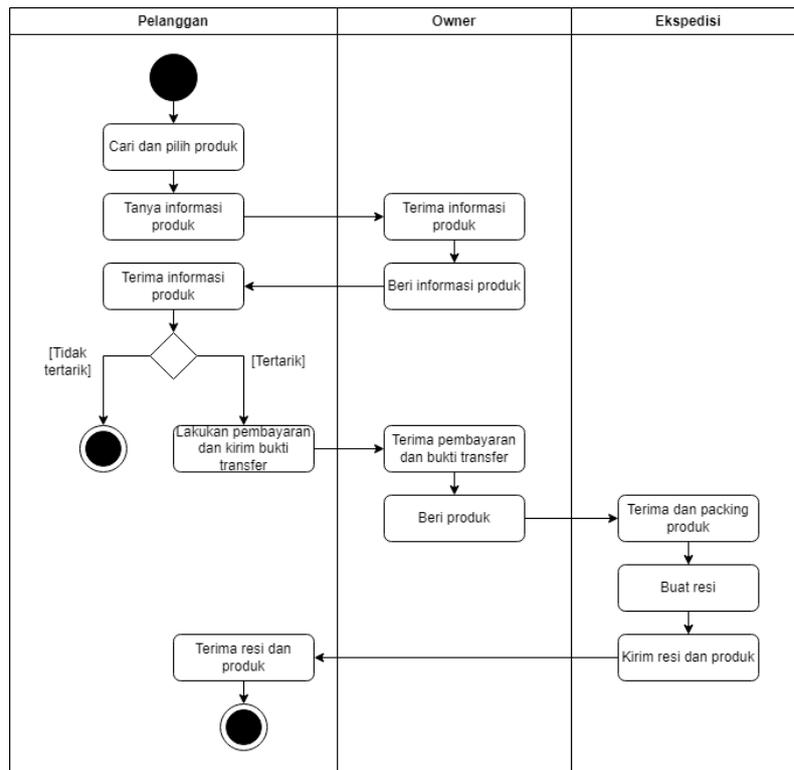
Pada gambar 4, pelanggan membuka *Instagram*, lalu cari dan pilih produk yang ada diposting *feed* ataupun *story*. Kemudian bisa menanyakan informasi produk yang dipilih melalui komentar postingan atau *DM*. Selanjutnya, *owner* memberikan informasi produk tersebut. Jika tidak tertarik, maka pelanggan akan mencari produk lain atau mengakhiri obrolan, dan jika tertarik, maka pelanggan dapat melakukan pembayaran dan mengirim bukti transfer ke *owner*. Setelah menerima pembayaran dan bukti transfer, *owner* akan membawa produk ke layanan ekspedisi untuk dipacking serta dibuatkan resi. Setelah itu, layanan ekspedisi akan memberikan resi dan mengirim produk hingga akhirnya pelanggan menerima produk tersebut.

3.2.2 Rich Picture Pembuatan Laporan

Pada gambar 3, pembuatan laporan dilakukan oleh *owner* dengan cara manual. Pembuatan laporan dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen stok barang, struk, dan bukti transfer. Kemudian *owner* membuat laporan stok produk dan *cashflow*. Setelah itu, *owner* dapat mencetak dan melihat laporan tersebut.



