

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PADA TOKO *JOAN COLLECTION*

Bima Arya Pratikto^{1*}, Lestari Margatama²

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

Email: ^{1*}gibihel.arya26ap@gmail.com, ²lestari.margatama@budiluhur.ac.id

(* : *corresponding author*)

Abstrak-Toko *Joan Collection* terletak di Pasar Tomang Barat, Jalan Tanjung Duren Raya, Jakarta Barat. Toko ini menjual pakaian seragam sekolah untuk jenjang Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas dan aksesoris, seperti topi, dasi, dan ikat pinggang, serta pakaian muslim pria dan wanita. Kondisi pasar yang di lokasi toko berada sangat kurang bersih, karena berdampingan dengan pasar tradisionalnya. Biasanya ketika pelanggan berbelanja selalu terburu-buru dikarenakan keadaan tempat membuat tidak nyaman. Disebabkan kondisi pasar tersebut membuat pelanggan enggan datang ke toko fisik. Penjualan sebelum periode *covid-19* terbilang selalu mengalami peningkatan, tetapi pada saat pandemi *covid-19*, terjadinya perubahan perilaku belanja konsumen yang cenderung mulai beralih berbelanja secara *online* yang sebelumnya banyak yang berbelanja secara *offline* hingga tahun 2024. Sehingga dalam hal ini menyebabkan penurunan penjualan pada toko *joan collection*. Ditambah lagi dengan tidak adanya kegiatan promosi melalui media sosial maupun di toko fisik sehingga menyebabkan toko *joan collection* sulit menjangkau target pasar yang luas. Pada proses penjualan produk pada *joan collection* dilakukan ditoko fisik saja, sehingga hanya pengunjung pasar sekitar toko saja yang dapat membeli produknya. Yang menyebabkan penjualannya menjadi terbatas. Penelitian ini bertujuan menyediakan sistem *E-commerce* berbasis *Content Management System* untuk memperluas jangkauan penjualan dan menarik pelanggan baru. Analisis metode penelitian menggunakan *Business Model Canvas* dan *Search Engine Optimization* untuk membantu *website Joan Collection* tampil di halaman pertama mesin pencari. Hasil penelitian ini adalah *website e-commerce* yang dapat meningkatkan penjualan produk *Joan Collection* secara *online*, serta memperluas jangkauan penjualan, dan dipadukan dengan media sosial *instagram* untuk memudahkan upaya promosi.

Kata Kunci: *E-commerce, Content Management System, Wordpress, Business Model Canvas, Search Engine Optimization, Covid-19, Online, Offline.*

IMPLEMENTATION *E-COMMERCE* BASED *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* TO INCREASE *PPRODUCT SALES* AT *JOAN COLLECTION STORE*

Abstract- *The Joan Collection shop is located at West Tomang Market, Jalan Tanjung Duren Raya, West Jakarta. This shop sells school uniforms for elementary school, middle school, high school and accessories, such as hats, ties and belts, as well as men's and women's Muslim clothing. The condition of the market where the shop is located is not very clean, because it is adjacent to a traditional market. Usually when customers shop they are always in a hurry because the conditions in the place make them uncomfortable. Due to market conditions, customers are reluctant to come to physical stores. Sales before the Covid-19 period were said to have always increased, but during the Covid-19 pandemic, there was a change in consumer shopping behavior which tended to start switching to online shopping. online previously many people shopped online offline until 2024. So in this case it causes a decline in sales at the Joan Collection shop. And what's more, there are no promotional activities via social media or in physical stores, making it difficult for Joan Collection stores to reach a wide target market. The product sales process at the Joan Collection is carried out in physical stores only, so that only visitors to the market around the store can buy the products. Which causes sales to be limited. This research aims to provide a system *E-commerce* based *Content Management System* to expand sales reach and attract new customers. Analysis of research methods using *Business Model Canvas* and *Search Engine Optimization* to help *website Joan Collection* appears on the first page of search engines. The results of this research can increase sales of *Joan Collection* products online, expand sales reach, and facilitate promotional efforts.*

