

## **ANALISIS DAN PERANCANGAN *E-COMMERCE* BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS PADA PABRIK DIMSUM ENAK SRM**

**Riefky Adnan Saputra<sup>1\*</sup>, Muhammad Ainur Rony<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Sistem informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>riefkyadnans@gmail.com, <sup>2</sup>ainur.rony@budiluhur.ac.id  
(\* : corresponding author)

**Abstrak-** Pabrik Dimsum Enak SRM adalah sebuah toko yang menjual berbagai makanan *frozen food* yang terletak di daerah Pamulang, Tangerang Selatan. Toko ini memiliki beberapa permasalahan dalam proses penjualannya dikarenakan media promosi yang dipakai melalui sosial media seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *Whatsapp* masih belum dapat mendatangkan keuntungan yang sesuai dengan target toko dikarenakan kurang diterapkannya strategi promosi yang relevan. Permasalahan yang juga dihadapi Toko Pabrik Dimsum Enak SRM yaitu dalam manajemen penjualan seperti melihat penjualan produk serta ketersediaan stok produk karena proses pencatatan laporan dan stok produk yang masih dilakukan dengan tulis tangan sehingga memunculkan resiko ketidakakuratan. Permasalahan – permasalahan tersebut membuat Pabrik Dimsum Enak SRM mengalami penurunan pada hasil penjualannya. Diperparah juga pasca Covid-19 perilaku pelanggan banyak yang berubah dimana lebih beralih ke toko *online*. Persaingan pada usaha sejenis yang semakin ketat pula mengharuskan Toko Pabrik Dimsum Enak SRM untuk mencari strategi baru dalam penjualannya. Solusi yang ingin diberikan dalam penelitian ini adalah dengan membuatkan *website e-commerce*. Dengan *website e-commerce* pencatatan stok dan laporan sudah akurat karena terotomatisasi oleh sistem. Toko Pabrik Dimsum Enak SRM juga dapat merambah ke dunia bisnis digital yang dimana hal tersebut dapat memperluas cakupan pelanggan. Dengan memiliki *website e-commerce* Toko Pabrik Dimsum Enak SRM mendapatkan kontrol penuh atas semua aktivitas yang terjadi dalam *website* sehingga dapat memaksimalkan performa *website* untuk menaikkan angka penjualan. *Website e-commerce* yang dibuat akan menggunakan *Content Management System (CMS) WordPress* serta *plugin-plugin* yang dapat melengkapi fitur dalam *website*. Dalam penelitian ini menggunakan *Business model canvas (BMC)* untuk menjelaskan model bisnis yang dijalankan pada toko Pabrik Dimsum Enak SRM. Penelitian ini menerapkan teknik pencarian kata kunci dengan menggunakan pendekatan *Search Engine Optimization (SEO)*. Hasil dari penelitian ini adalah *website e-commerce* yang dapat memperluas cakupan pelanggan serta dapat meningkatkan penjualan toko.

**Kata Kunci:** *E-commerce, Content Management System, WordPress, SEO*

## **ANALYSIS AND DESIGN OF *E-COMMERCE* BASED ON WORDPRESS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM AT DIMSUM ENAK SRM FACTORY**

**Abstract-** Pabrik Dimsum Enak SRM is a store that sells various frozen food products located in Pamulang, South Tangerang. The store faces several issues in its sales processes due to promotional media used through social platforms such as *TikTok*, *Instagram*, and *WhatsApp* not achieving the store's target profit, primarily due to the lack of relevant promotional strategies. Another issue faced by Pabrik Dimsum Enak SRM is in sales management, such as monitoring product sales and stock availability, as these records are still manually written, leading to the risk of inaccuracy. These problems have caused a decline in the store's sales performance. This situation has worsened after COVID-19, as customer behavior has shifted towards online stores. The increasing competition in similar businesses also necessitates that Pabrik Dimsum Enak SRM finds new sales strategies. The proposed solution in this research is to develop an e-commerce website. With the e-commerce website, stock and sales records will be accurate as they are automated by the system. Pabrik Dimsum Enak SRM can also expand into the digital business world, broadening its customer base. Owning an e-commerce website gives the store full control over all activities on the website, allowing for optimization of the website's performance to increase sales. The e-commerce website will be built using the *Content Management System (CMS) WordPress* along with plugins that enhance the website's features. This research utilizes the *Business Model Canvas (BMC)* to describe the business model implemented by Pabrik Dimsum Enak SRM. Additionally, the research applies keyword search techniques using the *Search Engine Optimization (SEO)* approach. The result of this research is an e-commerce website that can broaden the customer base and increase the store's sales.