Gambar 3. Rich Picture Pembuatan Laporan



Gambar 4. Activity Diagram Proses Penjualan Melalui Instagram

3.3 Desain Bisnis

Pada gambar 5, penjelasan dari masing-masing elemen bagi Toko Jossparts adalah sebagai berikut. *Value Propositions* merupakan nilai lebih atau keunggulan produk yang ditawarkan oleh Toko Jossparts. *Customer Segments* merupakan segmentasi pelanggan yang ditargetkan oleh Toko Jossparts. *Customer Relationship* merupakan cara menjalin hubungan antara pelanggan dengan Toko Jossparts. *Channels* pada Toko Jossparts adalah *Instagram*, *Whatsapp*, dan *Website E-Commerce* sebagai media atau saluran untuk menyampaikan produk kepada pelanggan. *Revenue Streams* merupakan sumber pendapatan bisnis yang didapatkan dari penjualan produk pada Toko Jossparts. *Key Partners* merupakan hubungan kerja sama dalam rangka memacu kelancaran arus bisnis pada Toko Jossparts. *Key Activities* merupakan semua aktivitas yang berkaitan dengan bisnis pada Toko Jossparts. *Key Resources* merupakan sumber daya yang digunakan untuk menjalankan bisnis pada Toko Jossparts. *Cost Structure* merupakan struktur biaya yang dikeluarkan oleh Toko Jossparts.

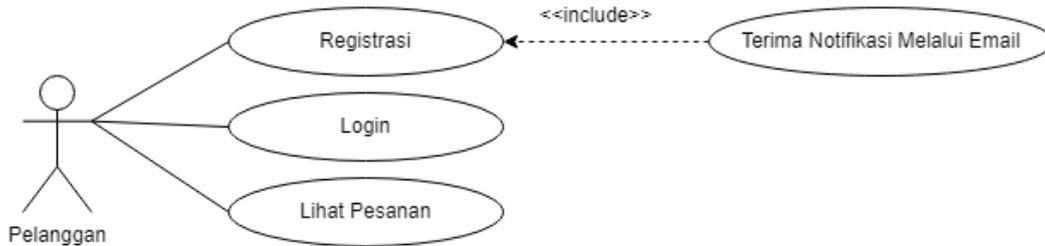
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1. Distributor Yamaha. 2. Pihak ekspedisi. 3. Penyedia layanan <i>domain</i> dan <i>hosting</i> .	1. Menjual <i>sparepart</i> motor. 2. Memastikan stok yang dijual selalu ada. 3. Melakukan pengiriman sesuai pesanan. 4. Melakukan promosi. 5. Membuat <i>website e-commerce</i> . Key Resources 1. <i>Sparepart</i> Yamaha. 2. Karyawan. 3. HP. 4. Laptop. 5. <i>Domain</i> dan <i>hosting</i> . 6. Jaringan internet.	1. Menjual <i>sparepart</i> motor original Yamaha. 2. Menawarkan jasa bongkar dan pasang <i>sparepart</i> serta pasang stiker kepada pelanggan. 3. Dapat melakukan pemesanan kapanpun. 4. Tepat waktu dalam melakukan pengiriman.	1. Memberikan kupon promo. 2. Melakukan respon cepat. 3. Melakukan <i>giveaway</i> . 4. Memberikan review dan rating setiap pembelian. Channels 1. Instagram. 2. Whatsapp. 3. <i>Website e-commerce</i> .	1. Laki-laki dan perempuan. 2. Komunitas motor Yamaha. 3. Pemilik bengkel motor.
Cost Structure		Revenue Streams		
1. Biaya gaji. 2. Biaya internet. 3. Biaya listrik. 4. Biaya sewa <i>domain</i> dan <i>hosting</i> . 5. Biaya pembelian produk dari distributor.		Penjualan produk melalui <i>website e-commerce</i> .		

Gambar 5. Business Model Canvas (BMC)

