

PENERAPAN *E-COMMERCE* BERBASIS *WEBSITE* MENGGUNAKAN CMS UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO ROBIL BUSANA

Maulana Ferdiansyah^{1*}, Samsinar²

^{1,2} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}1912500871@student.budiluhur.ac.id, ²samsinar@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak-Saat ini kemajuan teknologi telah menciptakan efisiensi dan efektivitas untuk memperoleh informasi bagi setiap orang. Dengan menggunakan teknologi informasi, perusahaan memiliki kemungkinan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, mengenalkan produk, serta berkolaborasi dengan berbagai pihak. Maka dari itu perusahaan mulai menerapkan aplikasi *E-Commerce* untuk meningkatkan penjualan mereka. Sistem informasi berbasis *E-Commerce* menjadi alat penting untuk meningkatkan efisiensi dalam bisnis ini. Dalam konteks ini, *Content Management System* (CMS) menjadi solusi ideal. Robil Busana adalah usaha yang bergerak disegmen penjualan pakaian dari berbagai jenis kategori, mulai dari pakaian muslim, kemeja, celana chino, dan jaket. Robil Busana berdiri sejak tahun 2014 dan berlokasi di Pasar Mayestik Blok AKS Lt. Mezzanine No.075. Masalah utama yang dihadapi Robil Busana adalah keterbatasan penjualan hanya melalui *outlet* fisik, kesulitan dalam mempromosikan produk secara luas, dan pembuatan laporan penjualan yang masih menggunakan media tertulis atau catatan dalam bentuk buku. Dalam penelitian ini, dilakukan analisis menggunakan *Business Model Canvas* untuk mengidentifikasi permasalahan dan batasan yang relevan. Metode pengembangan sistem menggunakan CMS pada *platform Wordpress* dipilih karena kemudahannya dan kemampuannya dalam mengelola konten *website*. Dengan *website E-Commerce* yang dibangun, pelanggan dapat dengan mudah melakukan transaksi pembelian produk, sementara pemilik toko dapat memperluas jangkauan penjualan dan mengenalkan produk secara online. Sistem ini juga memungkinkan pembuatan laporan penjualan secara otomatis, mengurangi waktu dan usaha yang diperlukan dalam proses manual.

Kata Kunci: *E-Commerce*, *Content Management System* (CMS), *Website*, BMC

IMPLEMENTATION OF WEBSITE-BASED E-COMMERCE USING CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) TO INCREASE SALES AT ROBIL CLOTHING SHOP

Abstract- Currently, technological advances have created efficiency and effectiveness in obtaining information for everyone. By using information technology, it is possible to reach more customers, get to know products, and collaborate with various parties. Therefore companies are starting to implement *E-Commerce* applications to increase their sales. *E-Commerce*-based information systems are an important tool for increasing efficiency in this business. In this context, *Content Management System* (CMS) is the ideal solution. Robil Clothing is a business engaged in the sale of clothing of various categories, ranging from Muslim clothing, shirts, chinos and jackets. Robil Clothing has been established since 2014 and is located at Mayestik Market Block AKS Lt. Mezzanine No.075. The main problems faced by Robil Busana are limited sales only through physical outlets, difficulties in promoting products widely, and making sales reports that still use written media or notes in book form. In this study, analysis was carried out using the *Business Model Canvas* to identify relevant problems and limitations. The system development method using a CMS on the *WordPress* platform was chosen because of its ease of use and ability to manage website content. With an *E-Commerce* website built, customers can easily make product purchase transactions, while store owners can expand their sales reach and introduce products online. The system also allows for the automatic generation of sales reports, reducing the time and effort required for manual processes.

Keywords: *E-Commerce*, *Content Management System* (CMS), *Website*, BMC

1. PENDAHULUAN

Saat ini kemajuan teknologi telah menciptakan efisiensi dan efektivitas untuk memperoleh informasi bagi setiap orang. Dengan menggunakan teknologi informasi, perusahaan memiliki kemungkinan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, mengenalkan produk, serta berkolaborasi dengan berbagai pihak. Maka dari itu perusahaan mulai menerapkan aplikasi *E-Commerce* untuk meningkatkan penjualan mereka.

Sistem informasi berbasis *E-Commerce* merupakan salah satu alat untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam bisnis *E-Commerce*. *E-commerce* adalah kontak transaksi komersial antara penjual dan pembeli melalui sarana elektronik [1]. *Content Management System (CMS)* menjadi pilihan yang tepat. CMS merupakan aplikasi *website* yang ada beberapa fitur yang bisa diaktifkan dan dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan penggunaan dan mudah digunakan tanpa memerlukan keahlian program [2]. CMS memungkinkan pengguna untuk membuat dan memperbarui konten *website* secara mudah dan cepat.

Robil Busana merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian dari berbagai jenis kategori, mulai dari pakaian muslim, kemeja, celana chino, dan jaket. Proses bisnis yang berjalan di toko ini masih menggunakan cara biasa dimana pelanggan harus datang langsung untuk melakukan pemesanan produk dan transaksi hingga banyaknya keluhan dari pelanggan yang kesulitan untuk mengakses informasi tentang produk terbaru dari Robil Busana. Hal ini selaras dengan pernyataan pemilik toko, yang juga masih merasa kesulitan dalam melihat ketersediaan produk dan membuat laporan penjualan dikarenakan tidak diterapkan teknologi informasi dalam proses bisnisnya. Selain itu keterbatasan sumber daya dalam memasarkan produk dan layanannya menjadi kendala yang dihadapi oleh bisnis ini. Bisnis Robil Busana ini hanya menawarkan produknya dari mulut ke mulut dan mengandalkan promosi tradisional. Sehingga kurangnya promosi di era digital yang membuat Robil Busana kalah bersaing dengan bisnis lainnya.

