

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* PADA TOKO *JALILAH COLLECTION*

Andi Rafsanjani^{1*}, Agus Umar Hamdani²

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

Email: ¹*1912520267@budiluhur.ac.id, ²agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak- Toko *Jalilah Collection* merupakan sebuah jenis wirausaha yang menjual perlengkapan pakaian muslim pria maupun wanita dan pakaian sekolah mulai dari sekolah dasar sampai sekolah menengah atas yang berada di daerah Kalideres Jakarta Barat. Proses Penjualan saat ini masih banyak kekurangan, karena proses penjualan masih menggunakan model jual beli secara tradisional dimana penjual menunggu orang yang datang ke toko atau bisa dikatakan toko *offline*. Pemilik toko saat ini mengalami kendala persaingan pasar yang sangat pesat sehingga omset tidak stabil bahkan cenderung menurun. Selain itu, Toko *Jalilah Collection* juga belum mampu menjangkau pangsa sektor pasar yang lebih luas, dikarenakan keterbatasan media promosi yang digunakan dan keterbatasan pengetahuan pemilik tentang sistem penjualan berbasis online. Berdasarkan kondisi diatas, maka penulis melakukan penelitian untuk menganalisa masalah dan membuat aplikasi penjualan berbasis Elektronik (*E-Commerce*) guna membantu pemilik usaha untuk melakukan manajemen pada sistem penjualan. Pendekatan yang dilakukan membangun aplikasi *E-Commerce* berbasis *Content Management System* (CMS) yang disertai dengan fitur pencarian kata kunci menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) *On Page* dan fitur promosi produk dengan menggunakan strategi *Mix Marketing*. Hasil akhir dari penelitian ini adalah *prototype E-Commerce* berupa website yang dapat membantu aktivitas Penjualan dan promosi produk yang dijual oleh Toko *Jalilah Collection*.

Kata Kunci: *E-Commerce*, pakaian muslim, *Content Management System*, *Search Engine Optimization*, Strategi *Mix Marketing*

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* BASED ON *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* FOR *JALILAH COLLECTION STORE*

Abstract- The *Jalilah Collection* shop is a type of business that sells Muslim clothing for men and women and school clothes from elementary schools to high schools in the Kalideres area, West Jakarta. The current sales process still has many shortcomings, because the sales process is still manual and waits for people to come to the shop or it could be said to be an *offline shop*. Shop owners are currently experiencing very rapid market competition so that turnover is unstable and even tends to decline. Apart from that, the *Jalilah Collection Store* has also not been able to reach a wider market sector, due to the limited promotional media used and the owner's limited knowledge about online-based sales systems. Based on the conditions above, the author conducted research to analyze the problem and create an electronic-based sales application (*E-Commerce*) to help business owners manage the sales system. The author took an approach by building an *E-Commerce* application based on a *Content Management System* (CMS) accompanied by a keyword search feature using *On Page Search Engine Optimization* (SEO) techniques and a product promotion feature using a *Mix Marketing* strategy. The final result of this research is an *E-Commerce* prototype that can help with sales and promotion activities for products sold by the *Jalilah Collection Store*.

Keywords: *E-Commerce*, Muslim clothing, *Content Management System*, *Search Engine Optimization*, *Mix Marketing Strategy*

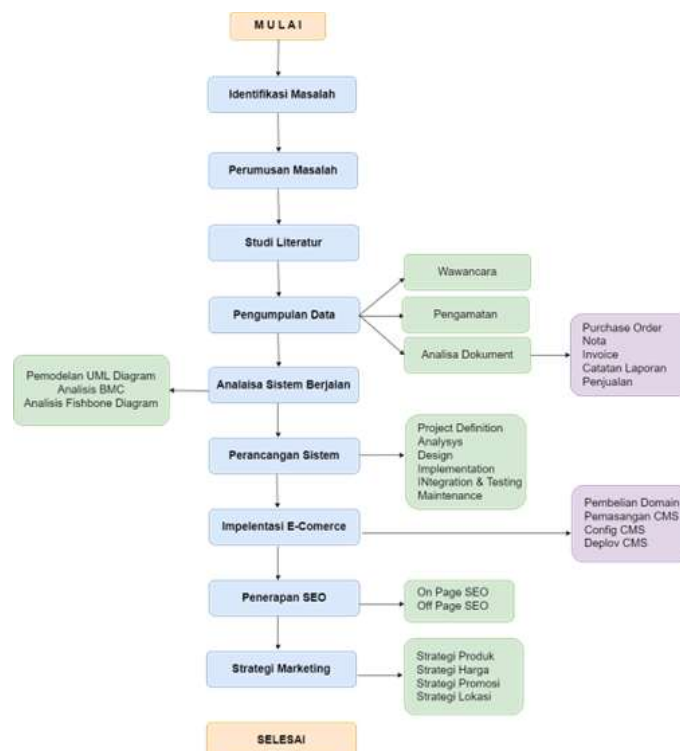
1. PENDAHULUAN

Pentingnya *E-commerce* dalam dunia bisnis pada saat ini sudah terbukti ketika semua toko di salah satu kawasan pasar yaitu Pasar Tanah Abang yang sudah melegenda itu sepi pembeli akibat maraknya toko *online* atau *online shop* yang memasarkan produknya secara *live* melalui berbagai media sosial hanya menggunakan *gadget*, betapa mirisnya ketika toko *offline* sepi pembeli tapi mereka juga harus tetap bertahan untuk dapat membayar karyawan dan juga ruko yang disewa, sedangkan *online shop* banyak yang hanya bermodalkan *gadget* dan kuota sudah bisa memasarkan produknya di media sosial yang jangkauannya sudah dipastikan sangat luas. Oleh karena itu teknologi informasi sangatlah penting dan sudah saatnya para pelaku usaha harus bisa beradaptasi dengan zaman yang sudah sangat modern ini dengan cara meningkatkan toko dengan dukungan teknologi informasi agar dapat menjangkau konsumen lebih luas lagi dan dapat bersaing dengan toko lain. Toko *Jalilah Collection* merupakan salah satu toko yang belum menggunakan teknologi informasi