Keywords: *E-commerce, Content Management System, Wordpress, Business Model Canvas, Search Engine Optimization, Covid-19, Online, Offline.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah drastis kebiasaan konsumen dalam berbelanja. Kemudahan akses internet dan beragam *platform e-commerce* telah memfasilitasi konsumen untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja. Dengan menggunakan *website* sebagai salah satu media untuk mengakses berbagai sumber informasi di seluruh dunia adalah salah satu contoh perkembangan teknologi saat ini [1] toko Joan *Collection* terletak di Pasar Tomang Barat, Jalan Tanjung Duren Raya, Jakarta Barat. Toko ini menjual pakaian seragam sekolah untuk jenjang Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas dan aksesoris, seperti topi, dasi, dan ikat pinggang, serta pakaian muslim pria dan wanita. Kondisi pasar yang di lokasi toko berada sangat kurang bersih, karena berdampingan dengan pasar tradisionalnya. Biasanya ketika pelanggan berbelanja selalu terburu-buru dikarenakan keadaan tempat membuat tidak nyaman. Disebabkan kondisi pasar tersebut membuat pelanggan enggan datang ke toko fisik. Penjualan sebelum periode *covid-19* terbilang selalu mengalami peningkatan, tetapi pada saat pandemi *covid-19*, terjadinya perubahan perilaku belanja konsumen yang cenderung mulai beralih berbelanja secara *online* yang sebelumnya banyak yang berbelanja secara *offline* hingga tahun 2024. Sehingga dalam hal ini menyebabkan penurunan penjualan pada toko joan *collection*. Ditambah lagi dengan tidak adanya kegiatan promosi melalui media sosial maupun ditoko fisik sehingga menyebabkan toko joan *collection* sulit menjangkau target pasar yang luas. Pada proses penjualan produk pada joan *collection* dilakukan ditoko fisik saja, sehingga hanya pengunjung pasar sekitar toko saja yang dapat membeli produknya. Yang menyebabkan penjualannya menjadi terbatas. Oleh karena itu, dengan hadirnya *e-commerce* selain untuk *branding* dan menjadi suatu kebanggaan tersendiri karena memiliki toko *online*. *E-commerce* memiliki fungsi utama, yaitu sebagai sarana promosi dengan tautan *website e-commerce* melalui media sosial *instagram*, serta dapat memudahkan pembeli dalam berbelanja dan bertransaksi tanpa harus mengunjungi toko.

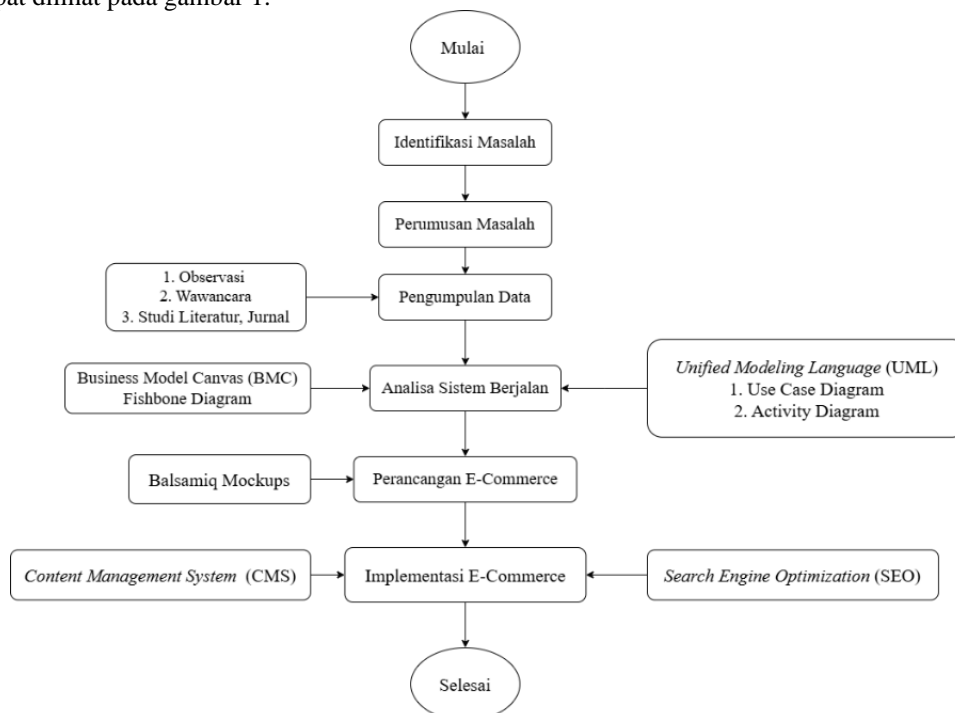