**Keywords:** *E-commerce, Content Management System, WordPress, SEO*

## 1. PENDAHULUAN

*E-commerce* atau *electronic commerce* diartikan sebagai proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet. Keuntungan utama dalam menggunakan *e-commerce* adalah tidak diperlukannya toko fisik karena sudah mengandalkan internet sebagai media utamanya. Pelanggan dapat dengan mudah membeli produk dari lokasi mana saja tanpa dibatasi waktu hanya menggunakan perangkat yang terhubung ke internet. Penjual pun dapat memangkas biaya yang biasanya diperlukan untuk sewa tempat dapat dialihkan untuk kebutuhan yang dapat menaikkan penjualan. Toko Pabrik Dimsum Enak SRM adalah sebuah toko yang menjual berbagai makanan *frozen food* yang terletak di dalam komplek di daerah Pamulang, Tangerang Selatan.

Permasalahan yang dihadapi pada toko Pabrik Dimsum Enak SRM yang berakibat pada penjualannya yaitu, lokasi toko yang tidak strategis dikarenakan terletak di dalam komplek menyebabkan beberapa permasalahan lain seperti aksesibilitas toko yang sulit dan visibilitas toko yang minim dari pelanggan di luar komplek. Pada media promosi yang dipakai melalui seperti *Tiktok*, *Instagram*, dan *WhatsApp* masih belum dapat mendatangkan keuntungan yang sesuai dengan target toko dikarenakan kurang diterapkannya strategi promosi yang relevan. Permasalahan yang juga dihadapi yaitu dalam manajemen penjualan seperti melihat penjualan produk serta ketersediaan stok produk karena proses pencatatan laporan dan stok produk yang masih dilakukan dengan tulisan sehingga memunculkan resiko ketidakakuratan.

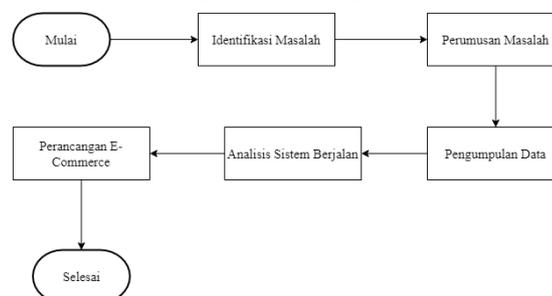
Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang dibahas pada penelitian ini yaitu, penelitian pertama membahas implementasi *e-commerce* menggunakan *Content Management System (CMS) WordPress* pada toko Surya Timur Collection dengan tujuan mempermudah proses penjualan dan dapat mengatasi permasalahan yang terjadi pada toko [1]. Penelitian kedua membahas perancangan *website e-commerce* pada toko Ida Shoes menggunakan metode penelitian *Systems Development Life Cycle (SDLC)* dengan tujuan mempermudah masyarakat dalam membeli barang yang diinginkan tanpa harus datang ke lokasi [2]. Penelitian ketiga membahas perancangan sistem informasi penjualan pada toko Importir Laptop Bandung dengan metode penelitian *Applied Research* dengan tujuan menunjang penjualan dan pengolahan data penjualan serta transaksi yang ada pada toko [3]. Penelitian keempat membahas tentang implementasi *e-commerce* dengan *Content Management System (CMS) OSCommerce* dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan promosi dan penjualan produk pada Toko Cahaya Komputer [4]. Penelitian kelima membahas tentang perancangan sistem *e-commerce* pada Toko A&S menggunakan metode *waterfall* dengan tujuan untuk mempromosikan serta menjual produk dan mempermudah pelanggan untuk membeli produk tanpa harus datang ke toko [5].