pada usahanya dalam menjual produk pakaian muslim dan pakaian sekolah yang berdiri sejak 90-an. Toko Jalilah *Collection* ini bisa dikatakan memiliki kekurangan karena perkembangan zaman pada saat ini, karena proses penjualannya masih sangat tradisional sehingga saat ini kesulitan untuk mengimbangi persaingan pasar di luar yang sudah banyak menggunakan teknologi informasi, sistem penjualan di Toko Jalilah *Collection* saat ini yaitu pemilik toko belanja produk ke agen atau distributor hanya bermodalkan mata untuk melihat produk tanpa melakukan riset terlebih dahulu di internet atau media sosial, lalu melakukan update produk di toko secara tradisional dan menunggu konsumen datang ke toko, dengan kondisi tersebut sudah sangat mungkin banyak permasalahan dari berbagai aspek baik kondisi keuangan, produk maupun keseimbangan pasar toko. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan *E-Commerce*, antara lain : [1] adanya *website e-commerce* dalam penelitian ini diharapkan penjualan toko bisa lebih maksimal dari sebelumnya dan dapat menjangkau pelanggan lebih luas lagi. Penelitian ke-2 [2] adanya *website* tersebut diharapkan dapat memudahkan pemilik toko dalam mengelola laporan stok dan produk serta memaksimalkan promosi produk. Penelitian ke-3 [3], penelitian ini berkenaan dengan *website E-Commerce* yang di implementasikan dapat menunjang proses jual beli dan mengoptimalkan pengelolaan data serta laporan pada toko importir laptop bandung. Penelitian ke-4 [4] dengan hasil dari implementasi ini UMK (Usaha Mikro Kecil) Organik Hebat dapat membuat toko *online* untuk membantu meningkatkan promosi produk yang dijual serta dapat mengelola laporan bisnisnya. Penelitian ke-5 [5] diharapkan dapat memudahkan koperasi dalam mempromosikan produknya serta memudahkan dalam proses pembayaran sehingga para pelanggan bisa melakukan pembayaran melalui berbagai metode pembayaran seperti Qris, *Virtual Account* dan Dana pada koperasi Universitas Bina Insan.

2. METODE PENELITIAN

Gambar 1 merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah pada penelitian ini :



Gambar 2. Langkah-langkah penelitian

Berikut ini adalah penjelasan mengenai langkah-langkah penelitian pada gambar 1 : **tahap awal penelitian adalah identifikasi masalah**, pada tahap ini peneliti melakukan proses indentifikasi dan proses pendefinisian permasalahan dari bisnis yang terdapat pada Toko Jalilah *Collection*. Hasil keluaran dari proses ini adalah masalah penelitian, **tahap kedua adalah perumusan masalah**, peneliti melakukan perumusan terhadap masalah yang ditemukan dan menentukan solusi dari permasalahan bisnis yang sudah diketahui [6].