Berdasarkan latar belakang, maka dibuatkanlah sebuah sistem penjualan *E-Commerce* berbasis *Website* menggunakan teknologi CMS pada *Wordpress* untuk membantu proses bisnis pada Robil Busana, seperti pelanggan bisa bertransaksi dimana saja tanpa terkendala dengan jarak, pemilik dapat mudah dalam melakukan proses pencatatan, penyimpanan, dan pembuatan laporan secara otomatis, serta meningkatkan informasi terkait produk-produk sehingga memaksimalkan penjualan *online* pada Robil Busana.

Pada penelitian sebelumnya [2] dengan judul “Penerapan Aplikasi Penjualan *Online (E-Commerce)* Menggunakan *Content Management System Wordpress* Pada Toko Jaksquare” permasalahan yang dihadapi pada Toko Jaksquare saat ini mengandalkan pemasaran melalui media sosial dan mengalami kesulitan dalam pembuatan laporan karena masih menggunakan cara tradisional seperti catatan tertulis di buku. Karena itu, pemilik toko sering kali kurang cermat dalam mencatat data. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan sebuah *website E-Commerce*, yang bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam bertransaksi tanpa terbatas oleh waktu dan tempat. Selain itu, diharapkan dapat membantu Toko Jaksquare meningkatkan penjualan dan pemasaran produknya.

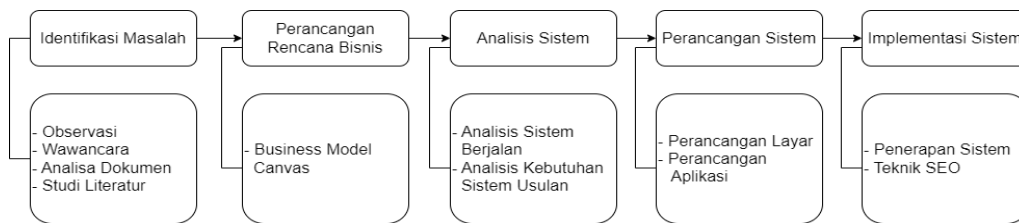
Pada penelitian sebelumnya [3] dengan judul “Implementasi *E-Commerce* Dengan Model *Business Model Canvas* Pada Toko Obama Berbasis *Content Management System Wordpress*” salah satu masalah yang dihadapi oleh Toko Obama adalah penjualan produk yang masih dilakukan secara manual dan pemasaran produk yang kurang efektif karena penjualan produk terbatas di sekitar toko. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan kemudahan informasi yang didapat, kemudian metode pembayaran, pemrosesan pemesanan yang lebih cepat, meningkatkan jangkauan pemasaran produk atau jasa ke lebih banyak orang, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Pada penelitian sebelumnya [4] dengan judul “Sistem Penjualan Berbasis *E-Commerce* Dengan Menggunakan CMS *Wordpress* Pada Toko Alfiyah Jaya” Toko Alfiyah Jaya menghadapi sejumlah masalah, termasuk mengelola data transaksi penjualan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa mereka terus menggunakan media kertas, yang membuat pencarian data sulit, dan fakta bahwa data yang tidak akurat sering terjadi selama proses pembuatan laporan. Selain itu, metode promosi yang digunakan oleh Toko Alfiyah Jaya masih dianggap kurang efektif dalam hal pemasaran. Studi ini menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* untuk merancang *E-Commerce* toko ini. Hasil dari penelitian ini adalah sistem penjualan *E-Commerce* dengan menggunakan *Content Management System (CMS)* dimana pelanggan dapat melihat barang yang di promo beserta dengan harga dan penyajian data transaksi dapat dikelola dengan baik.

Pada penelitian sebelumnya [5] dengan judul “Penjualan *Online Berbasis E-Commerce* Pada Toko Adhhizshop Dengan Menggunakan *Woocommerce*” adalah penelitian ini membahas tentang pengembangan sistem *E-Commerce* untuk media pemasaran dan pembuatan laporan penjualan. Sedangkan penelitian di Toko Robil Busana adalah pembuatan sebuah sistem informasi *E-Commerce* berbasis *website* untuk meningkatkan proses bisnis, mulai dari penjualan, pelayanan, dan pembuatan laporan.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti yang mengumpulkan informasi atau data dan melakukan penyelidikan terhadap data yang diperoleh. Adapun tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan adalah Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah yang dimiliki dan dijalankan oleh peneliti yang menghimpun informasi atau data dan melakukan investigasi terhadap data yang diperoleh. Tahapan penelitian meliputi tahapan pelaksanaan dari awal sampai akhir. Adapun tahapannya sebagai berikut:

- Identifikasi Masalah, Pada langkah ini, penting untuk melakukan identifikasi masalah agar dapat memahami permasalahan yang dihadapi. Untuk mencapai tujuan tersebut, digunakanlah teknik pengumpulan data: Observasi dengan pengamatan langsung pada Toko Robil Busana, Wawancara dengan cara bertanya secara lisan kepada pemilik Toko Robil Busana. Dengan menggunakan metode tersebut, penulis mengetahui bagaimana alur proses penjualan di Toko Robil Busana, Analisa Dokumen dengan mengumpulkan berkas atau dokumen dari catatan-catatan dan laporan-laporan yang ada di toko Robil Busana, Studi Literatur dengan mencari informasi dari berbagai buku, jurnal, dan publikasi ilmiah untuk melengkapi dalam pembuatan laporan yang terkait dengan topik bahasan.
- Perancangan Rencana Bisnis, dalam pengembangan sistem *E-Commerce*, Robil Busana memakai *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengembangkan bisnisnya dan menganalisis strategi bisnis yang akan digunakan dalam realisasi sistem.
- Analisis Sistem, pada tahap ini, menggunakan teknik analisis sistem: Analisis Sistem Berjalan, analisis sistem yang sedang berjalan dengan menguraikan proses bisnis yang sedang berjalan sebagai bagian dari studi dan kemudian menggambarannya menggunakan *activity diagram*, Analisa Kebutuhan Sistem, Pada tahap ini, dilakukan identifikasi kebutuhan sistem dan pembuatan model sistem yang diajukan menggunakan alat bantu *usecase Diagram*.
- Perancangan Sistem, pada tahap ini, menggunakan teknik perancangan sistem: Perancangan Layar, proses mendesain sistem yang dibuat menggunakan tools *Figma*, Perancangan Aplikasi, perancangan aplikasi menggunakan *Content Management System* (CMS) pada aplikasi *Wordpress*.
- Implementasi Sistem, Penulis memberikan deskripsi tentang tampilan sistem usulan yang telah dibuat untuk pengguna pada toko Robil Busana. Berikut adalah beberapa langkah yang penulis lakukan selama fase implementasi ini: Pengembangan Sistem, dalam penelitian ini, sistem *website E-Commerce* akan dikembangkan dengan menggunakan *platform CMS Wordpress*. Untuk mengoperasikan sistem *website E-Commerce* tersebut secara *online* dan memastikan dapat diakses di mana saja dan kapan saja, akan diperlukan langkah pembelian *hosting* dan *domain*, Teknik SEO, fungsi ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke *website* sehingga informasi produk yang dijual dapat lebih banyak diakses oleh pengguna. Selain itu, upaya ini juga bertujuan agar *website* dapat muncul dalam 18 halaman teratas hasil mesin pencarian, sehingga meningkatkan visibilitas dan potensi pengunjung yang lebih banyak.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

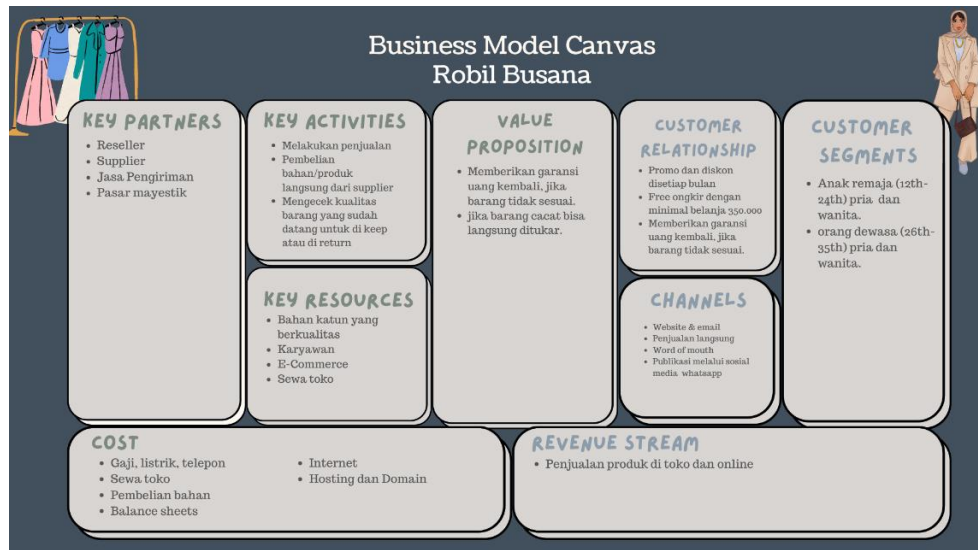
Persaingan usaha dalam bidang penjualan, terutama di media online, terus berkembang dengan pesat, apalagi di masa pandemi saat ini. Karena itu, Robil Busana sangat memerlukan implementasi web *e-commerce* yang canggih dengan berbagai fitur unggulan guna meningkatkan penjualan.

3.1 Model Bisnis

BMC adalah salah satu alat strategis yang diterapkan untuk menggambarkan model bisnis serta menerangkan konsep dasar tentang bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Mengubah konsep bisnis yang kompleks menjadi sederhana dalam penampilan di atas kanvas mengandung rencana bisnis yang melibatkan sembilan elemen kunci saling terhubung secara harmonis, dengan sepuluh di antaranya meliputi analisis strategis internal dan di luar perusahaan [6]. Ada 9 (sembilan) pilar utama yang menjadi dasar atau landasan dari model Business Canvas, dan berikut adalah penjelasan untuk pilar-pilar tersebut yang terdapat pada gambar 2:

- Customer Segments*, target pasar pada toko Robil Busana yaitu anak remaja (12th – 24th) pria dan wanita dan orang dewasa (26th – 35th) pria dan wanita.

