

# IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO JAYA AQUARIUM

Jamilah Hasanah<sup>1\*</sup>, Dian Anubhakti<sup>2</sup>

<sup>1\*,2</sup> Sistem Informasi, Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Kota Jakarta, Indonesia

Email: [1\\*2012500811@student.budiluhur.ac.id](mailto:1*2012500811@student.budiluhur.ac.id), [2dian.anubhakti@budiluhur.ac.id](mailto:2dian.anubhakti@budiluhur.ac.id)  
(\*: coresponding author)

**Abstrak-** Perkembangan teknologi informasi khususnya pada media penjualan yang berkembang sangat pesat memberikan kemudahan pengguna internet atau pemilik usaha, untuk meningkatkan daya saing dan mengikuti perkembangan teknologi banyak toko toko *offline* yang beralih ke penjualan *online* atau membuka toko *offline* dengan tetap membuka layanan jual beli secara *online* untuk menarik lebih banyak calon pembeli dan mempertahankan mitra perdagangannya. Toko jaya Aquarium merupakan toko *offline* yang menjual ikan hias, pakan ikan, alat alat aquarium serta aksesoris *aquascape* dengan berbagai bentuk dan jenis. karena penjualan pada toko masih bersifat konvensional, terdapat beberapa masalah seperti pencatatan harga produk hanya menggunakan kertas yang ditempel di etalase toko, sehingga sering terjadinya kekeliruan dalam memberikan harga, tidak adanya rekapitulasi penjualan dan promosi toko yang menggunakan media *story whatsapp* dan mulut ke mulut, permasalahan ini yang membuat penjualan pada Toko Jaya Aquarium menurun dan sepi. Untuk mengatasi masalah tersebut, penelitian ini berfokus pada pembuatan *website E-Commerce* sebagai media penjualan secara *online* pada toko jaya Aquarium. Dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dan penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) dalam pembuatan situs *web E-Commerce* berbasis *Wordpress*, untuk meningkatkan penjualan toko sehingga mampu menyebarkan informasi produk yang tepat dan mudah. Hasilnya penelitian ini dapat menunjukkan bahwa penggunaan situs *E-Commerce* mampu meningkatkan penjualan, melayani pelanggan dengan baik sehingga toko dapat berkembang dengan citra yang baik dan pendapatan toko yang meningkat.

**Kata Kunci:** *E-Commerce*, *Website*, *Jaya Aquarium*, *Business Model Canvas*

## IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* USING *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* TO INCREASE SALES AT JAYA AQUARIUM STORE

**Abstract-** The development of information technology, especially in sales media, which is growing very rapidly, makes it easier for internet users or business owners, to increase competitiveness and keep up with technological developments, many offline shops are switching to online sales or opening offline shops while continuing to open online buying and selling services to attract customers. more potential buyers and retain its trading partners. Toko Jaya Aquarium is an offline shop that sells ornamental fish, fish food, aquarium tools and *aquascape* accessories in various shapes and types. because sales in shops are still conventional, there are several problems such as recording product prices only using paper stuck to the shop window, so that errors often occur in giving prices, there is no recapitulation of sales and shop promotions using *WhatsApp story media* and *word of mouth*, problems This is what makes sales at the Jaya Aquarium Shop decline and quiet. To overcome this problem, this research focuses on creating an *E-Commerce website* as an online sales medium at the Jaya Aquarium store. By using the *Business Model Canvas* (BMC) and implementing *Search Engine Optimization* (SEO) in creating a *WordPress-based E-Commerce website*, to increase store sales so that it can disseminate product information accurately and easily. The results of this research can show that the use of an *E-Commerce site* is able to increase sales, serve customers well so that the shop can develop with a good image and increase shop income.

**Keywords:** *E-Commerce*, *Website*, *Jaya Aquarium*, *Business Model Canvas*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi khususnya pada media penjualan yang berkembang sangat pesat memberikan kemudahan pengguna internet atau pemilik usaha. Melalui perdagangan elektronik perusahaan besar atau toko rumahan dapat lebih mengembangkan bisnisnya serta mampu bersaing didunia bisnis, interaksi dan transaksi antara pembeli dan penjualpun dapat dilakukan secara online tanpa bertatap muka secara langsung [1].