Hasil dari tahap ini adalah daftar pertanyaan yang harus dijawab dalam penelitian tugas akhir ini, **tahap ketiga adalah Studi Literatur**, pada tahap ini, peneliti melakukan pencarian teori - teori khusus yang berkaitan dengan *E-Commerce* sebagai penunjang dan teori umum yang terkait dengan topik *E-Commerce* yang dibahas[7]. Metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu dengan membaca dan *browsing* berbagai sumber jurnal dan referensi *website*, artikel ataupun skripsi yang telah dipublikasikan yang berkaitan dengan penelitian ini. Keluaran dari tahapan ini adalah studi literatur, **tahap keempat adalah pengumpulan data**, Pada tahap ini, peneliti memerlukan beberapa data yang memiliki hubungan dan keterkaitan dengan topik yang dibahas. Ada beberapa metode yang dipergunakan dalam pengumpulan data tersebut yaitu wawancara secara langsung dan tidak langsung kepada pemilik toko, [8] pengamatan secara langsung terhadap cara kerja dan sistem yang berajalan pada toko, dan analisa dokumen yang berhubungan dengan penelitian seperti nota pembelian tanda terima pengiriman barang dan catatan laporan penjualan, **tahap kelima adalah analisis sistem berjalan**, yaitu analisa terhadap masalah berjalan menggunakan *Fishbone Diagram* dan analisa proses bisnis menggunakan *UML Activity Diagram* dan identifikasi kebutuhan sistem usulan menggunakan *UML Use Case Diagram*, **tahap keenam adalah perancangan sistem**, pada tahap ini peneliti melakukan perancangan dengan model sistem berbasis *E-Commerce* dengan rancangan sistem menggunakan *Diagram Unified Modeling Language (UML)* yang dibuat dengan *tools Astah*, **tahap ketujuh adalah Implementasi Model E-Commerce**, Implementasi menggunakan model sistem *E-Commerce* dengan basis *Content Management System (CMS)* jenis *Wordpress 6.4.2*. Adapun teknik implementasi Model *E-Commerce* pada Toko Jalillah *Collection* menggunakan *Content Management System (CMS)* sebagai berikut : Pembelian nama *domain* dan *web hosting* Implementasi proses instalasi *Content Management System (CMS)* dimulai dengan membeli *web hosting* di sebuah perusahaan layanan *web hosting* asal Indonesia, kemudian menentukan nama *domain* untuk *website*, setelah itu memilih *management system* yang akan digunakan untuk *website* yang akan dibangun, disini penulis menggunakan *wordpress* sebagai *CMS*, kemudian menambahkan beberapa *plug in* untuk mendukung *website* tersebut[9], disini penulis menggunakan *plugin Woocommerce 8.5.1* untuk merancang *website*, *Biteship for WooCommerce 2.2.25* untuk mendukung layanan pengiriman melalui ekspedisi, *Elementor 3.18.3* untuk menyunting halaman, *contact form7 5.8.6* untuk membuat form *email*, *forminator 1.28.1* untuk membuat kolom *upload* retur produk, *Sales Order Report for WooCommerce 2.1.1* untuk menganalisa data penjualan, *WooCommerce pdf invoice 4.40* untuk membuat form invoice, *WooCommerce MIS Report 4.0.3* untuk melihat report produk terlaris, dan *Yoast SEO 2.18* untuk mendukung *website* di pencarian *google*, setelah itu melakukan Konfigurasi fitur dan rancangan *website* sudah selesai, selanjutnya adalah pembuatan konten yang akan diposting atau ditampilkan di halaman *website* toko secara terus menerus sesuai dengan stock barang, sehingga bisa meningkatkan performa *website* dan mengoptimalkan mesin pencari[10], **tahap kedelapan adalah penerapan SEO (Search Engine Optimization)**, pada tahap ini penulis menyunting semua produk mulai dari deskripsi produk, deskripsi meta, judul seo, tautan keluar dan ke dalam, frasa kata kunci, menyesuaikan kalimat pasif, panjang paragraf dan panjang kalimat. Sampai fitur SEO menandakan hijau yang berarti bahwa penyuntingan sudah sesuai dengan analisa SEO dan **tahap terakhir adalah penerapan strategi marketing**, pada tahap ini, peneliti menerapkan strategi pemasaran model 4P yang lebih dikenal dengan model *mix marketing*. [11]Yaitu Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Promosi, dan Strategi Lokasi. Hal ini berguna sebagai media untuk meningkatkan performa promosi dan pemasaran produk-produk dari Toko Jalillah *Collection*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Sistem Berjalan

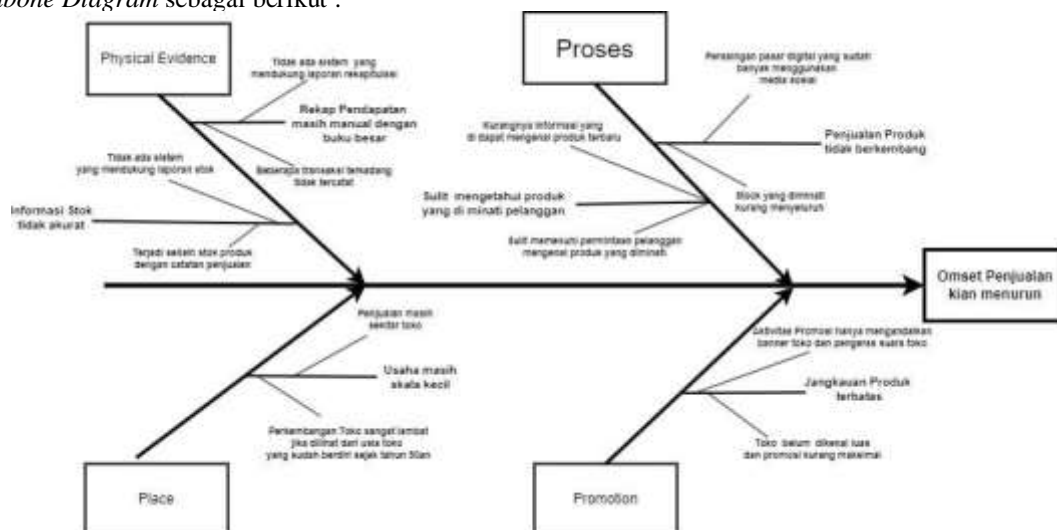
Analisa Proses bisnis yang saat ini berjalan pada sistem Toko Jalillah *Collection* adalah sebagai berikut :

- a. Proses Pemesanan Barang / Produk
pembeli melihat produk yang ditampilkan pada *website Jalillah Collection*. Selanjutnya memilih barang yang diinginkan lalu memasukkannya kedalam keranjang *website* tersebut, setelah itu pembeli akan mengisi data berupa nama, alamat dan metode pembayaran. Setelah selesai, pembeli akan diarahkan untuk mengkonfirmasi barang yang sudah dibelinya.
- b. Proses Pembayaran

- pelanggan melakukan pembayaran setelah melakukan *check out* produk. Lalu penjual akan menerima notifikasi pembayaran dan akan di verifikasi oleh staff *Admin* toko, jika pembayaran sudah dinyatakan masuk atau sukses maka *Admin* akan mengkonfirmasi dan akan melakukan proses pengiriman ke pelanggan.
- Proses Pengiriman Produk
petelah proses pembayaran selesai, staff Penjualan menyiapkan barang yang dipesan dan menyerahkan barang kepada kurir toko atau ekspedisi, lalu akan dilakukan input barang dan *print out* resi pengiriman, kemudian mengirimkan resi tersebut ke *email* pembeli. Secara otomatis, konfirmasi penerimaan akan terlacak secara sistem dengan resi tersebut.
 - Proses Promosi Produk
staf akan menyiapkan produk untuk di photo lalu pemilik akan diedit agar lebih menarik dan baru akan di upload ke *web* atau media sosial setelah proses editing selesai.
 - Proses Pembuatan Laporan Pendapatan
pada setiap akhir bulan *Admin* dan pemilik akan melakukan rekapitulasi penjualan bersama, dengan cara menggabungkan hasil *dashboard web* dan hasil penjualan *via Whatsapp* atau pun *offline* di toko.