- b. *Value Proposition*, kelebihan yang diberikan Robil Busana collection mulai dari memberikan garansi uang kembali, jika barang tidak sesuai, dan jika barang cacat bisa langsung ditukar.
- c. *Channels*, pemasaran produk yang dilakukan pada Robil Busana collection dengan menggunakan *website* dan *email*, publikasi melalui sosial media *Whatsapp*, *E-Commerce Website*, dan Toko fisik tersendiri.
- d. *Customer Relationship*, mempertahankan hubungan antara pelanggan dengan pihak perusahaan Robil Busana melakukan beberapa hal diantaranya dengan memberikan diskon apabila pelanggan sudah memenuhi minimum pembelian, *free ongkir* apabila pembelian minimal 350rb, dan memberikan garansi uang kembali, jika barang tidak sesuai.
- e. *Revenue Stream*, sumber pendapatan dari toko Robil Busana yaitu dari hasil penjualan produk yang dijual baik secara *offline* maupun *online*.
- f. *Key Activities*, aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis adalah pembelian produk langsung dari pabrikan, menyiapkan *packaging* produk, dan mengecek kualitas barang yang sudah datang untuk di *keep* atau di *return*.
- g. *Key Resource*, sumber daya yang harus dimiliki antara lain bahan katun yang berkualitas, karyawan, sewa toko, dan *E-Commerce*.
- h. *Key Partners*, merupakan pihak-pihak yang bekerja sama dengan Robil Busana collection antara lain *reseller*, *supplier*, jasa pengiriman, dan pasar mayestik.
- i. *Cost Structure*, biaya yang harus dikeluarkan dalam proses aktivitas toko agar dapat berjalan terus menerus yaitu pembayaran gaji, listrik, telepon, sewa toko, pembelian produk, *internet*, serta *hosting* dan *domain*



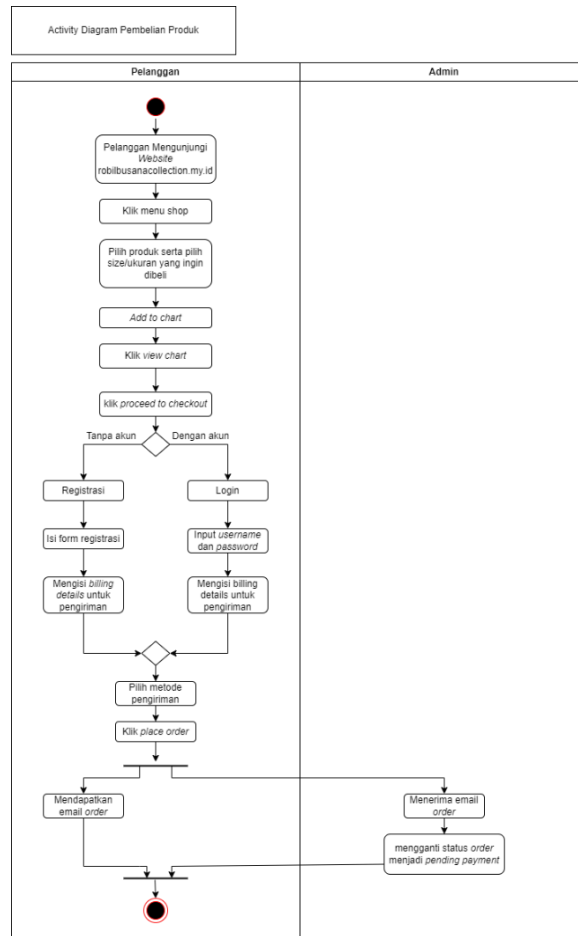
Gambar 2. Business Model Canvas

3.2 Alur Bisnis

Activity diagram digunakan untuk memodelkan alur kerja dari suatu proses bisnis dan menunjukkan urutan aktivitas dalam proses tersebut. *Diagram* ini memiliki kesamaan dengan *diagram* alir karena menggambarkan alur kerja dari satu aktivitas ke aktivitas lain atau dari satu aktivitas ke aktivitas lainnya. [7].

3.2.1 Proses Pembelian Produk

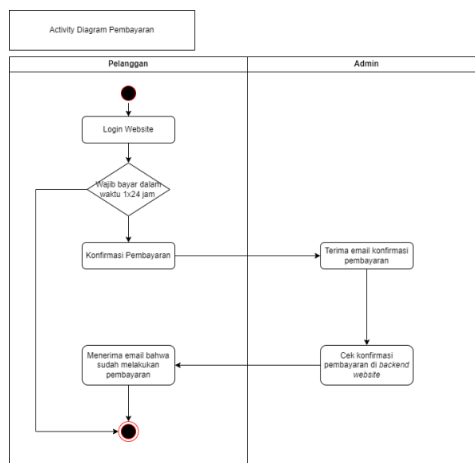
Proses ini dimulai pelanggan yang sudah tertarik dan ingin membeli produk Robil Busana Collection bisa membelinya dengan cara mengklik menu *shop*, kemudian pilih produk serta ukuran yang diinginkan, lalu klik tombol *add to cart* dan klik *view cart* untuk melihat produk yang sudah dipilih dan setelah itu pelanggan bisa mengklik *proceed to checkout*. Apabila pelanggan sudah mempunyai akun, pelanggan dapat *login* terlebih dahulu di *my account*, dan mengisi *billing details* untuk biaya pengiriman. Jika belum mempunyai akun pelanggan diwajibkan untuk registrasi terlebih dahulu, kemudian mengisi *form* register dan mengisi rincian pembayaran (*billing details*) untuk mengetahui biaya pengiriman. Setelah itu pilih metode pengiriman yang sudah tersedia dan klik *place order*. Setelah itu pelanggan mendapatkan *email order* dan admin mendapatkan notifikasi bahwa telah masuk pesanan dan admin dapat mengubah status pesanan menjadi *pending payment* di halaman utama website yang tertuang pada gambar 5.