*E-commerce* atau perdagangan elektronik yang berupa situs *web* yang dapat melakukan transaksi secara *online* dan pengiriman barang (*get on delivery*). Sistem ini digunakan sebagai proses umum tentang internet mempengaruhi cara berbisnis [2].

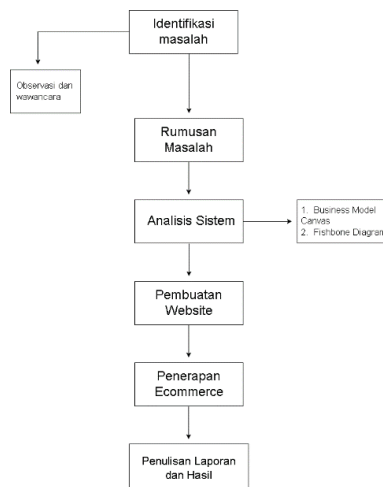
Toko Jaya Aquarium adalah toko rumahan yang menjual berbagai jenis ikan hias, bermacam – macam aksesoris *aquascape*, pakan ikan dan aquarium kaca, yang berada di Jl. Makmur II, Gang Gurame 1 no. 79, Cipadu. Saat ini penjualannya hanya dilakukan ditoko, promosinya hanya dilakukan di media sosial, dan bukti transaksinya menggunakan nota serta tidak adanya rekapitulasi penjualan yang menyulitkan pemilik toko mengembangkan bisnisnya karena tidak bisa melihat apakah keuntungan pada toko sedang meningkat atau menurun.

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [3] merupakan acuan untuk melakukan penelitian ini. Dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk membantu model bisnis dan menggunakan UML seperti *Activity Diagram* dan *Sequence Diagram* untuk merancang model proses bisnis pada Toko Jaya Aquarium[4]. Penerapan metode observasi dan wawancara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan solusi dari permasalahan yang terjadi pada Toko Jaya Aquarium dengan penerapan *E-commerce* dan penggunaan SEO serta strategi marketing yang disajikan dapat mampu meningkatkan penjualan, menjangkau pasar lebih luas, mempermudah transaksi dan rekapitulasi penjualan. Diharapkan juga penulisan laporan penelitian ini dapat menjadi acuan referensinuntuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama[5].

## 2. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian mencakup langkah – langkah secara sistematis, penelitian adalah kegiatan untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis dan menyajikan data untuk memberikan solusi atas masalah yang terjadi. Gambar 1 berikut merupakan tahapan yang dilakukan dalam penelitian :



Gambar 1. Tahapan Penelitian

### 2.1 Identifikasi Masalah

- Observasi dilakukan dengan datang langsung ke toko dan mengumpulkan informasi serta mengenali data seperti proses bisnis yang berjalan pada Toko Jaya Aquarium.
- Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pemilik toko sesuai dengan topik yang dibahas. Data yang diperoleh meliputi sistem penjualan, sistem transaksi, dan data yang dapat dikumpulkan seperti nota pembayaran dan data lainnya yang dibutuhkan untuk penelitian.

### 2.2 Perumusan Masalah

Pada tahap rumusan masalah mengacu pada pembahasan mengapa sistem *website E-commerce* yang dibentuk dapat menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan pada Toko Jaya Aquarium.

### 2.3 Analisis Sistem

- Fishbone* diagram digunakan sebagai metode untuk mengetahui sebab dan akibat dari permasalahan yang ada pada toko Jaya Aquarium sehingga dapat diambil sebuah tindakan untuk mengatasi masalah yang telah dirumuskan [6].
- Business Model Canvas* (BMC) yang dikembangkan oleh *Alexander Ostewalder* menjelaskan bahwa BMC memudahkan organisasi bisnis untuk memulai bisnis yang bertujuan untuk memahami sebuah proses bisnis secara lebih luas dan menghasilkan kinerja yang baik [7].

### 2.4 Pembuatan Website

Tahap pembuatan *website* dilakukan dengan merancang model sistem menggunakan *activity* diagram untuk melihat aktifitas pada proses bisnis [8]. Kemudian *Use Case* diagram digunakan untuk penggambaran interaksi antara *actor* dan sistem [9]. Setelah itu pada *website* dilakukan desain dengan menggunakan CMS *WordPress* dan *plugin* yang dibutuhkan untuk mendukung implementasi pada *website* [10].