3.2 Analisa Sistem Berjalan

Gambar 2 adalah gambarkan analisa masalah pada Toko Jalilah *Collection* dengan pemodelan menggunakan *Fishbone Diagram* sebagai berikut :



Gambar 3. Analisa Masalah Menggunakan Metode *Fishbone Diagram*

Berdasarkan analisa diatas maka dapat disusun hasil identifikasi usulan kebutuhan sistem yang dapat dijelaskan pada tabel 1 berikut :

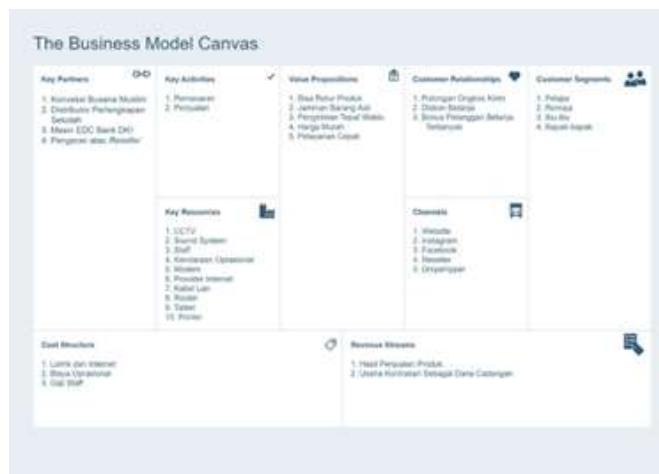
Tabel 3. Identifikas Kebutuhan Sistem

Kategori Masalah	Masalah	Penyebab	Kebutuhan Sistem atau Solusi Bisnis
<i>Process</i>	Omset Penjualan kian menurun	Persaingan pasar digital yang sudah banyak menggunakan media sosial	Dibuatkan sebuah system atau program berbasis <i>online</i> untuk meningkatkan Penjualan toko
<i>Process</i>	Sulit untuk mengetahui produk yang di minati pelanggan	Kurangnya informasi yang di dapat mengenai produk terbaru	Dibuatkan sebuah akun media sosial agar toko dapat melihat berbagai produk yang diminati pelanggan atau produk tren terbaru dengan menambah relasi akun toko lain di media sosial

Promotion Place	Jangkauan pemasaran produk terbatas hanya sebatas sekitar toko saja Ekspansi usaha masih berskala kecil	Aktivitas promosi produk hanya mengandalkan <i>banner</i> toko dan pengeras suara di toko Penjualan produk masih di lingkungan sekitar toko saja.	Penerapan fungsional Teknik <i>Search Engine Optimization</i> (SEO), untuk menerapkan strategi pemasaran produk agar dapat dikenal lebih luas dan dapat menjangkau pelanggan lebih banyak.
Physical Evidence	Rekap pendapatan toko masih manual dengan di catat di buku besar di setiap harinya.	Tidak ada system yang mendukung untuk laporan rekapitulasi	Dibuatkan modul program dalam bentuk menu untuk menampilkan laporan pendapatan. Pembuatan menu laporan dengan variasi rentang periode sehingga dapat menampilkan informasi pendapatan yang rinci dan akurat.
Physical Evidence	Laporan stok produk yang tidak akurat	Tidak ada sistem yang mendukung laporan stok produk, hanya mengandalkan akurasi bon pembelian dengan catatan Penjualan	Dibuatkan modul program untuk manajemen stok dan menampilkan informasi stok secara akurat.

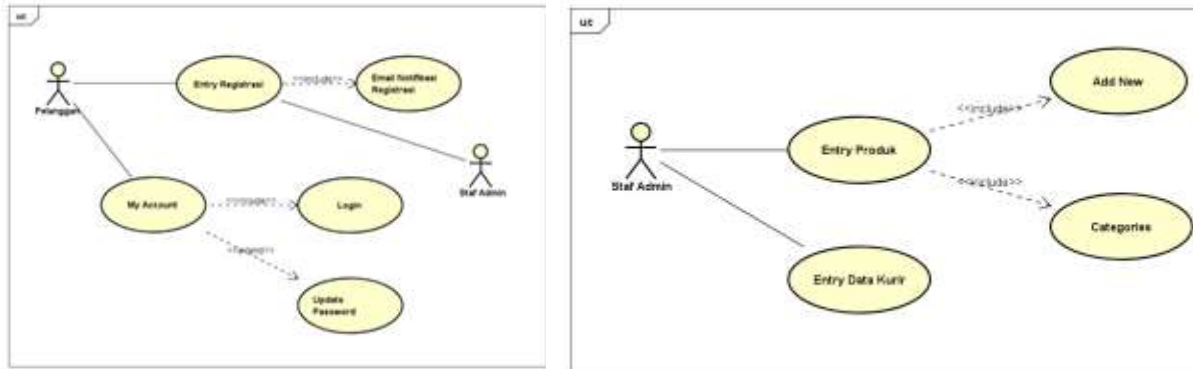
3.3 Analisa Model Bisnis

1. Berikut ini adalah hasil analisis mdoel bisnis toko Toko Jalilah Collection yang digambarkan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC), dimana BMC adalah salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis maka bisa dilihat pada gambar sebagai berikut :