Meskipun berbagai penelitian telah menawarkan solusi untuk mempermudah proses penjualan dan promosi melalui platform *e-commerce*, masih terdapat kekurangan dalam beberapa aspek. Sebagian besar solusi tersebut belum memberikan perhatian yang memadai terhadap peningkatan efisiensi dalam pembuatan laporan penjualan dan belum sepenuhnya mengoptimalkan jangkauan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengatasi kekurangan tersebut dengan merancang sebuah situs web *e-commerce* yang tidak hanya mempermudah proses penjualan dan promosi, tetapi juga mampu meningkatkan efisiensi dalam pembuatan laporan serta memperluas jangkauan pelanggan.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Dibawah ini adalah langkah-langkah tahapan penelitian yang dilakukan :



Gambar 1. Diagram Alir Tahapan Penelitian

Berdasarkan diagram alir tahapan penelitian pada gambar 1 berikut penjelasan mengenai setiap tahapannya:

a. Identifikasi Masalah

Tahap ini bertujuan untuk memahami secara mendalam permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh toko Pabrik Dimsum Enak SRM.

b. Perumusan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah, penulis dapat memperoleh rumusan masalah untuk menentukan solusi terhadap masalah yang ada pada toko yaitu merancang sebuah *website e-commerce*.

c. Pengumpulan Data

Pada tahap ini, penulis mewawancarai pemilik Toko Pabrik Dimsum Enak SRM mengenai masalah dan data yang diperlukan, kemudian melakukan observasi langsung untuk memahami proses bisnis. Selanjutnya, dilakukan analisis dokumen untuk mengumpulkan data relevan, serta studi literatur untuk membandingkan penelitian sebagai acuan sistem yang dibuat. Analisis sistem berjalan

Tahapan dalam menganalisis sistem berjalan dalam penelitian ini yaitu:

1) Pemodelan *Unified Markup Language* (UML) diagram

UML diagram adalah bahasa untuk menspesifikasi, memvisualisasi, membangun, dan mendokumentasikan *artifact* dari sistem perangkat lunak, seperti pada pemodelan bisnis dan sistem non perangkat lunak lainnya [6]. Pemodelan UML diagram yang digunakan dalam penelitian ini seperti *use case diagram* dan *activity diagram*.

2) Analisis model bisnis menggunakan *Business model canvas* (BMC)

BMC merupakan sebuah *tools* yang dapat digunakan untuk memetakan suatu bisnis dengan sembilan elemen untuk mengetahui permasalahan dengan mudah dan dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi suatu bisnis [7]. Dengan menggunakan BMC penulis mendapatkan tolak ukur dalam perbaikan bisnis, pengembangan strategi bisnis, pemenuhan kebutuhan pelanggan, serta efektivitas proses bisnis.

d. Analisis masalah menggunakan *Fishbone Diagram*

*Fishbone Diagram* adalah salah satu metode untuk menganalisis suatu masalah atau kondisi, terkadang diagram ini sering disebut diagram sebab-akibat atau *cause effect* diagram [8]. Pada tahapan ini analisis melibatkan identifikasi penyebab utama permasalahan yang terjadi dengan menggunakan faktor-faktor yang terlibat dalam permasalahan.

e. Perancangan *E-commerce*

Tahapan perancangan sistem *e-commerce* pada penelitian ini yaitu:

1) *Hosting* dan *Domain*

Pada penelitian ini *Hostinger* dipilih sebagai penyedia layanan *Hosting* dikarenakan reputasi yang baik serta performa yang tinggi. *Domain* yang digunakan adalah [www.dimsumenaksrm.store](http://www.dimsumenaksrm.store), dengan ekstensi *.store* agar lebih memiliki relevansi pada produk yang dijual serta strategi bisnis yang diterapkan.

2) Rancangan *User Interface* (UI)

Rancangan UI dibuat menggunakan *tools Figma* untuk menghasilkan *wireframe*. *Wireframe* membantu dalam memvisualisasikan tata letak dan fungsi dasar dari halaman *website e-commerce*.

3) *Content Management System* (CMS)

CMS merupakan sebuah aplikasi yang dapat dimanfaatkan dalam mengelola berbagai metode yang berhubungan dengan *web publishing* [9]. Alasan dipilihnya CMS *WordPress* karena menawarkan fleksibilitas tinggi, kemudahan pengguna, serta dukungan *plugin* dan tema yang beragam.