### 2.5 Pada Penerapan E-Commerce

*Website* yang telah selesai dirancang, diuji untuk melihat kekurangan apa yang perlu diperbaiki agar nantinya *website* dapat digunakan dalam membantu penjualan.

### 2.6 Penulisan Laporan Dan Hasil Penelitian

Ini dilakukan untuk menjadi referensi penelitian berikutnya, dan demi kelancaram penjualan pada *website*, penggunaan SEO dan strategi marketing dibutuhkan untuk menjangkau calon pembeli lebih banyak lagi.

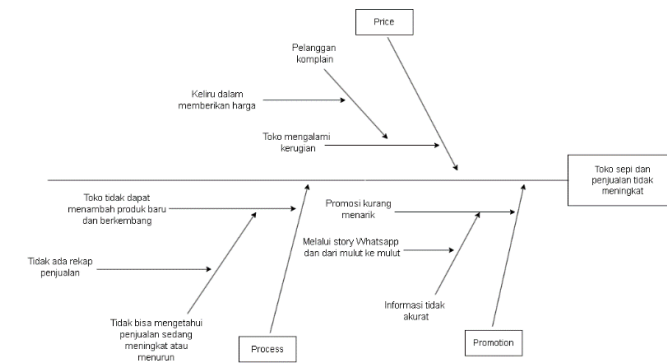
## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Analisis Sistem Berjalan

Pada proses analisis sistem berjalan pada Toko Jaya Aquarium yang sistem penjualannya dimulai dari pembeli datang ke toko, lalu melihat produk kemudian menanyakan harga pada pemilik toko, setelah pemilik toko memberi info harga produk, kemudian pembeli memilih produk yang diinginkan dan menyerahkan ke pemilik toko. Pemilik toko kemudian menghitung total harga dan mencetak nota, pembeli menerima nota dan melakukan pembayaran serta menerima produk yang sudah dibeli.

### 3.2 Analisis Masalah

*Fishbone* diagram merupakan metode untuk menentukan sebab dan akibat dari permasalahan yang ada pada Toko Jaya Aquarium.

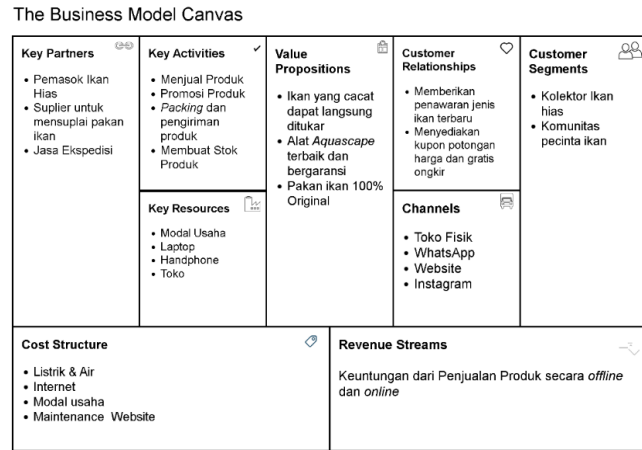


Gambar 2. Fishbone Diagram

Pada gambar 2 dapat dilihat bahwa Toko Jaya Aquarium memiliki permasalahan pada *Price*, *Promotion*, dan *Process*. Yang mana promosi pada toko Jaya Aquarium hanya menggunakan media *story whatsapp* sehingga informasi yang disebar tidak akurat, pada *price* atau harga produk seringkali mengalami kekeliruan dalam memberi harga karena pencatatan harga hanya ditulis pada kertas yang ditempel di etalase Toko, di sistem proses penjualan tidak ada rekapitulasi penjualan yang menyulitkan pemilik toko untuk melihat apakah penjualan pada toko sedang mengalami peningkatan atau penurunan yang nantinya dapat berdampak pada perkembangan Toko. Dari model *Fishbone* diagram ini dibutuhkan sistem seperti apa yang dapat memberikan Solusi untuk permasalahan yang terjadi pada Toko Jaya Aquarium.

### 3.3 Business Model Canvas (BMC)

*Business Model Canvas* (BMC) merupakan metode yang digunakan untuk merancang mengevaluasi dan mengkomunikasikan model bisnis suatu bisnis secara visual serta sebagai kunci untuk membentuk model bisnis. Sehingga dapat membantu melihat lebih akurat usaha yang dijalani atau yang akan dibentuk dengan mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana.