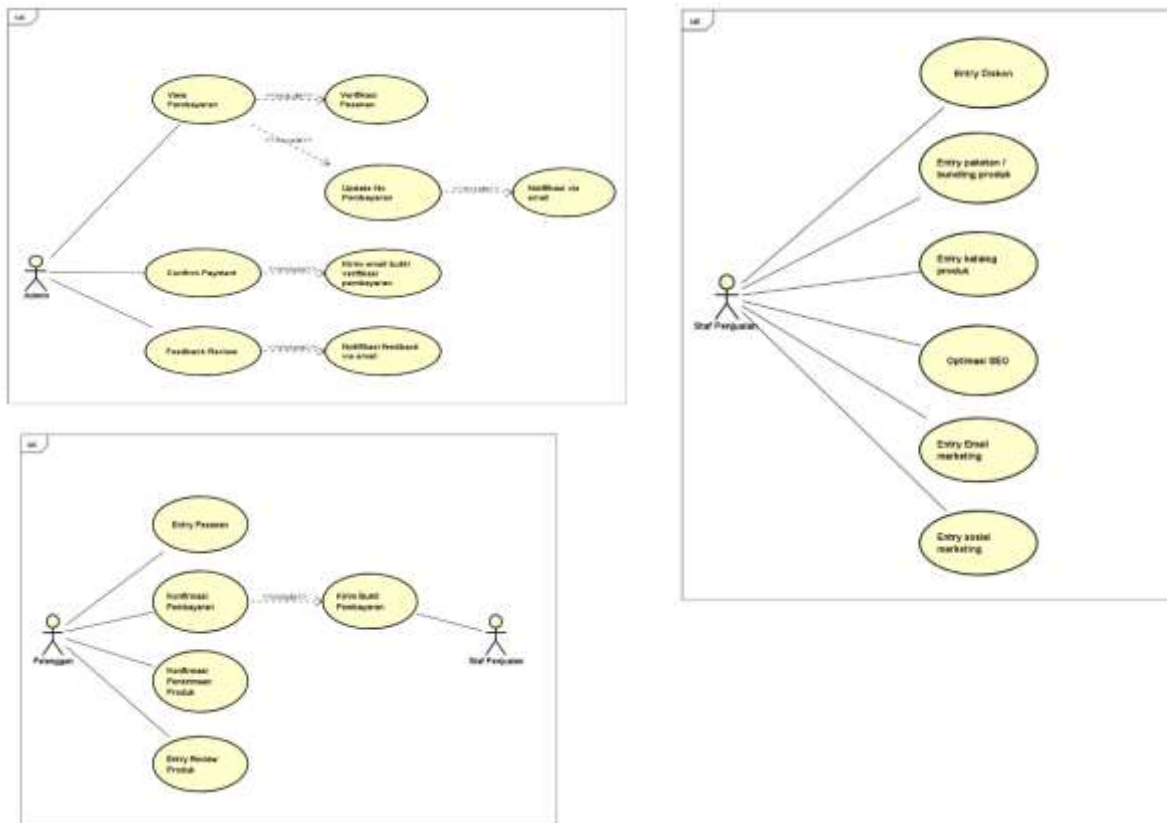
Gambar 4. Analisis *Business Model Canvas*

3.4 Perancangan Sistem Usulan



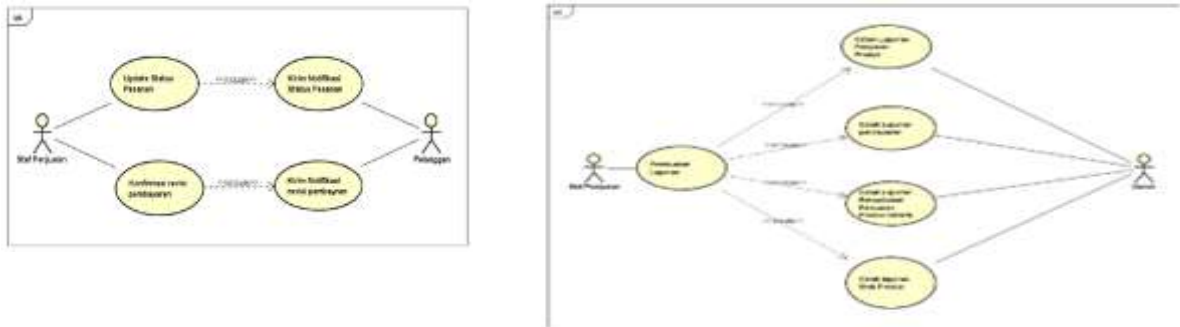
Gambar 5. Use Case Diagram Master Pelanggan dan Admin

Gambar 6 merupakan fitur-fitur transaksi yang diusulkan pada Toko Jalilah Collection :