Penelitian ini [2] berfokus pada permasalahan persaingan ketat dalam industri retail batik dan perkembangan teknologi yang pesat. Kemudian, pada penelitian ini [3] berfokus pada permasalahan proses bisnis yang berjalan saat ini masih kurang efektif karena proses pemesanan barang hanya dilakukan melalui *whatsapp* serta cara promosi yang dilakukan toko Jade Bag hanya melalui *instagram*. Selanjutnya, penelitian ini [4] membahas tentang permasalahan ketika pelanggan ingin membeli pakaian dan perlengkapan bayi di toko tidak bisa melihat daftar produk yang tersedia sehingga kurang mendapatkan informasi. Pelanggan memiliki waktu yang terbatas untuk melakukan transaksi pemesanan karena hanya bisa dilakukan pada waktu jam kerja. Kemudian, penelitian ini [5] berfokus pada persoalan kesulitan dalam memasarkan stok produk mengakibatkan stok produk tidak terjual, kurang media promosi untuk memasarkan produk terbaru sehingga pelanggan kurang mengetahui produk terbaru dari *synergie* motor, kurang optimalnya dalam melakukan pemesanan karena pelanggan hanya dapat melakukan pemesanan dengan datang langsung ke toko, tidak ada modul untuk konfirmasi pembayaran secara *online* mengakibatkan bagian penjualan dan pemilik sulit mengetahui pelanggan mana yang sudah melakukan pembayaran dan tidak adanya laporan transaksi secara *online* misalnya laporan pemesanan, pembayaran, pengiriman, *retur* dan rekapitulasi setiap bulannya. Selanjutnya, penelitian ini [6] mengkaji permasalahan tentang mekanisme sistem penjualan yang terjadi pada usaha *home* industri yang masih menggunakan sistem konvensional dalam hal pencatatan data barang dan laporan data penjualan, sehingga menyulitkan pemilik dalam memperoleh informasi yang akurat.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian dimulai dengan mengidentifikasi dan mendefinisikan permasalahan yang terjadi di toko Joan *Collection*. Setelah mengidentifikasi masalah, diperoleh rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian, yakni mengapa pembuatan *website e-commerce* dianggap sebagai solusi terbaik untuk mengatasi masalah. Analisa dilakukan dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* untuk menganalisa dan merancang proses bisnis yang berjalan, sehingga mendapatkan data yang akurat untuk menunjang proses bisnis pada toko Joan *Collection*. Kemudian, analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Fishbone Diagram* untuk mencari tahu akar permasalahan yang terjadi. Setelah mengetahui penyebabnya maka akan diambil sebuah tindakan untuk mengatasi permasalahan tersebut, untuk mempresentasikan sistem perangkat lunak mulai dari sistem yang sederhana hingga yang kompleks, dengan menggunakan *Unified Modeling Language*, yaitu metode pengembangan sistem yang memanfaatkan bahasa grafis untuk pendokumentasian sistem, berdasarkan hal tersebut bahwa UML (*Unified Modeling Language*) bisa disebut juga bahasa yang biasa digunakan untuk membangun sistem perangkat lunak