Gambar 5. Activity Diagram Pembelian Produk

3.2.2 Pembayaran Produk

Proses ini dimulai ketika pelanggan sudah melakukan *checkout*, setelah itu pelanggan diwajibkan membayar dalam waktu 1x24 jam. Jika pelanggan tidak melakukan pembayaran sesuai jam yang ditentukan, maka secara otomatis pesanan akan di *cancel*. Setelah pelanggan melakukan pembayaran ke rekening yang sudah tersedia, pelanggan melakukan konfirmasi pembayaran. Kemudian admin akan menerima *email* konfirmasi pembayaran, lalu pihak admin memverifikasi pembayaran melalui halaman utama situs. Setelah disetujui, pelanggan akan menerima email yang menunjukkan bahwa pembayaran telah diterima yang tertuang di gambar 6.



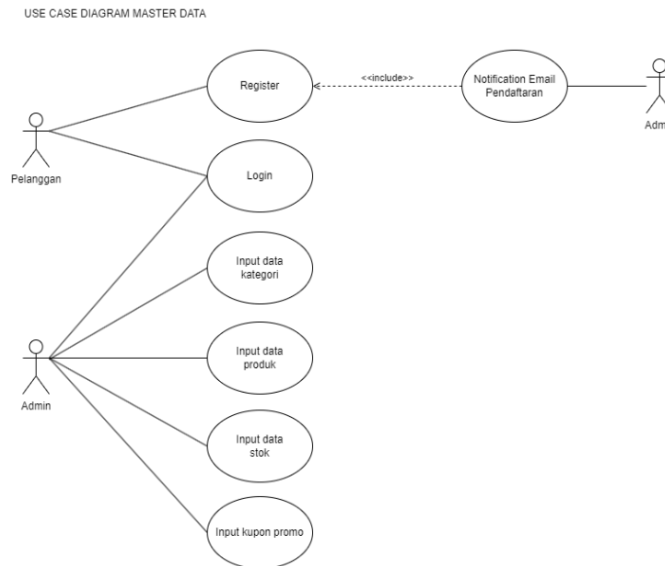
Gambar 6. Activity Diagram Pembayaran Product

3.3 Use Case Diagram

Use Case diagram gambaran visual dari beberapa atau seluruh aktor dan *Use Case* dan interaksinya yang memperkenalkan suatu sistem. *Use Case diagram* tidak memberikan penjelasan tentang penggunaan *Use Case* secara detail, hanya saja memberikan gambaran ringkas tentang perpaduan antara *Use Case*, aktor, dan sistem. Pada *Use Case* ini akan diketahui fungsi mana pada sistem yang dibuat[8].

3.3.1 Use Case Diagram Master

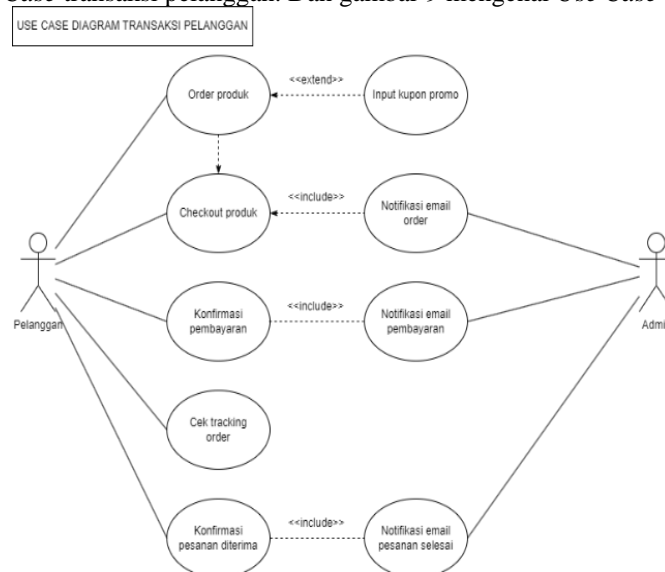
Pada *Use Case diagram master* ini berisi kegiatan yang dilakukan oleh pelanggan dan admin yang tertuang pada gambar 7.



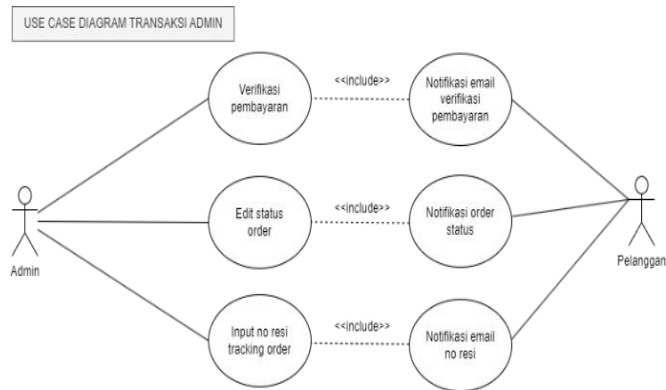
Gambar 7. Use Case Diagram Master Data

3.3.2 Use Case Diagram Transaksi

Pada *Use Case diagram transaksi* berisikan 2 aktor yang di mana pelanggan order produk lalu checkout produk kemudian menerima notifikasi *email order*, melakukan konfirmasi pembayaran kemudian menerima notifikasi pembayaran, cek resi, dan melakukan konfirmasi pesanan diterima kemudian menerima notifikasi pesanan selesai. Kemudian admin melakukan verifikasi pembayaran kemudian menerima notifikasi verifikasi pembayaran, *edit order*, menginput no resi kemudian mendapat notifikasi *email*. *Use Case* ini dapat tertuang pada gambar 8 mengenai *Use Case* transaksi pelanggan. Dan gambar 9 mengenai *Use Case* transaksi admin.