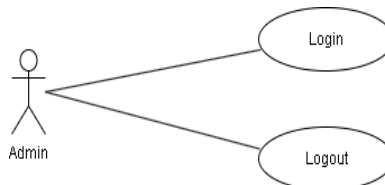


Gambar 3. Business Model Canvas

Pada gambar 3 merupakan konsep sederhana dari Toko Jaya Aquarium, mulai dari *Value Proposition* yang diisi dengan penawaran lebih yang di sajikan oleh toko Jaya Aquarium yakni apabila pelanggan membeli ikan hias jika terdapat kecacatan pada ikan dapat langsung ditukar dengan yang baru, alat *aquascape* terbaik dan bergaransi, produk pakan ikan yang 100% original, pada *Customer Segments* toko Jaya Aquarium adalah kolektor ikan hias dan komunitas pecinta ikan. *Customer Relationships* yang disediakan seperti memberikan penawaran jenis ikan baru kepada pelanggan dan memberikan kupon potongan harga dan gratis ongkir. *Channels* selain dari toko fisik juga menggunakan media seperti *Instagram*, *WhatsApp*, dan situs *Website* yang memuat informasi yang akurat serta mudah diakses dimanapun calon pelanggan berada. *Key Activities* pada Toko Jaya Aquarium adalah menjual produk, promosi produk, *packing* dan pengiriman produk serta membuat stok produk. *Key Resources* adalah modal usaha, laptop, *handphone* dan toko untuk menjalankan bisnis usaha ikan hias. *Key Partners* seperti pemasok ikan hias, *supplier* pakan ikan dan pihak ekspedisi. *Cost Structure* adalah biaya - biaya untuk pengeluaran dalam menjalankan bisnis seperti biaya Listrik dan air, Internet, *maintenance website*, dan modal usaha untuk keperluan stok produk. *Revenue Streams* didapat dari hasil penjualan produk pada Toko dan *website* Jaya Aquarium.

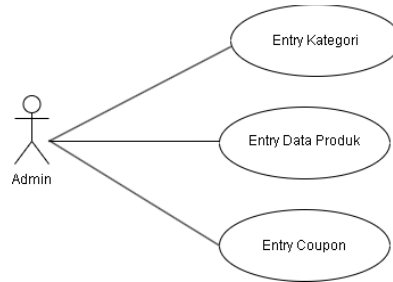
### 3.4 Use Case Diagram

*Use Case* diagram merupakan model untuk menggambarkan hubungan interaksi antara *actor* dengan sistem yang berfungsi untuk mengetahui apa saja dan siapa saja *actor* yang terlibat dalam penggunaan sistem.



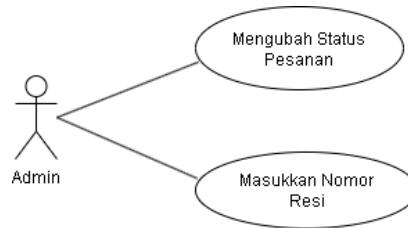
Gambar 4. Use Case Diagram Login dan logout Admin

Pada Gambar 4 merupakan aktifitas awal dan akhir yang dapat dilakukan oleh Admin. *Use Case* dimulai saat Admin membuka *website* Jaya Aquarium, dengan memasukkan *username* dan *password* maka setelah itu Admin akan diarahkan kehalaman *dashboard website* sebagai Admin. Sedangkan untuk *logout* dimulai saat Admin sedang berada di halaman *dashboard website* Jaya Aquarium. Kemudian Admin memilih *icon profil* untuk melakukan *logout* setelah itu sistem memunculkan halaman *login* Kembali.



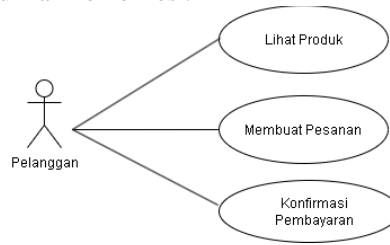
**Gambar 5.** Use Case diagram master admin

Pada Gambar 5 memiliki 3 aktifitas utama yang dilakukan oleh Admin seperti *Entry* kategori, *Entry* data produk dan *Entry coupon*. Dimulai dari admin membuka website Jaya Aquarium lalu masuk ke menu kategori, produk atau *coupon*. Kemudian admin dapat mengisi deskripsi atau informasi sesuai pilihan menu kemudian posting di website.