yang melakukan analisa dan spesifikasi pemrograman berorientasi objek [7]. diagram yang digunakan dalam UML, antara lain *Activity Diagram* adalah diagram yang menggambarkan alur kerja dari sebuah sistem berjalan [8], *Use Case Diagram* adalah diagram menggambarkan interaksi antara pengguna dan sistem [9], dan *Use Case Description*. Selanjutnya, membuat perancangan model sistem *E-commerce*, yang difokuskan pada pembuatan antarmuka pengguna (*user interface*). *Tools* yang digunakan adalah *balsamiq mockups* adalah perangkat lunak untuk merancang kerangka tampilan pengguna [10]. Dengan menggunakan *Balsamiq Mockups* dapat mempermudah dalam membuat desain *user interface*, karena *Balsamiq Mockups* memiliki *tools* yang dapat membantu dalam pembuatan desain rancangan layar yang akan ditampilkan. Setelah melakukan perancangan peneliti mengimplementasikan *E-commerce* dengan menggunakan *Content Management System* adalah program untuk mengedit dan menambahkan konten *website* dengan mudah [11]. dan menerapkan *Search Engine Optimization* untuk meningkatkan peringkat situs *web* dalam hasil pencarian mesin pencari. Urutan tahapan penelitian dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

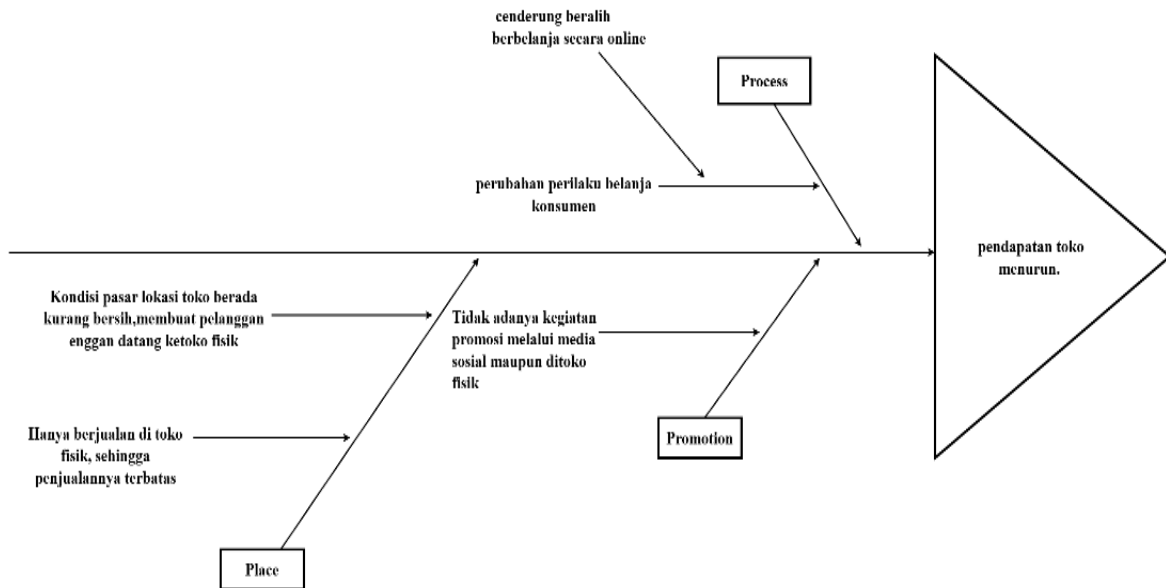
2.2 Metode Pengumpulan Data

Pada metode pengumpulan data, peneliti melakukan 2 kegiatan studi lapangan, yaitu dengan melakukan observasi atau pengamatan langsung pada tempat riset dan melakukan wawancara dengan narasumber yang bersangkutan. Selain melakukan studi lapangan, peneliti juga melakukan riset untuk memeriksa penelitian terdahulu melalui jurnal-jurnal yang relevan dengan topik penelitian yang diambil sehingga dapat dijadikan referensi oleh peneliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Masalah

Untuk memahami dan memudahkan analisis suatu permasalahan yang terjadi di Toko Joan *Collection*, Hasil analisis terhadap masalah penelitian dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Fishbone Diagram

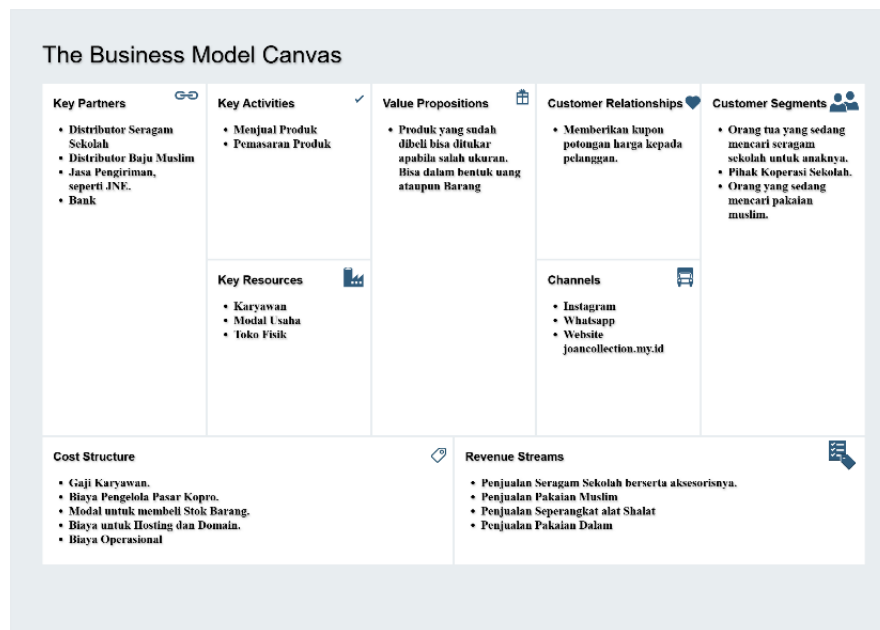
Analisis lebih lanjut mengenai *fishbone diagram* pada gambar 2 akan dipaparkan melalui Tabel 1.

Tabel 1. Penjelasan *Fishbone Diagram*

Kategori Masalah	Permasalahan	Dampak
<i>Process</i>	Perubahan perilaku belanja konsumen yang cenderung mulai beralih berbelanja secara <i>online</i> yang sebelumnya banyak yang berbelanja <i>offline</i> .	Toko menjadi sepi, karena terlalu fokus pada penjualan <i>offline</i> saja, sehingga tidak mampu bersaing dengan yang berjualan <i>online</i> .
<i>Promotion</i>	Tidak adanya kegiatan promosi melalui media sosial maupun ditoko fisik.	Produk tidak dikenal secara luas. Sehingga penjualan cenderung menurun.
<i>Place</i>	Hanya berjualan di toko fisik saja, sehingga penjualannya terbatas. kondisi pasar lokasi toko berada kurang bersih, membuat pelanggan enggan datang ke toko fisik.	sulit untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas. Untuk pelanggan di luar kota sangat sulit untuk membeli produk secara langsung dikarenakan terhalang oleh jarak. membuat pelanggan tidak nyaman ketika berbelanja.

3.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas pada toko Joan Collection dapat dilihat di gambar 3.