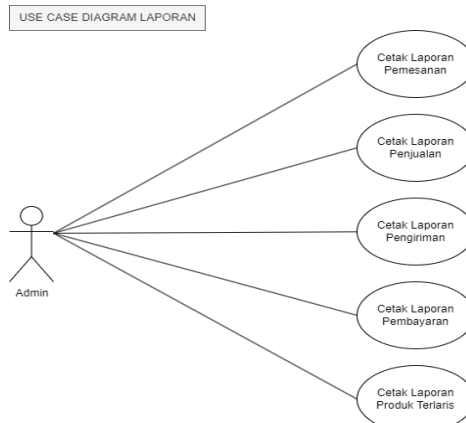
Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan



Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi Admin

3.3.3 Use Case Diagram Laporan

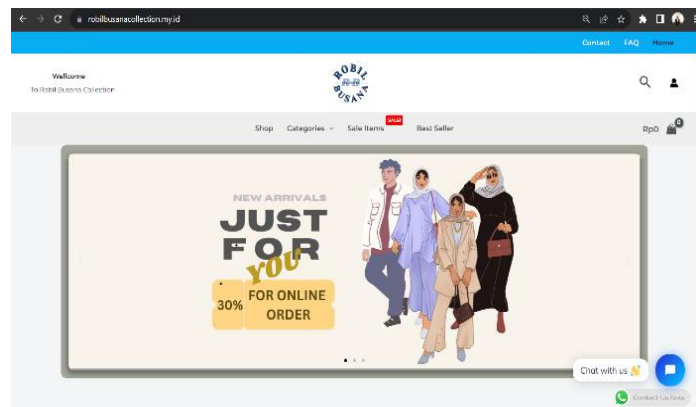
Use Case Diagram laporan berisikan tentang laporan pesanan, laporan penjualan, laporan pengiriman, laporan tagihan, laporan produk terlaris yang tertuang pada gambar 10.



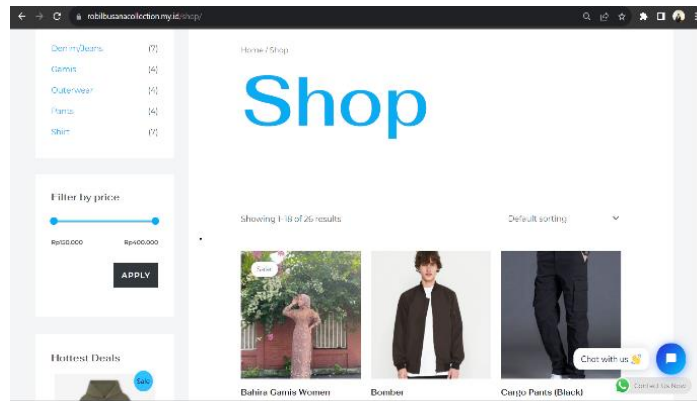
Gambar 10. Use Case Diagram Laporan

3.4 Hasil Implementasi Sistem

Figma merupakan sebuah perangkat desain yang sering digunakan untuk menciptakan tampilan untuk aplikasi seluler, aplikasi desktop, situs web, dan lainnya. Figma dapat dioperasikan pada sistem operasi Windows, Linux atau Mac dengan terhubung ke internet. Pada umumnya, Figma banyak dipakai oleh orang yang bekerja di UI/UX, desain web, dan bidang serupa lainnya[9]. Pada gambar 11 merupakan tampilan utama pelanggan yang berisi tampilan yang dapat membuat pelanggan tertarik. Pada gambar 12 merupakan tampilan halaman shop dimana pelanggan bisa memilih produk yang ingin dibeli.



Gambar 11. Tampilan Utama Pelanggan



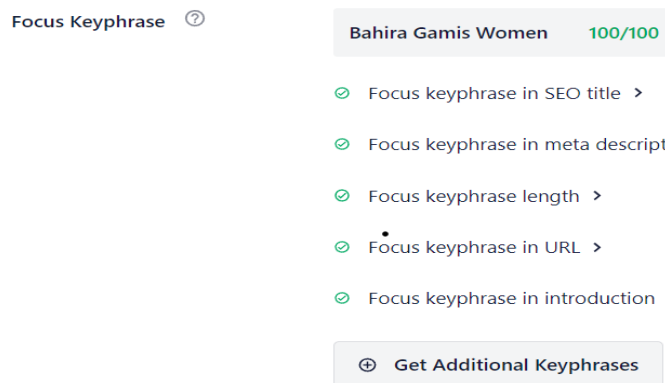
Gambar 12. Tampilan Shop Pelanggan

3.5 SEO

SEO adalah teknik mengoptimalkan halaman yang mengandung kata kunci atau frasa terkait untuk mesin pencari untuk diindeks sebagai kata kunci pencarian[10]. Adapun teknik SEO yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