4) *Plugin - plugin*

Pada penelitian ini beberapa *plugin* utama yang digunakan, seperti *WooCommerce* untuk mengubah *WordPress* menjadi sistem *e-commerce*, *Xendit* untuk pembayaran, *Woongkir* untuk pengiriman, dan *Yoast SEO* untuk optimalisasi SEO situs web *e-commerce*. *Search Engine Optimization* (SEO) adalah sebuah upaya mempopulerkan situs secara gratis dengan menggunakan teknik-teknik khusus untuk mengoptimalkan performa situs di halaman hasil pencarian *search engine* populer [10].

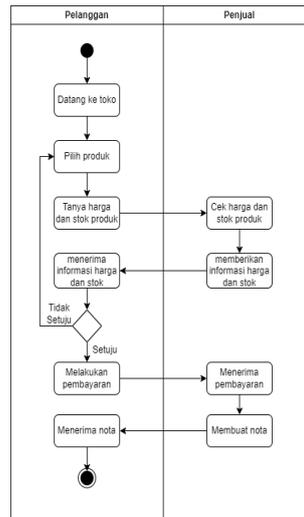
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Sistem Berjalan

Pada Toko Pabrik Dimsum Enak SRM produk dapat dibeli via *offline* dengan datang langsung ke toko ataupun via *online* dengan memesan via *Whatsapp*.

a. Proses Pemesanan Via *Offline*

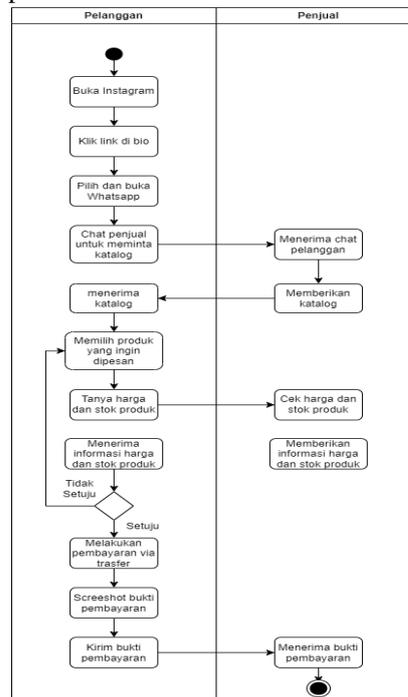
Pada Gambar 2 dijelaskan proses pemesanan offline di toko. Pelanggan datang, memilih produk, dan menanyakan harga serta stok kepada penjual. Penjual memeriksa dan memberikan informasi tersebut. Jika setuju, pelanggan membayar, dan penjual menyerahkan nota. Jika tidak setuju, pelanggan memilih produk lain.



Gambar 2. Activity diagram pemesanan via *offline*

b. Proses Pemesanan Via *Online*

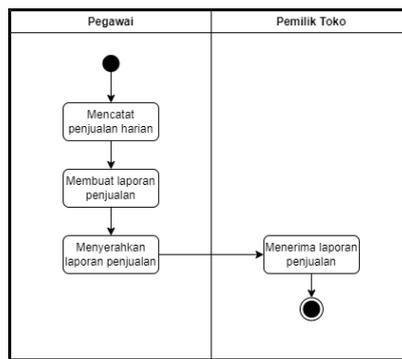
Pada Gambar 3 dijelaskan proses pemesanan online. Pelanggan membuka Instagram, mengklik link di bio untuk membuka WhatsApp, dan mengirim chat untuk meminta katalog. Setelah memilih produk, pelanggan menanyakan harga dan stok. Penjual memberikan informasi tersebut. Jika setuju, pelanggan membayar via transfer bank dan mengirim bukti pembayaran. Proses selesai setelah penjual menerima bukti. Jika tidak setuju, pelanggan memilih produk lain.