Gambar 3. Business Model Canvas

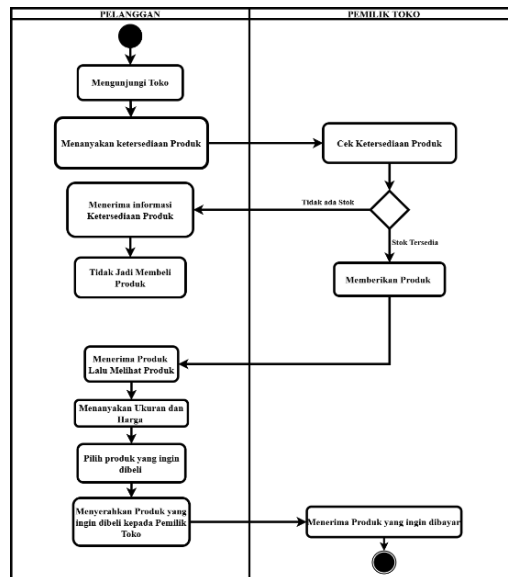
Untuk *key partners*, toko Joan Collection bekerja sama dengan distributor seragam sekolah dan pakaian muslim untuk memastikan ketersediaan produk, jasa pengiriman seperti JNE untuk pengiriman, serta bank untuk pembayaran. Kegiatan bisnis utama meliputi pembelian dari distributor, penjualan melalui toko fisik, *e-commerce*, dan pemasaran melalui berbagai kanal digital. *Key activities*, toko Joan Collection meliputi pembelian produk dari distributor, penjualan melalui toko fisik dan *e-commerce*, serta pemasaran digital. *Key Resources* toko Joan Collection meliputi karyawan, modal, dan toko fisik. *Value Proposition* toko Joan Collection adalah kebijakan tukar produk gratis untuk memastikan kepuasan pelanggan. *Customer relationship*, toko Joan Collection membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui potongan harga untuk pelanggan baru dan setia. *Channels* toko Joan Collection memanfaatkan *website*, media sosial, dan toko fisik sebagai media pemasaran. *Customer Segments* toko Joan Collection adalah orang tua, koperasi sekolah, dan konsumen pakaian muslim. *Cost Structure* toko Joan Collection meliputi gaji karyawan, biaya pengelolaan, pembelian stok, dan biaya operasional lainnya. *Revenue Streams* toko Joan Collection berasal dari penjualan seragam sekolah, pakaian muslim, alat shalat, dan pakaian dalam.

3.3 Analisa Proses Bisnis Berjalan

Toko Joan Collection masih menggunakan proses penjualan secara konvensional. Berikut adalah proses bisnis pada Toko Joan Collection :

a. Proses Pemesanan

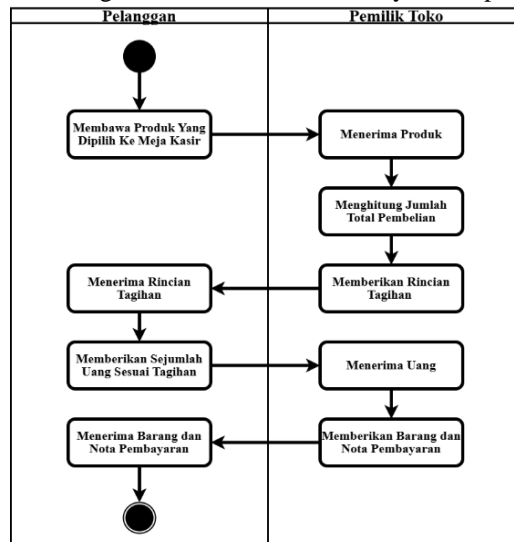
Proses pemesanan yang biasanya dilakukan di toko Joan Collection adalah pelanggan mengunjungi toko dan menanyakan produk yang diinginkan. Pemilik toko kemudian memeriksa ketersediaan barang. Jika barang tersedia, pelanggan akan melihat produk dan menanyakan detailnya sebelum memutuskan untuk membeli atau tidak. Proses Pemesanan dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Activity Diagram Berjalan Proses Pemesanan

b. Proses Pembayaran

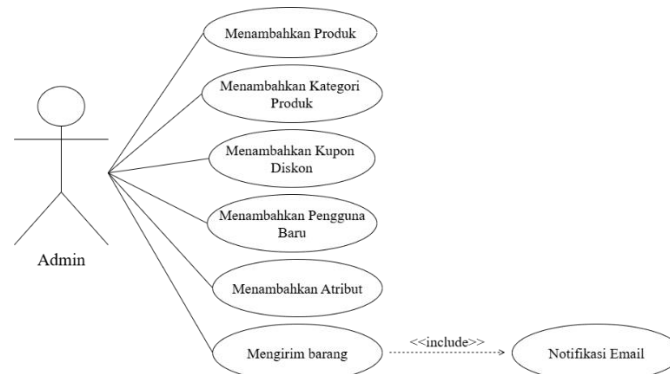
Pada proses pembayaran di toko Joan Collection, dimulai dengan pelanggan membawa barang ke kasir, lalu melakukan pembayaran, dan menerima barang serta struk. Proses Pembayaran dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Activity Diagram Berjalan Proses Pembayaran