3.5.1 Instalasi AIOSEO

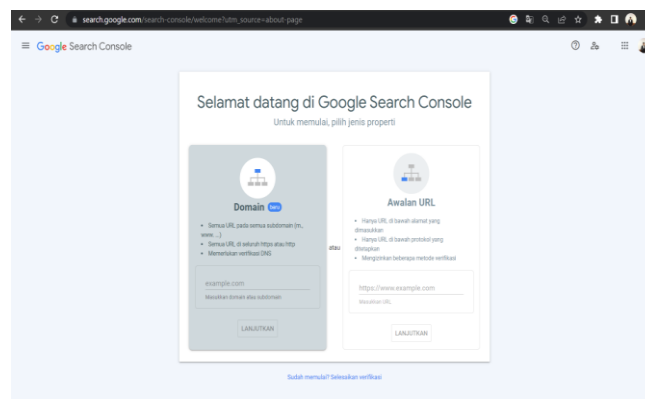
Memasang *plugin* AIOSEO pada *wordpress* dan ikuti pengaturan yang disarankan oleh AIOSEO seperti mengisi frasa kunci, judul SEO, *meta description*, *alt-tag*, *image title*, dan *image description*. Dapat dilihat pada gambar 13.



Gambar 13. Frasa Kata Kunci

3.5.2 Mendaftarkan Domain ke Google Search Console

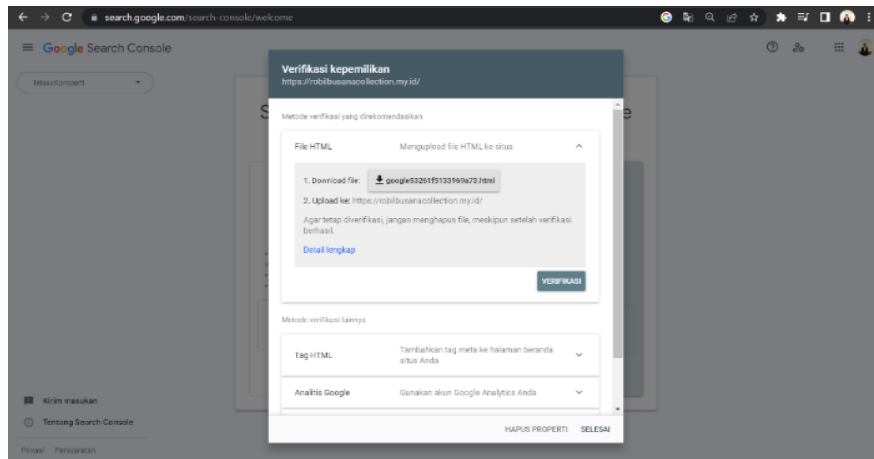
Daftarkan *domain* ke *google search console* kemudian lakukan verifikasi. Dapat dilihat pada gambar 14.



Gambar 14. Add Property Domain

3.5.3 Verifikasi Kepemilikan Domain Via DNS Record

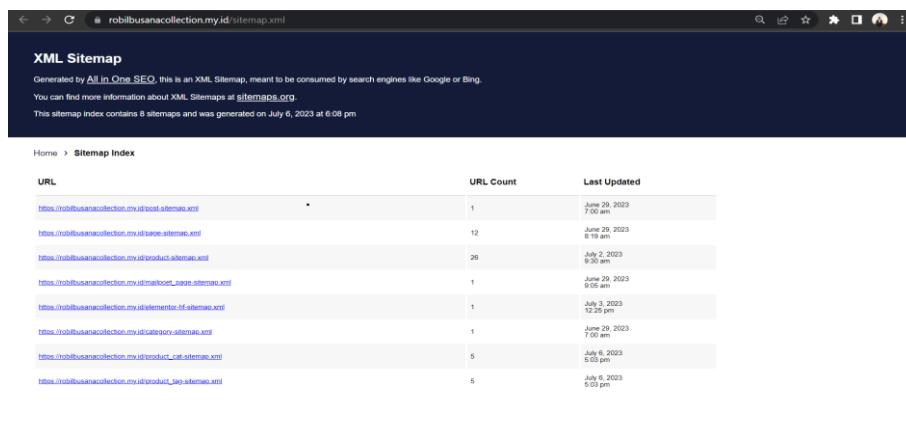
Melakukan verifikasi kepemilikan domain via DNS record di Google Search Console dapat dilihat pada gambar 15.



Gambar 15. Verifikasi Kepemilikan Domain

3.5.4 Pilih XML Sitemap

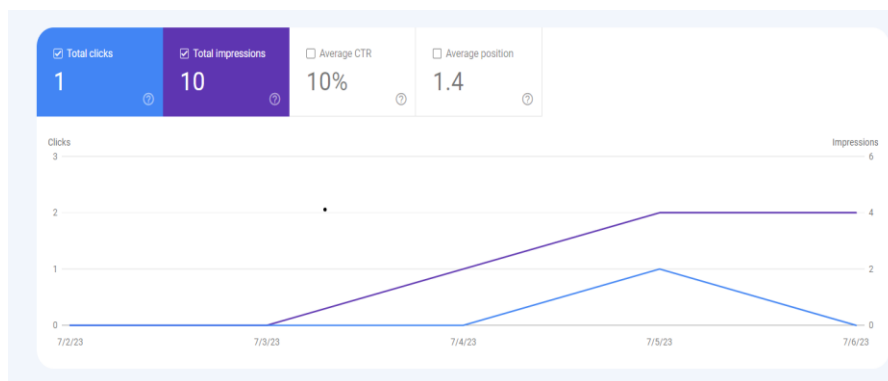
Adapun pilih XML sitemap dapat dilihat pada gambar 16.