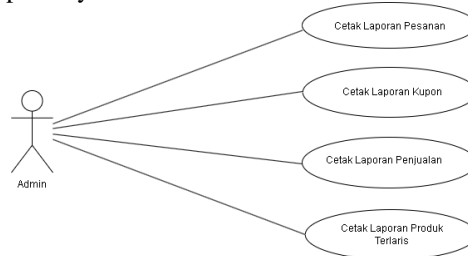
**Gambar 6.** Use Case Diagram Transaksi Admin

Pada Gambar 6 *use case* tersebut menggambarkan aktifitas Transaksi pada Admin yang mana Admin dapat mengubah status pesanan dan memasukkan nomor resi.



**Gambar 7.** Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

Pada Gambar 7 merupakan aktifitas transaksi pelanggan yang mana pelanggan dapat melihat produk, membuat pesanan dan melakukan pembayaran.



**Gambar 8.** Use Case Diagram Cetak Laporan

Pada Gambar 8 merupakan aktifitas yang dilakukan oleh Admin untuk mencetak laporan pesanan, laporan kupon, laporan penjualan dan laporan produk terlaris.

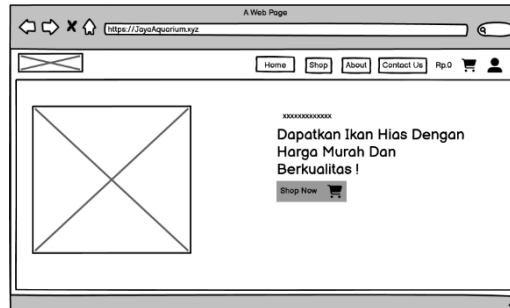
### 3.5 Aturan Bisnis

- Pelanggan wajib mengisi data yang diminta sebelum klik buat pesanan.
- Jam operasional *E-commerce* Toko Jaya Aquarium yaitu jam 8 pagi sampai jam 8 malam.

- c. Nomor telepon dan *email* yang terdaftar dalam proses registrasi di *website* merupakan nomor dan *email* yang masih aktif.
- d. Pemesanan dan pembayaran yang dilakukan akan diproses pada hari yang sama, jika lewat hari tersebut akan diproses pada hari berikutnya.
- e. Proses pembayaran hanya dilakukan melalui *transfer bank* atau *ewallet* yang tertera.

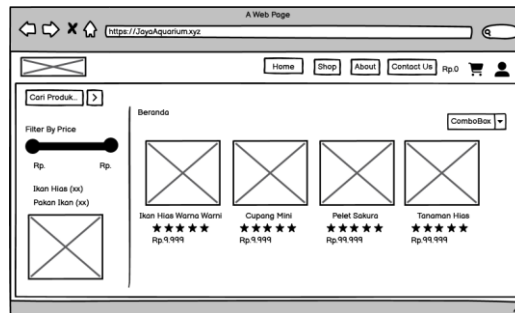
### 3.6 Rancangan Layar

Rancangan layer merupakan tampilan desain yang berguna sebagai antarmuka dengan aplikasi atau sistem. Berikut adalah rancangan layer dari Toko Jaya Aquarium:



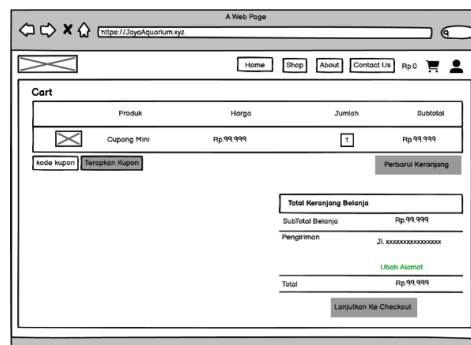
Gambar 9. Rancangan Layar Home

Pada gambar 9 merupakan rancangan layar pada tampilan *home*, pada laman *home* tersebut *website* menampilkan logo dan beberapa menu seperti menu *home*, menu *shop*, menu *about*, menu *contact us*, terdapat juga *icon* keranjang dan *icon people* untuk melihat akun pelanggan. Kemudian dibagian bawah terdapat gambar produk, kalimat atau slogan yang bertujuan menarik pelanggan dan *button* menuju laman toko.