3.4 Analisa dan Perancangan Sistem

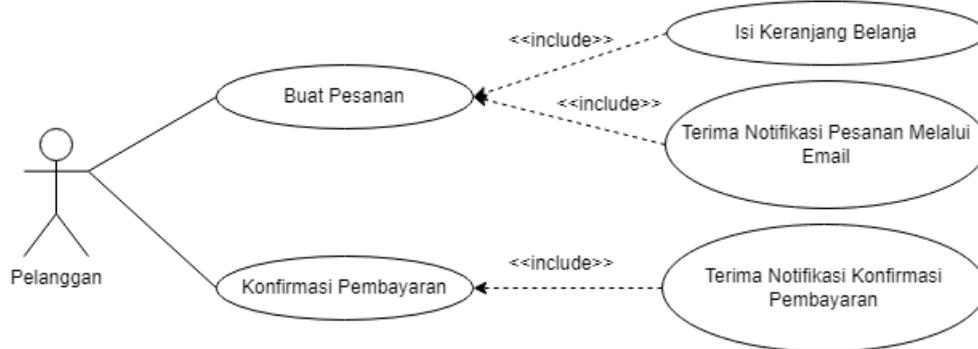
3.4.1 Use Case Diagram

- a. *Use Case Diagram* Master Pelanggan: Pada gambar 6, terdapat aktor pelanggan dan 3 *use case*, yaitu registrasi, login, dan lihat pesanan. Jika pelanggan sudah melakukan registrasi dan berhasil, maka akan menerima notifikasi melalui email. Kemudian, pelanggan harus melakukan login terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi pada *website*. Selain itu, pelanggan dapat melihat pesanan melalui *website*.



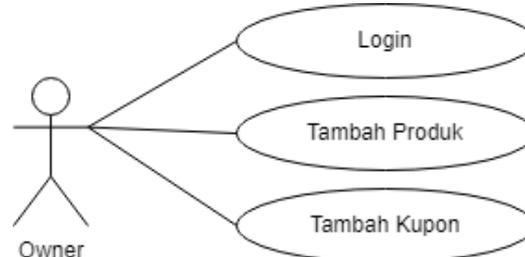
Gambar 6. Use Case Diagram Master Pelanggan

- b. *Use Case Diagram* Transaksi Pelanggan: Pada gambar 7, terdapat aktor pelanggan dan 2 *use case*, yaitu buat pesanan dan konfirmasi pembayaran. Pelanggan dapat membuat pesanan dengan cara mengisi keranjang belanja dan selanjutnya akan menerima notifikasi pesanan melalui email. Kemudian, jika pelanggan sudah melakukan konfirmasi pembayaran dan berhasil, maka akan menerima notifikasi konfirmasi pembayaran.



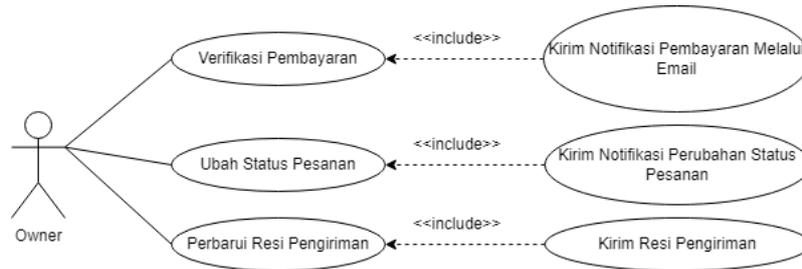
Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

- c. *Use Case Diagram* Master Owner: Pada gambar 8, terdapat aktor owner dan 3 *use case*, yaitu login, tambah produk, dan tambah kupon. Owner harus melakukan login terlebih dahulu, sehingga akan tampil halaman *back-end website*. Kemudian, owner dapat melakukan penambahan produk dan kupon.



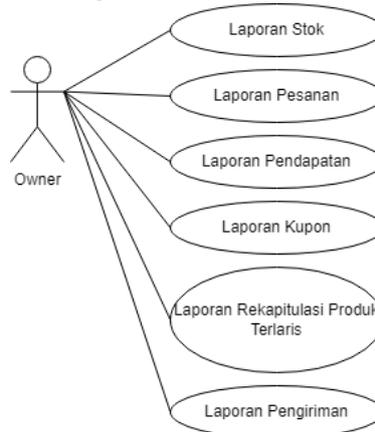
Gambar 8. Use Case Diagram Master Owner

- d. *Use Case Diagram* Transaksi Owner: Pada gambar 9, terdapat aktor owner dan 3 *use case*, yaitu verifikasi pembayaran, ubah status pesanan, dan perbarui resi pengiriman. Setelah melakukan verifikasi pembayaran, owner akan mengirimkan notifikasi pembayaran melalui email kepada pelanggan. Kemudian, owner dapat mengubah status pesanan dan akan mengirimkan notifikasi perubahan status pesanan. Selain itu, jika berhasil memperbarui resi pengiriman, owner akan mengirimkan resi pengiriman kepada pelanggan.



Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi Owner

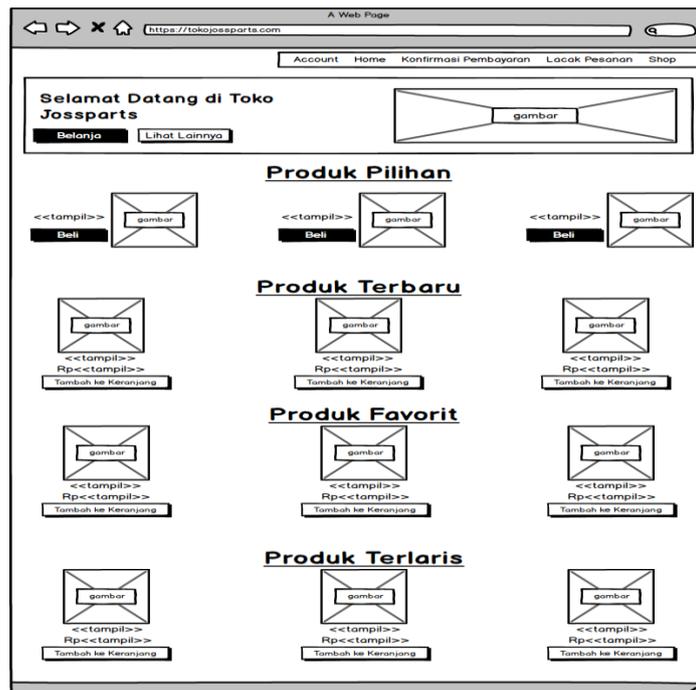
e. Use Case Diagram Laporan Owner: Pada gambar 10, terdapat aktor *owner* yang dapat melakukan pembuatan berbagai macam laporan dan berguna sebagai informasi.