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan dan Admin

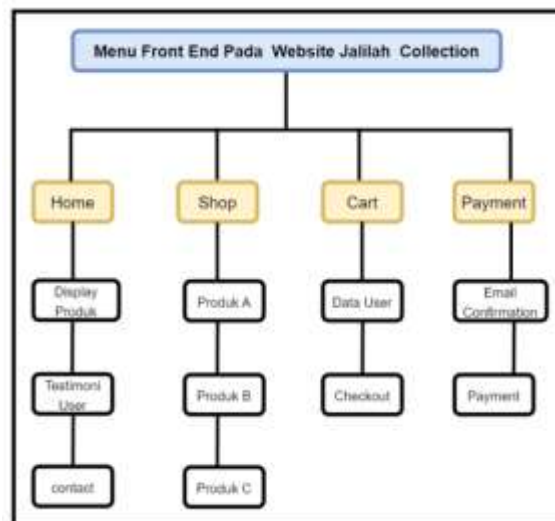
Gambar 7 merupakan fitur-fitur laporan yang diusulkan pada Toko Jalilah Collection :



Gambar 7. Use Case Diagram Laporan

3.5 Struktur Tampilan Menu Utama

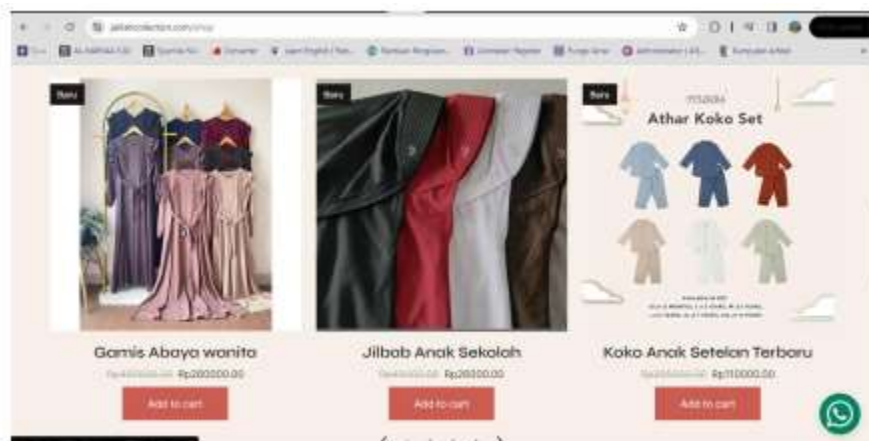
Gambar 8 merupakan struktur tampilan menu utama aplikasi *E-Commerce* yang diusulkan pada Toko *Jalilah Collection* :



Gambar 8. Struktur Tampilan Menu Utama

3.6 Hasil Implementasi Aplikasi *E-Commerce*

Gambar 9 merupakan struktur tampilan menu utama aplikasi *E-Commerce* yang diusulkan pada Toko *Jalilah Collection* :



Gambar 9. Halaman Utama Website *E-Commerce*

3.7 Implementasi Teknik *Search Engine Optimization* (SEO)

Pada penelitian ini, penyusun melakukan penerapan Teknik optimasi *website* dengan menginstal *plug in* Yoast SEO pada *Wordpress* dan menyesuaikan kepada produk-produk yang diunggah. Penyesuaian penerapan SEO pada deskripsi produk sampai SEO menunjukkan hasil baik atau bagus pada produk dengan menandakan SEO berwarna hijau atau orange, jika masih merah artinya pengaturan SEO masih belum baik [7].

Berikut merupakan hasil dari optimasi dan implementasi strategi SEO terhadap penelusuran *website* kedalam alamat URL <http://jalilahCollection.com/> selama 1 (satu) minggu sejak tanggal 2 hingga 12 Januari 2024 dengan data sebagai berikut : Total klik = jumlah total banyak orang yang melakukan klik pada alamat URL *website E-Commerce* di mesin pencarian *google* sebanyak 2 penunjang, Total Tayangan = jumlah total orang yang melakukan pencarian kata kunci di mesin *google* sebanyak 5, *Average CTR* = hasil perbandingan antara total click dan total impression dengan nilai 40 % dan *Average Position* = posisi rata-rata *website E-commerce* di *Google* dengan nilai 1,4.



Gambar 10. Hasil Pengujian Performa Website

3.8 Hasil Verifikasi Google Search Concole

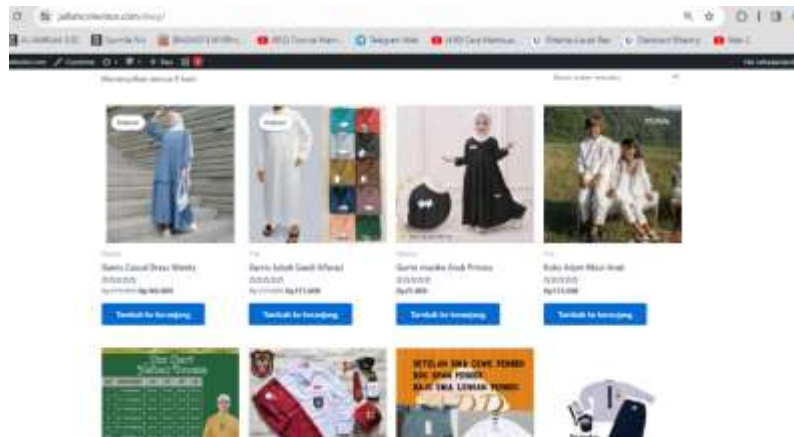
Berikut adalah hasil dari optimasi dan implementasi strategi SEO terhadap penelusuran *website* ke alamat URL <http://jalilahCollection.com/> selama 1 (satu) minggu.