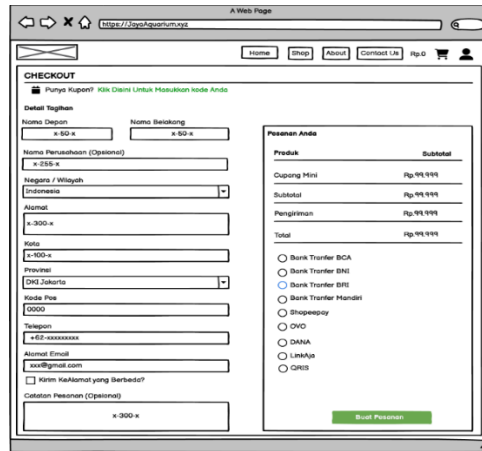
Gambar 10. Rancangan Layar Beranda Produk

Pada gambar 10 merupakan rancangan layar dari tampilan laman toko, laman ini menampilkan semua produk yang dijual.



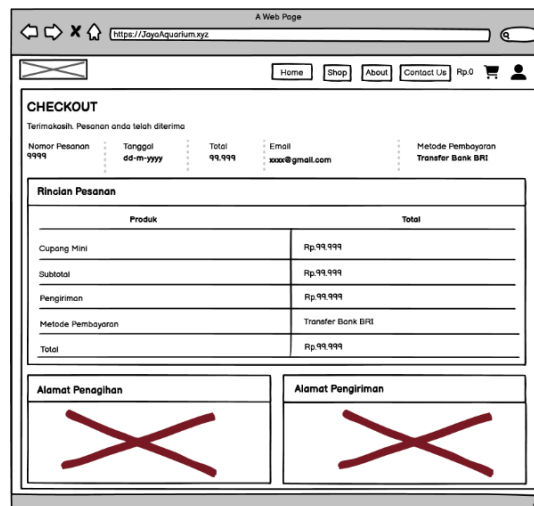
Gambar 11. Rancangan Layar Cart

Pada gambar 11 merupakan tampilan keranjang, yang mana pada laman *website* ini menampilkan produk yang sudah dipilih dan dimasukkan kedalam keranjang oleh pembeli.



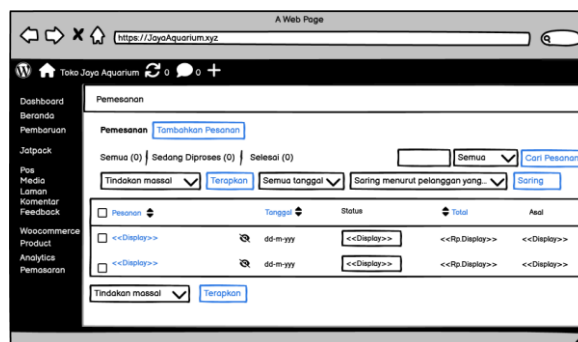
Gambar 12. Rancangan Layar Checkout

Pada gambar 12 adalah rancangan layar pada laman *checkout*, pada laman ini menampilkan *form input text* berupa biodata dari pemesan. Pada bagian sebelah kanan terdapat tampilan pesanan dan beberapa pilihan pembayaran seperti *transfer bank* dan pilihan *e-wallet* lainnya. Terdapat *button* buat pesanan yang berfungsi untuk membuat pemesanan produk dan lanjut ke tahap pembayaran.



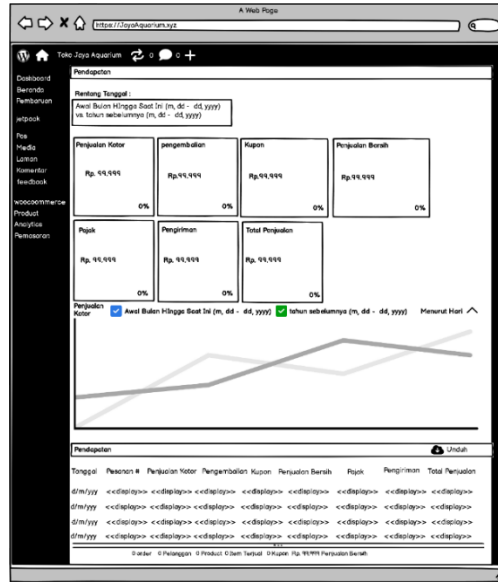
Gambar 13. Rancangan Layar Pesanan Selesai

Pada gambar 13 merupakan rancangan tampilan laman detail pesanan, *website* menampilkan rincian pesanan, terdapat tabel yang berisi nomor pesanan, tanggal pesanan, total pesanan, *email* pemesan dan metode pembayaran yang dipilih. Pada bagian bawah terdapat detail pesanan produk serta alamat penagihan.