Gambar 10. Use Case Diagram Laporan Owner

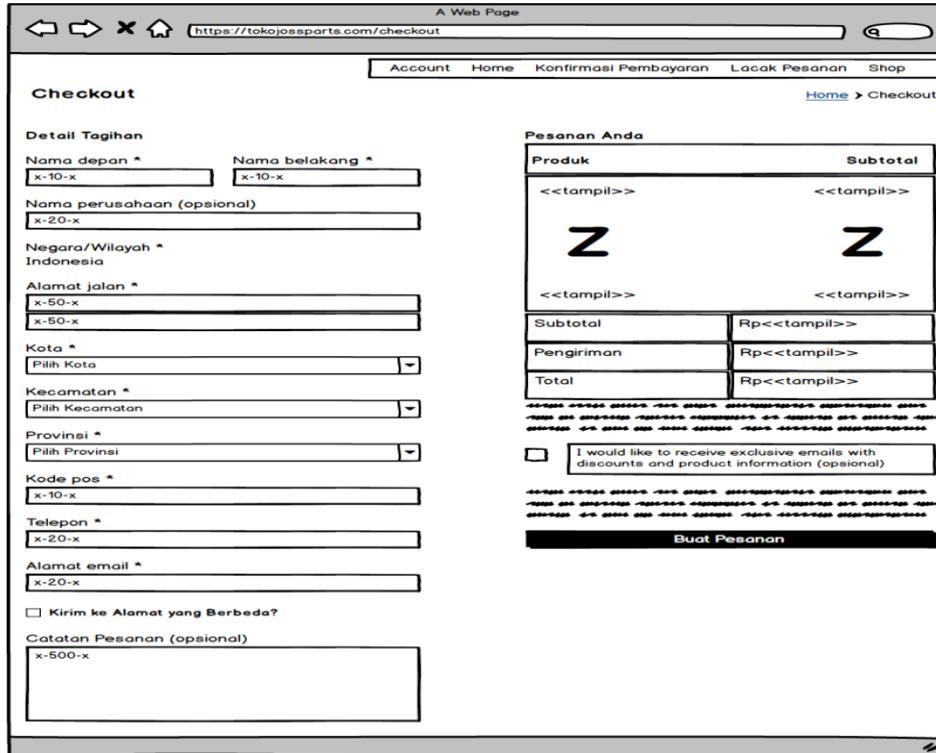
3.4.2 UI/UX Desain

Pada gambar 11, terdapat rancangan layar *homepage*. Pada halaman *homepage*, tampil beberapa menu dibagian atas *website*, seperti *account*, *blog*, *home*, *lacak pesanan* dan *shop*. Selain itu, tampil beberapa produk pilihan, produk terbaru, produk favorit dan produk terlaris.



Gambar 11. Rancangan Layar Homepage

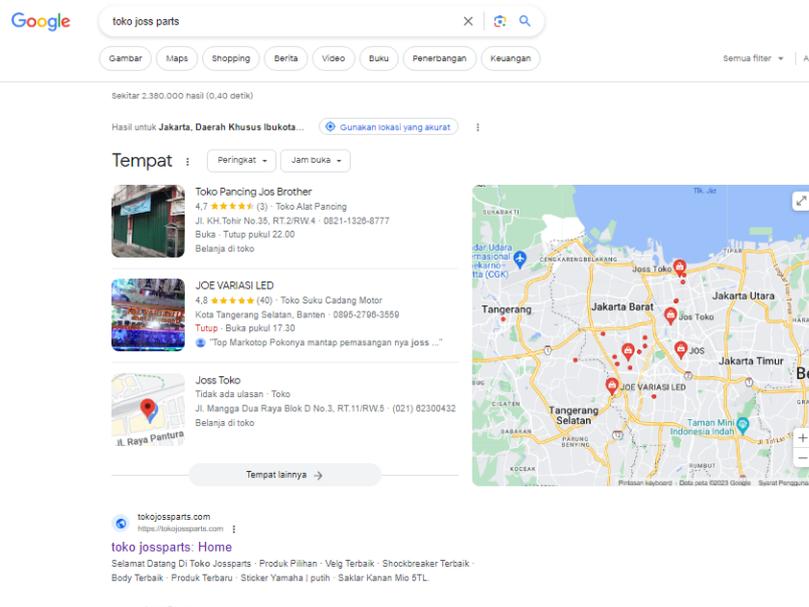
Pada gambar 12, terdapat rancangan layar *checkout*. Halaman *checkout* akan tampil, jika pelanggan klik lanjutkan ke *checkout* pada halaman keranjang. Pelanggan dapat mengisi detail penagihan dan akan tampil pesanan yang sudah dibuat.



Gambar 12. Rancangan Layar *Checkout*

3.5 Implementasi

Implementasi pertama adalah implementasi *website* menggunakan *domain* dan *hosting*. Pada Wordpress menggunakan plugin *WooCommerce*, *OngkosKirim.id*, *Easy WP SMTP*, dan *Elementor*. Implementasi kedua adalah Toko Jossparts menggunakan *Search Engine Optimization (SEO)* untuk menentukan kata kunci agar *website* dapat tampil di halaman *google*. Cara mengoptimalkan *SEO* adalah dengan optimasi *plugin Yoast SEO*. Pada gambar 13, merupakan hasil dari optimasi *SEO* yang telah dilakukan.



Gambar 13. Hasil Penggunaan Strategi *SEO*

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Toko Jossparts, dapat disimpulkan bahwa dengan dibuatnya *Website E-Commerce* menggunakan *Content Management System (CMS)* pada Toko Jossparts dapat membantu *owner* untuk melakukan promosi produk *sparepart* melalui *Website E-Commerce* menggunakan strategi *Search Engine Optimization (SEO)*, meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap toko dan keoriginalan *sparepart*, membantu *owner* dalam pembuatan laporan secara *online* melalui *Website E-Commerce*, sehingga mudah untuk mendapatkan informasi laporan, pelanggan dapat melakukan transaksi secara *online* mulai dari pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman, sehingga pemanfaatan teknologi lebih efektif.