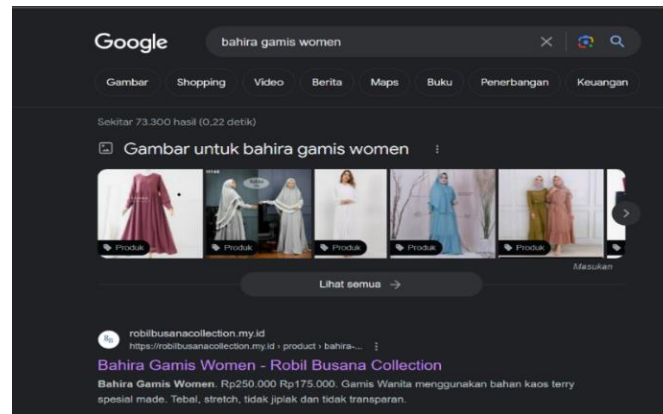
Gambar 16. Pilih XML Sitemap

3.5.5 Hasil SEO atau Performance di Google Search Console

Berikut Grafik performance di Google Search Console dari tanggal 2 juli 2023 s/d tanggal 6 juli 2023 dimana total impresi 10 dan total klik 1 dapat dilihat pada gambar 17 dan hasil SEO dapat dilihat pada gambar 18.



Gambar 17. Performance di Google Search Console



Gambar 18. Hasil SEO

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan telah dilakukan di toko Robil Busana, sehingga dapat diambil beberapa kesimpulan, diantaranya yaitu: Dengan dibuatnya *website E-Commerce* ini, menggunakan teknik SEO dapat membantu pemilik toko untuk memasarkan produk agar produk dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat, Dengan adanya *website E-Commerce* ini, menggunakan fitur *carousell*, pemilik toko dapat merancang tampilan produknya secara menarik dengan *cover* yang unik di website, sehingga dapat menarik calon pelanggan untuk membeli, Dengan adanya *website E-Commerce* ini, menggunakan fitur *analytic* dan *export order*, pemilik toko dapat mudah dalam membuat laporan secara *online*, sehingga bisa menghemat waktu dalam merekap data penjualan.

Dikarenakan adanya keterbatasan dalam pengembangan website *E-Commerce* ini, Beberapa saran dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut yaitu Pembayaran ini masih terbatas, hanya melalui bank transfer rekening bank antar bank. untuk penelitian selanjutnya akan menambahkan pembayaran kartu kredit atau *e-wallet* lainnya, Menambahkan SEO yang lebih sempurna agar dapat berada pada halaman utama pencarian *Google*, Menambahkan fitur-fitur lainnya untuk lebih mendatangkan minat pelanggan, Meningkatkan sistem keamanan yang ketat dalam *website E-Commerce*, agar terhindar dari penyerangan atau perterasan sistem, Melakukan perawatan atau *maintenance* pada *website* secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. D. Ummah, "Rancang Bangun E-Commerce Pada Toko Kerudung Nuri Collection Berbasis Customer Relationship Management," *Nuansa Inform.*, vol. 12, no. 2, pp. 10–17, 2018, doi: 10.25134/nuansa.v12i2.1350.
- [2] Dharmawan and G. Gata, "Penerapan Aplikasi Penjualan Online (E-Commerce) Menggunakan Content Management System Wordpress," *J. IDEALIS*, vol. 3, no. 1, pp. 132–138, 2020.
- [3] M. F. Hidayatullah and B. C. Putra, "Implementasi E-Commerce Dengan Model Business Model Canvas Pada Toko Obama Berbasis Content Management System Wordpress," *J. IDEALIS*, vol. 2, no. 6, pp. 396–401, 2019.
- [4] A. Z. Mushlih *et al.*, "Sistem Penjualan Berbasis E-Commerce Dengan Menggunakan Cms Wordpress Pada Toko Alfiah Jaya," *J. IDEALIS*, vol. 2, no. 6, pp. 252–257, 2019.
- [5] S. Syuhendra and A. U. Hamdani, "Penjualan Online Berbasis E-Commerce Pada Toko Adhizzshop Dengan Menggunakan Woocommerce," *J. IDEALIS*, vol. 3, no. 1, pp. 26–33, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1476.
- [6] H. Warnaningtyas, "Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun," *EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif dan Bisnis*; E-ISSN: 2580-0043, vol. 9, no. 79, pp. 52–65, 2020.
- [7] M. Tabrani and I. Rezqy Aghniya, "Implementasi Metode Waterfall Pada Program Simpan Pinjam Koperasi Subur Jaya Mandiri Subang," *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 14, no. 1, pp. 44–53, 2020, doi: 10.35969/interkom.v14i1.65.
- [8] H. Kurniawan, W. Apriliah, I. Kurnia, and D. Firmansyah, "Penerapan Metode Waterfall Dalam Perancangan Sistem Informasi Penggajian Pada Smk Bina Karya Karawang," *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 14, no. 4, pp. 13–23, 2021, doi: 10.35969/interkom.v14i4.78.
- [9] M. A. Muhyidin, M. A. Sulhan, and A. Seviana, "Perancangan Ui/Ux Aplikasi My CiC Layanan Informasi Akademik Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Figma," *J. Digit.*, vol. 10, no. 2, pp. 208–219, 2020, doi: 10.51920/jd.v10i2.171.
- [10] H. Artanto and F. Nurdiyansyah, "Application of SEO (Search Engine Optimization) to Increase Sales," *JOINTECS (Journal Inf. Technol. Comput. Sci.)*, vol. 2, no. 1, pp. 2–5, 2017.