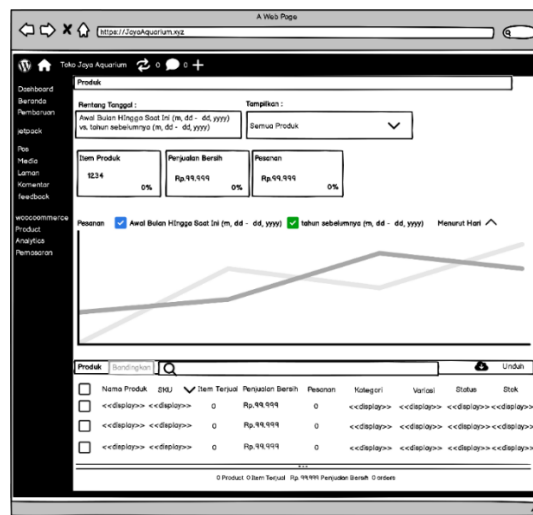
Gambar 14. Rancangan Layar Daftar Pesanan

Pada gambar 14 merupakan rancangan tampilan dari menu daftar pesanan, laman ini menampilkan tabel dengan informasi pesanan yang masuk. Mulai dari data pesanan, tanggal, status dan total. Pada laman ini juga admin dapat mengubah status pesanan.



Gambar 15. Rancangan Layar Laporan Pendapatan

Pada gambar 15 merupakan rancangan pada laporan pendapatan, Admin dapat mencetak laporan pendapatan dengan mengklik unduh kemudian laporan dapat dicetak.



Gambar 16. Rancangan Layar Produk Terlaris

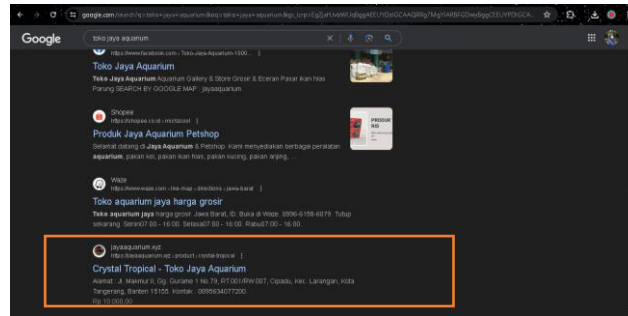
Pada Gambar 16 merupakan rancangan layar produk terlaris yang memuat informasi mengenai item produk, penjualan bersih dan pemasaran, terdapat juga grafik untuk melihat penjualan produk yang paling laris, pada bagian bawah terdapat nama produk, SKU, item terjual, penjualan bersih, pesanan, kategori, variasi, status,



dan stok. Admin juga dapat mencetak laporan penjualan terlaris dengan mengklik unduh kemudian laporan dapat dicetak.

### 3.7 Strategi SEO

SEO digunakan agar *website* terindeks oleh mesin pencari dan berada pada halaman pertama *google*. Berfungsi sebagai mengoptimalkan struktur *website*, Menyusun kata kunci, mengoptimalkan halaman produk dan halaman kategori.



Gambar 17. Screenshot Hasil pencarian diGoogle

Pada gambar 17 yang telah ditandai kotak oranye merupakan hasil pencarian kata kunci pada mesin pencari, dengan menggunakan *plugin* SEO dan pilihan kata kunci yang relevan.

### 3.8 Strategi Marketing

Dengan menggunakan *platform* sosial media seperti *Instagram* kegiatan promosi untuk melakukan penawaran seperti diskon tertentu untuk menarik lebih banyak calon pembeli.



Gambar 18. Profil Instagram Jaya Aquarium

Pada gambar 18 merupakan tampilan dari *Profile Instagram* Jaya Aquarium yang akan memuat informasi terbaru dari Toko Jaya Aquarium serta menjadi media untuk menarik calon pembeli agar mengunjungi *website* Toko Jaya Aquarium.