Disarankan untuk menambahkan beberapa fitur baru pada *Website* seiring dengan berkembangnya teknologi, melakukan *maintenance* pada *Website* secara berkala agar dapat berkembang dan terhindar dari serangan *hacker*, melakukan optimasi *Search Engine Optimization (SEO)* pada *Website* secara berkala agar dapat tampil pada halaman pertama mesin pencari, dan memperbaiki tampilan *Website* agar terlihat lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Handayani, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta", *ILKOM Jurnal Ilmiah*, vol. 10(2), pp. 182–189, 2018.
- [2] (2022) jim.teknokrat.ac.id. [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/1549%0Ahttp://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/viewFile/1549/596>
- [3] R. Wulandari, Aplikasi E-Commerce Penjualan Dan Pemesanan Sparepart Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter Pada Toko Hikmah Motor, "JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)", vol. 8, pp. 1909–1922, 2021.
- [4] E. R. Akbar and H. Irawan, Analisis Dan Implementasi E-Commerce Menggunakan Cms Wordpress Pada Queenita Classic, "IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.", vol. 4, pp. 107–116, 2021.
- [5] D. Riandika and A. U. Hamdani, Implementasi E-Commerce Dengan Teknik SEO dan Strategi Pemasaran 4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Aksesoris Motor Pada XYZ Motoshop, "J. Media Inform. Budidarma", vol. 4, p. 785, 2020.
- [6] M. Hayaty, D. Meylasari, "Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi", *Jurnal Informatika*, vol. 5(2), pp. 295–300, 2018.
- [7] Saori, S., Anjelia, S., Melati, R., Nuralamsyah, M., Djorgi, E., & ulhaq, A., "ANALISIS PENGENDALIAN MUTU PADA INDUSTRI LILIN (Studi kasus pada PD.Ikram Nusa Persada Kota Sukabumi)", *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.1(10), pp. 2133-2138, 2021.
- [8] F. M. Firanda, S. Milwandhari, and V. Putratama, Sistem Informasi Perjalanan Dinas Berbasis Web (Studi Kasus : Dprd Kabupaten Garut), "Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika – Politeknik Pos Indonesia," vol. 13, pp. 15–20, 2021.
- [9] H. R. Bajakasa et al., "Aplikasi Berbasis Web Pengelolaan Penjualan Dan Pembelian Mainan (Studi Kasus : Cv Karya Mandiri , Boyolali)", *eProceedings of Applied Science*, 2022, vol. 8(6), pp. 695–703.
- [10] Nor Maysari, M. Musbikhin, and Karmuji, "Model Pengembangan Bisnis Toserba Sunan Drajat melalui Pendekatan Business Model Canvas: (Studi di Toserba Sunan Drajat Banjarwati Paciran Lamongan)", *Al-Muzdahir: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 5, no. 1, pp. 17–28, Jan. 2023.
- [11] R. Parina, A. Wijaya, and Y. Apridiansyah, "Aplikasi Chatbot Sebagai Media Pembelajaran Interaktif SD N 17 Kota Bengkulu Berbasis Android", *jmi (Jurnal Media Infotama)*, vol. 18, no. 1, pp. 121 - 127, Apr. 2022.
- [12] Indra Priyadi, R. W. JB Sagay, "Perancangan Dan Implementasi Aplikasi Pasar Komoditas Andalan Desa (PAKADES) Berbasis Mobile Android Untuk Petani Desa", *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, Vol 1 No 2, pp 9-14, 2019.
- [13] E. Wulandari and G. Gata, "Penerapan E-Commerce Untuk Penjualan Rokok Elektrik (Vape) Menggunakan Content Management System Wordpress Pada Toko Vape Grande", *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, pp. 545–551, 2020.