Gambar 11 Hasil Pencarian Kata Kunci

3.9 Implementasi Optimasi Index Pencarian Kata Kunci dan Promosi Pemasaran

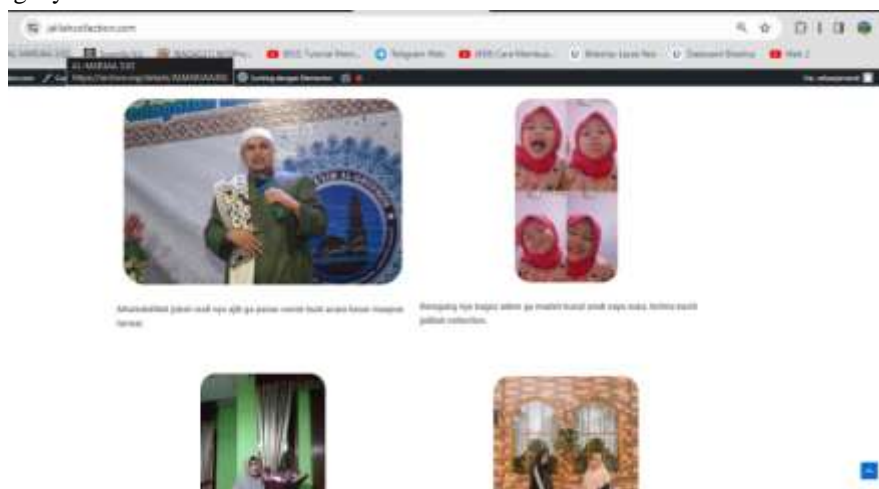
Untuk menguji tingkat keberhasilan Teknik strategi SEO, dilakukan pencarian di *google search* pada *Google Search* yang dilakukan pada 12 Januari 2024 Pukul 15:11 WIB menggunakan kata kunci nama *website* {**Jalilah Collection** }.



Gambar 12. Gambar Fitur Katalog Produk

2. 4.0 Hasil Implementasi Strategi Marketing

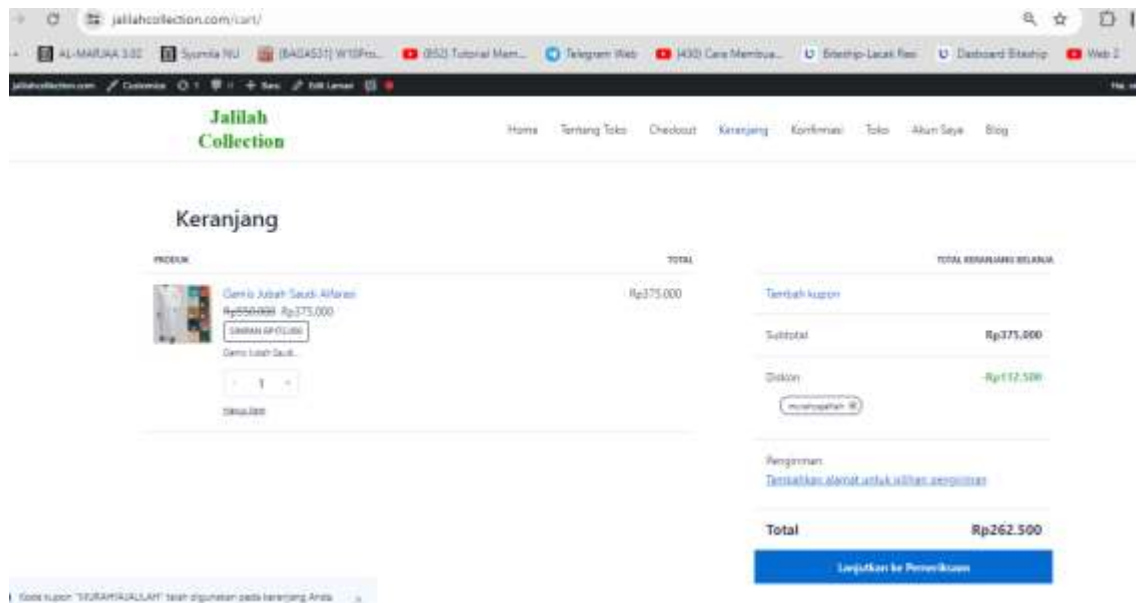
Berikut merupakan strategi marketing dengan fitur katalog produk dengan memberikan tampilan produk beserta harganya



Gambar 13. Gambar Ulasan Pelanggan

3. 4.1 Ulasan Pelanggan

Gambar berikut adalah ulasan pelanggan yang bisa mereka berikan ulasanya di setiap produk dengan menyertakan foto.