## 4. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang ditulis dalam laporan ini dengan melakukan identifikasi masalah pada Toko Jaya Aquarium dan metode yang diterapkan dalam penelitian mampu memberikan Solusi dalam penyelesaian masalah, maka dapat disimpulkan :

- Dengan adanya *website E-commerce*, penggunaan SEO dan Strategi marketing seperti penyediaan kupon untuk mendapatkan gratis ongkir.
- Dengan menggunakan *plugin woocommerce* pemilik toko mampu melihat data laporan penjualan produk, laporan pendapatan, laporan kupon dan laporan pesanan sehingga memberikan manfaat dalam melakukan perencanaan dan membuat pengambilan keputusan secara langsung pada toko untuk meningkatkan penjualan, menjangkau calon pembeli lebih banyak dan menambah variasi produk lebih banyak.

- c. Dengan adanya *website E-commerce* informasi data produk dapat tersampaikan dengan jelas dan akurat oleh calon pembeli.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Karena atas kehendaknya penelitian ini dapat berjalan lancar dan memberi kesempatan untuk berbagi ilmu pengetahuan, terimakasih kepada seluruh pihak yang membantu dalam penelitian sehingga penelitian ini dapat terlaksana hingga selesai dan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. Abilawa and D. Anubhakti, "Sistem Penunjang Keputusan dalam Seleksi Pelamar Kerja pada PT. Sinar Agung Mataram dengan Metode Profile Matching," *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, vol. 1, no. 1, pp. 2055–2063, 2022. Available: <http://senafti.budiluhur.ac.id/index.php/senafti/article/view/322>.
- [2] M. F. Kurnianto, K. Kusnadi, and F. N. Azizah, "Usulan Perbaikan Risiko Kecelakaan Kerja Dengan Metode Failure Mode and Effect Analysis (Fmea) Dan Fishbone Diagram," *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, vol. 6, no. 1, p. 18, 2022, doi: 10.31764/jpmb.v6i1.6627.
- [3] A. F. Pratama and A. Diana, "Implementasi E-Commerce Dengan Content Management System Wordpress Menggunakan Woocommerce Pada Hopeandsoles.Id," *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, vol. 4, no. 1, pp. 20–30, 2021, doi: 10.36080/idealis.v4i1.2769.
- [4] C. A. P. Pratama and L. L. Hin, "Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Dalam Meningkatkan Penjualan Tembakau Pada Fuadbako," vol. 1, no. 1, pp. 1669–1677, 2022.
- [5] F. Ristia, A. Diana, and A. Ariesta, "Implementasi E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Menggunakan Content Management System (Cms) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Distro Betawi Boys," *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, vol. 5, no. 1, pp. 30–39, 2022, doi: 10.36080/idealis.v5i1.2867.
- [6] G. Abilawa and D. Anubhakti, "Sistem Penunjang Keputusan dalam Seleksi Pelamar Kerja pada PT. Sinar Agung Mataram dengan Metode Profile Matching," *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, vol. 1, no. 1, pp. 2055–2063, 2022. Available: <http://senafti.budiluhur.ac.id/index.php/senafti/article/view/322>.
- [7] M. F. Kurnianto, K. Kusnadi, and F. N. Azizah, "Usulan Perbaikan Risiko Kecelakaan Kerja Dengan Metode Failure Mode and Effect Analysis (Fmea) Dan Fishbone Diagram," *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, vol. 6, no. 1, p. 18, 2022, doi: 10.31764/jpmb.v6i1.6627.
- [8] A. F. Pratama and A. Diana, "Implementasi E-Commerce Dengan Content Management System Wordpress Menggunakan Woocommerce Pada Hopeandsoles.Id," *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, vol. 4, no. 1, pp. 20–30, 2021, doi: 10.36080/idealis.v4i1.2769.
- [9] C. A. P. Pratama and L. L. Hin, "Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Dalam Meningkatkan Penjualan Tembakau Pada Fuadbako," vol. 1, no. 1, pp. 1669–1677, 2022.
- [10] F. Ristia, A. Diana, and A. Ariesta, "Implementasi E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Menggunakan Content Management System (Cms) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Distro Betawi Boys," *IDEALIS: InDonEsiA Journal Information System*, vol. 5, no. 1, pp. 30–39, 2022, doi: 10.36080/idealis.v5i1.2867.