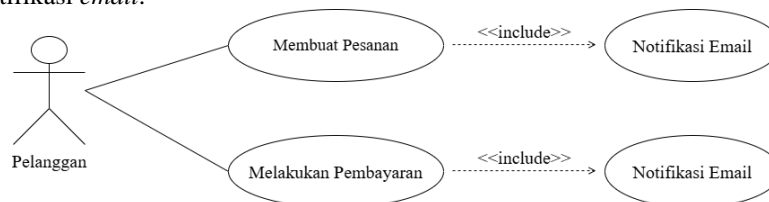
3.4 Use Case Diagram

Gambar 6 merupakan use case diagram master admin pada sistem website e-commerce toko Joan Collection. Terdiri dari use case menambahkan produk, use case menambahkan kategori produk, use case menambahkan kupon diskon, use case menambahkan pengguna baru, use case menambahkan atribut, use case mengirim barang, beserta include use case notifikasi email.



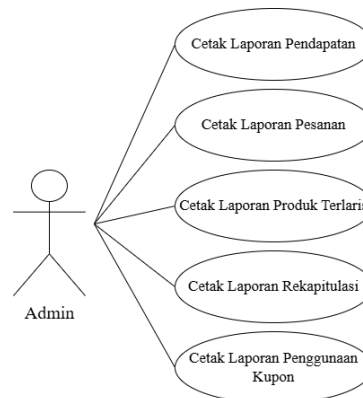
Gambar 6. Use Case Diagram Master Admin

Gambar 7 merupakan use case transaksi pelanggan pada sistem website e-commerce toko Joan Collection. Terdiri dari use case membuat pesanan dengan include use case notifikasi email, dan use case melakukan pembayaran dengan use case notifikasi email.



Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

Gambar 8 merupakan use case diagram laporan pada sistem website e-commerce toko Joan Collection. Terdiri dari use case diagram cetak laporan pendapatan, use case diagram cetak laporan pesanan, use case diagram cetak laporan produk terlaris, use case diagram cetak laporan rekapitulasi, dan use case diagram cetak laporan penggunaan kupon.