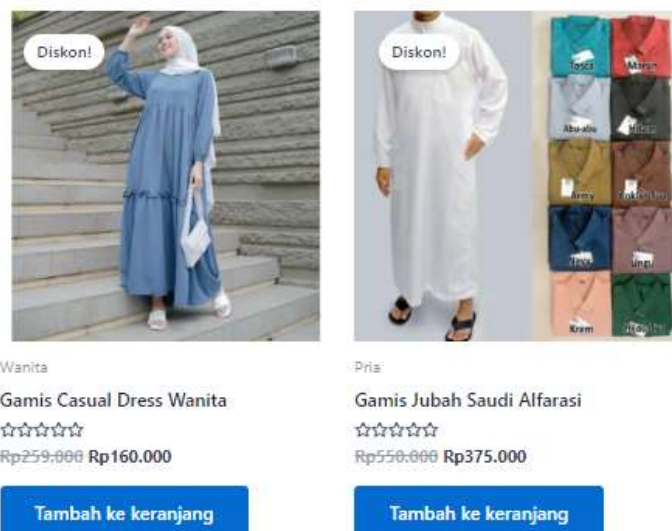


Gambar 14. Potongan Harga Langsung

4. 4.2 Strategi Marketing Potongan Harga

Salah satu strategi marketing yang dilakukan adalah potongan harga langsung dan diskon. Pada Gambar 14 di atas penjual memberikan potongan harga pada produk dan juga pelanggan mendapatkan tambahan diskon pembelian 30% saat melakukan pembayaran dengan menggunakan kode diskon yang sudah ditentukan dengan minimal pembelian Rp. 300.000.

Menampilkan semua 8 hasil



Gambar 15. Halaman Diskon

5. 4.3 Strategi Halaman Diskon

Diskon atau potongan harga adalah strategi marketing yang di gunakan pada katalog fitur produk sehingga dapat menarik pembeli saat melihat katalog produk.

4. KESIMPULAN

Hasil analisa dan implementasi model *E-commerce* berbasis *Content Management System* yang dilakukan pada Toko Jalilah *Collection* yang memiliki alamat URL <https://jalilahCollection.com/> maka penulis dapat memberi kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Toko Jalilah *Collection* dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan terarah dengan fokus pada inovasi, kreativitas, dan penguasaan media sosial, sehingga Toko Jalilah *Collection* dapat mengatasi persaingan dan mencapai keberhasilan dalam penjualan produk.
- 2) Toko Jalilah *Collection* harus memperdalam wawasan yang lebih baik mengenai prefensi konsumen dengan mengumpulkan umpan balik konsumen dan fokus meningkatkan pemahaman terhadap pelanggan, sehingga toko dapat meningkatkan informasi yang sesuai dengan tren masa kini dan meningkatkan penjualan melalui penawaran produk yang lebih sesuai dengan keinginan konsumen.
- 3) Toko Jalilah *Collection* harus menganalisa segmentasi pasar yang belum dicapai. Dan mengoptimalkan dengan baik untuk mesin pencari. Sesuaikan produk atau layanan dengan preferensi dan kebutuhan konsumen di berbagai segmen pasar. Dengan demikian, Toko Jalilah *Collection* harus terus berinovasi dalam strategi pemasaran dan menyesuaikan diri dengan perubahan tren pasar.
- 4) Toko Jalilah *Collection* harus menggunakan sistem dalam memperbaiki manajemen keuangan toko, membuat rincian anggaran untuk setiap aspek operasional *took*, meninjau anggaran secara teratur dan *periodic* dan juga menyesuaikan anggaran belanja dengan kondisi pasar.
- 5) Pasang *QR Code* pada setiap produk dan *scan barcode* untuk memudahkan dalam setiap pengecekan produk, sehingga hasilnya bisa dicocokkan pada stok yang sudah di *input* pada sistem. Melakukan audit secara berkala untuk memverifikasi keakuratan data pada sistem.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Faisal, F., Diana, A. and Utari, D.R. (2021) 'Implementasi *Website E-commerce* Berbasis *Content Management System Wordpress* Pada Toko Pesona Tanaman', *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer dan Informatika*, 5(3), pp. 121–131.
- [2] Zamroni, M.I. *et al.* (2022) 'Penerapan *E-commerce* Berbasis *Content Management System (CMS)* Dengan Metode *Business Model Canvas (BMC)* Pada Toko Fajar *Collection*', *Bit (Fakultas Teknol. Inf. Univ. Budi Luhur)*, 19(1), pp. 1–8.
- [3] Santosa, S. and Ismaya, H. (2021) 'Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan *Cms Wordpress* Pada Toko Importir Laptop Bandung', *Pro Mark*, 11(1), p. 8.
- [4] Sukma, A.D. (2021) 'Implementasi *E-commerce* Menggunakan *CMS Wordpress* Pada UMK Organik Hebat', *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 3(1), pp. 98–109.
- [5] Martadinata, A.T. and Zaliman, I. (2021a) 'Perancangan Dan Implementasi Sistem Informasi *E-commerce* Dengan Menggunakan *Cms, Woocommerce Dan Xendit*', *Sigmata: Jurnal Manajemen Dan Informatika*, 9(1), pp. 16–21.
- [6] Ahmad, N. *et al.* (2022) *Analisa & Perancangan Sistem Informasi Berorientasi Objek*. Penerbit Widina.
- [7] Aripin, Z. (2021) *E-Business strategi, model, dan penerapannya*. Deepublish.
- [8] Coyanda, J.R. (2020) 'Model *Technopreneur IT* Mahasiswa Pada Masa *Pandemic Covid 19* dengan Metode *Business Model Canvas*', *Jurnal Ilmiah Informatika Global*, 11(1).
- [9] Rahman, S. (2018) *Buku Sakti SEO Wordpress dan Joomla*. Elex Media Komputindo.
- [10] Rahman, S. (2019) *Buku Pintar Web Desain dan SEO Wordpress 5 PLUS*. Elex Media Komputindo.
- [11] Risald, R. (2021) 'Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis *E-commerce* Pada Usaha Ukm Ike Suti Menggunakan Metode *Waterfall*', *Journal of Information and Technology*, 1(1), pp. 37–42. Available at: <https://doi.org/10.32938/jitu.v1i1.1393>.