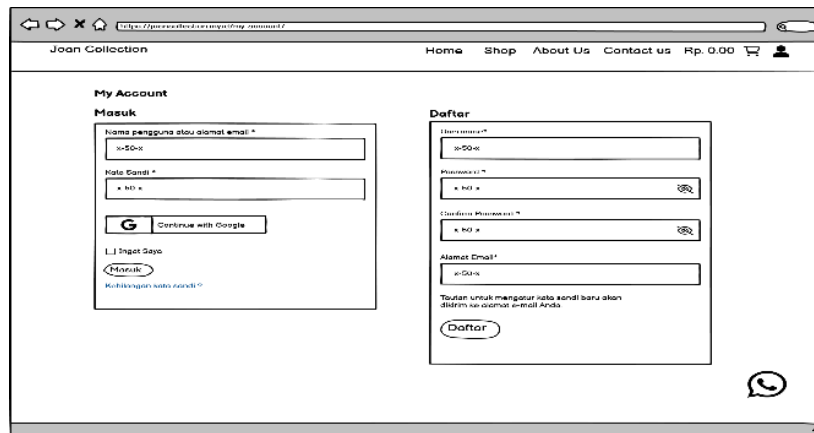


Gambar 8. Use Case Diagram Laporan

3.5 User Interface Dan User Experience

a. Tampilan Halaman Login

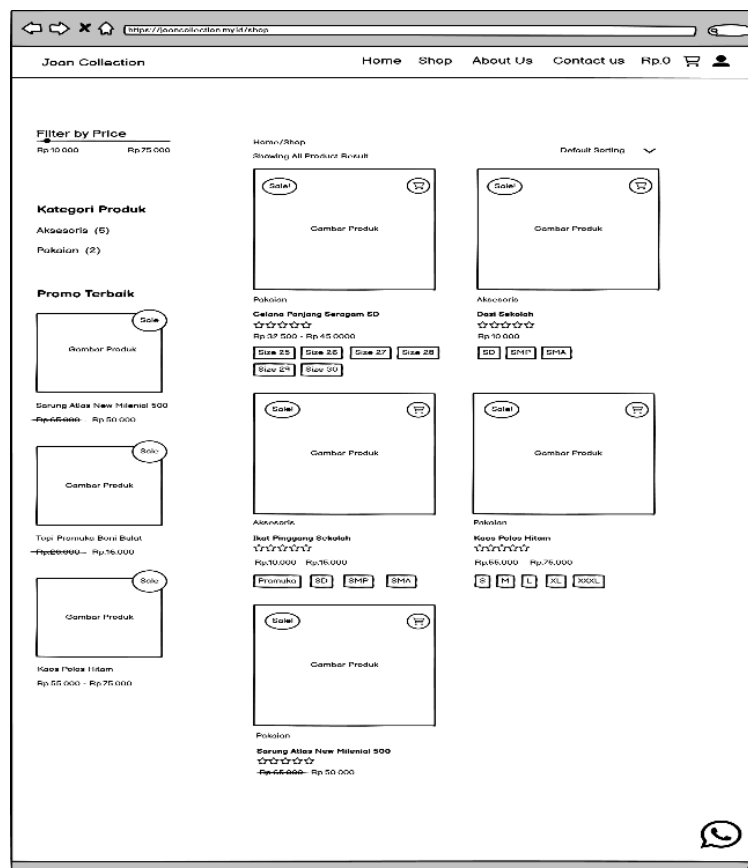
Gambar di bawah ini adalah halaman login toko Joan Collection dilengkapi fitur lupa password, pendaftaran, dan berbagai menu navigasi seperti My Account, Shop, dan About Us. Tampilan halaman login dapat dilihat pada gambar .



Gambar 12. Tampilan Halaman Login

b. Tampilan Halaman Shop

Gambar di bawah ini adalah halaman shop toko Joan Collection memungkinkan pelanggan mencari produk dengan mudah menggunakan filter berdasarkan harga, kategori, dan rating. Tampilan halaman shop dapat dilihat pada gambar 13.

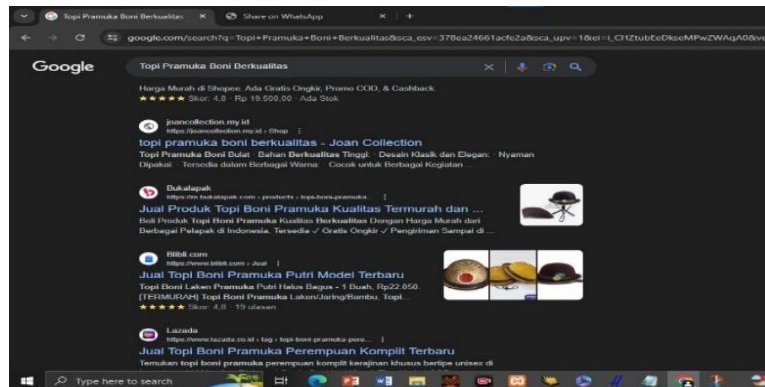


Gambar 13. Tampilan Halaman Shop

3.6 Strategi Search Engine Optimization

Proses optimasi SEO yang dilakukan meliputi verifikasi kepemilikan situs di *Google Search Console*, pengiriman *XML Sitemap* untuk membantu *Google* mengindeks konten, serta optimasi konten dengan menggunakan kata kunci yang relevan, gambar yang dioptimalkan, dan *meta* deskripsi yang menarik. Hasilnya,

situs Joan *Collection* berhasil naik peringkat di hasil pencarian *Google*, sehingga lebih banyak pengunjung potensial dapat menemukan produk-produk yang ditawarkan. Hasil SEO dapat dilihat pada gambar 14.



Gambar 14. Hasil Search Engine Optimization

3.7 Strategi Marketing

Joan *collection* memanfaatkan media sosial, seperti *Instagram*, sebagai media promosi. Selanjutnya, akan dilengkapi dengan menggunakan strategi *marketing* pada *website e-commerce*. Strategi *marketing* yang digunakan adalah :

a. Strategi Marketing Dengan Harga Coret/*Strikethrough Pricing*

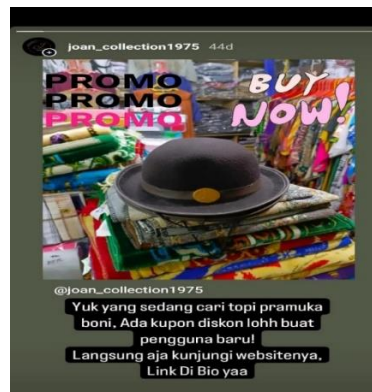
Joan *Collection* menggunakan strategi pemasaran Harga Coret (*Strikethrough Pricing*) untuk menarik minat konsumen. Strategi ini dilakukan dengan menampilkan dua harga pada produk, yaitu harga asli yang dicoret dan harga diskon yang baru di sebelahnya. Penerapan strategi ini bertujuan untuk menciptakan persepsi bahwa produk yang dijual memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga aslinya. Harga Coret/*Strikethrough Pricing* dapat dilihat pada gambar 15.



Gambar 15. Harga Coret

b. Strategi Marketing Dengan *Stories* Media Sosial *Instagram*

Pada strategi ini admin joan *collection* melakukan promosi menggunakan *instagram*, yaitu dengan mengunggah barang yang sedang promo melalui *stories* atau cuplikan cerita di *instagram*. Admin setiap 1 hari sekali mengunggah *stories* tersebut untuk memberikan informasi barang yang sedang promo untuk menarik pelanggan di media sosial *instagram*. Pelanggan yang tertarik akan mengunjungi *website e-commerce* joan *collection* melalui tautan *link* di bio profil *instagram*. Dengan *link* tersebut akan mengarahkan pelanggan ke *website e-commerce* joan *collection*.



Gambar 16. Instagram Stories

4. KESIMPULAN

Setelah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi Toko Joan Collection, dapat disimpulkan. Bahwa dengan dibuatnya website e-commerce joan collection terdapat fitur promosi berupa kupon dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan baru. Dengan mengintegrasikan media sosial seperti Instagram, jangkauan promosi dapat diperluas secara signifikan. Fitur tautan dari Instagram juga memungkinkan pelanggan untuk langsung menuju produk yang diinginkan, sehingga proses pembelian menjadi lebih efisien. Hal ini sejalan dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan media sosial dalam mencari informasi produk dan website e-commerce joan collection dilengkapi juga dengan fitur payment gateway Xendit memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi. Dengan fitur ini, pelanggan tidak perlu lagi mengunjungi toko fisik untuk melakukan pembayaran. Selain itu, adanya menu shopping cart dan checkout memungkinkan pemilik toko untuk menjalankan bisnis secara online. Hal ini sangat menguntungkan, terutama bagi pelanggan yang berada di lokasi yang jauh dari toko fisik..

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. D. Firmansyah and H. Herman, "Perancangan Web E-Commerce Berbasis Website pada Toko Ida Shoes," *J. Inf. Syst. Technol.*, vol. 4, no. 1, pp. 361–372, 2023, doi: 10.37253/joint.v4i1.6330.
- [2] E. Erlinda and dkk, "Perilaku Konsumen: Analisa Deskriptif Pemilihan Tempat Belanja Implementasi E-commerce Sebagai Media Penjualan dalam Ekonomi Islam di BT Batik Trusmi Cirebon," *J. Ekon. dan Bisnis Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 35–42, 2023.
- [3] A. Gustavian and S. Samsinar, "Analisis Dan Implementasi E-commerce Dengan Metode Business Model Canvas (Studi Kasus: Toko Jade Bag)," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 260–266, 2020, doi: 10.36080/ideal.v3i1.1673.
- [4] S. A. Saputra and H. Hasugian, "Implementasi E-commerce Berbasis Content Management System (Cms) Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Pada Toko Una Baby," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 214–219, 2020, doi: 10.36080/ideal.v3i1.2052.
- [5] A. Widyanto and H. Patrie, "Implementasi Penjualan Bebas E-commerce Pada Toko Synergie Motor," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 92–100, 2020, doi: 10.36080/ideal.v3i1.1593.
- [6] E. H. Hermaliani, L. Fatimah, and N. Qomariyyah, "Implementasi Aplikasi E-commerce Untuk Pemberdayaan Home Industri," *INTI Nusa Mandiri*, vol. 15, no. 1, pp. 111–118, 2020, doi: 10.33480/inti.v15i1.1523.
- [7] F. Wigen, "Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis - JTEKSIS," *Prodi Sist. Inf. Univ. Dharma Andalas*, vol. 02, pp. 233–240, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis>
- [8] R. Widyastuti, "Penerapan Sistem Informasi Akademik Di Smk Yaspen Jakarta," *PROSISKO J. Pengemb. Ris. dan Obs. Sist. Komput.*, vol. 9, no. 2, pp. 9–24, 2022, doi: 10.30656/prosisko.v9i2.4938.
- [9] L. S. Rahmawati, A. Prasetyo, and A. N. Laila, "Sistem Informasi Kepegawaian Berbasis Web Pada SD Negeri Blimbing 4 Malang," *J. Janitra Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 63–72, 2022, doi: 10.25008/janitra.v2i2.157.
- [10] I. Maghfiroh, Anis Haryanti, Tri Cahyani, "Aplikasi Pemandu Wisata (Tour Guide) Berbasis Android Pada Pariwisata Dieng," 2024.
- [11] W. N. Dewi, F. D. B. Azhar, C. Nas, and A. Sevtiana, "Pembuatan Content Management System Pada Aplikasi Perhitungan Dan Pembagian Hak Waris Berdasarkan Hukum Negara Berbasis Web," *J. Digit.*, vol. 13, no. 1, p. 53, 2023, doi: 10.51920/jd.v13i1.321.