Gambar 3. Activity diagram pemesanan via *online*

c. Proses Laporan

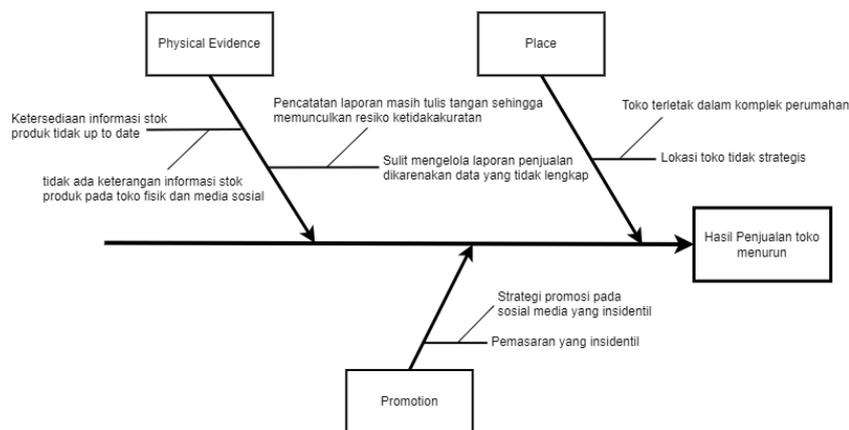
Pada gambar 4 dijelaskan proses pencatatan laporan, dimulai dari pegawai mencatat transaksi penjualan harian dan membuat laporan penjualan harian. Setelah selesai, laporan diserahkan kepada pemilik toko.



Gambar 4. Activity diagram laporan

### 3.2 Analisis Masalah

#### 3.2.1 Fishbone Diagram



Gambar 5. Fishbone Diagram

Pada gambar 5 terdapat analisis masalah pada toko Pabrik Dimsum Enak SRM menggunakan *Fishbone Diagram* dengan terdiri dari beberapa kategori permasalahan yaitu *Place*, *Promotion*, *Physical Evidence*. Pada kategori *Place* masalah utama disebabkan oleh lokasi toko yang tidak strategis. Kemudian pada kategori *Promotion* masalah utama disebabkan karena pemasaran yang insidental. Terakhir pada kategori *Physical Evidence* penyebab utama permasalahan dikarenakan ketersediaan informasi stok produk tidak *up to date* dan sulitnya mengelola laporan penjualan dikarenakan data yang tidak lengkap.

#### 3.2.2 Business model canvas (BMC)

Pada gambar 6 terdapat BMC yang menjelaskan model bisnis pada toko Pabrik Dimsum Enak SRM. Terdapat 9 elemen pada BMC dimulai dari *value propositions*, yang ditawarkan pada toko seperti produk *frozen food* yang halal, produk *frozen food* yang orisinal dan berkualitas, menyediakan produk yang bervariasi, proses pemesanan yang lebih efisien karena menggunakan sistem, pembayaran *online* yang bervariasi. Kemudian *customer segments* toko diantaranya pelanggan yang mencari makanan praktis, pelanggan yang gemar berbelanja makanan via *online*, dan reseller *frozen food*. Pada *customer relationship* di toko akan diadakan program diskon secara berkala dan program kupon bagi pengguna baru. Untuk *channels* yang digunakan pada toko yaitu *website e-commerce*, Whatsapp, Instagram, Tiktok, dan Shopee. *Key resources* pada toko diantaranya pegawai toko, *website e-commerce* media sosial untuk promosi, perlengkapan produksi. Untuk *key activities* yang ada pada toko diantaranya proses produksi produk, proses pengemasan produk, pengiriman produk kepada pelanggan, melayani pelanggan melalui *offline* dan sosial media, promosi melalui sosial media, dan manajemen stok produk. *Key partner* yang dipakai pada toko yaitu pemasok bahan baku, penyedia layanan pengiriman, dan penyedia layanan *Hosting*. *Cost structure* yang terdapat pada toko diantaranya gaji pegawai, biaya *Hosting* dan *Domain*, biaya operasional toko dan biaya pembelian bahan baku. *Revenue streams* yang didapat toko adalah dari penjualan via *offline* dan penjualan via *online*.

Business Model Canvas				
Key Partner	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemasok bahan baku</li> <li>- Penyedia layanan pengemasan</li> <li>- Penyedia layanan hosting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proses produksi produk</li> <li>- Proses pengemasan produk</li> <li>- Pengiriman produk kepada pelanggan</li> <li>- Melayani pelanggan melalui offline dan sosial media</li> <li>- Promosi melalui sosial media</li> <li>- Manajemen stok produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk frozen food yang halal</li> <li>- Produk frozen food yang orisinal dan berkualitas</li> <li>- Menyediakan produk frozen food yang bervariasi</li> <li>- Proses pemesanan yang lebih efisien karena menggunakan sistem pembayaran online yang bervariasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Program diskon secara berkala</li> <li>- Program kupon bagi pengguna baru</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelanggan yang mencari makanan praktis</li> <li>- Pelanggan yang gemar berbelanja makanan via online</li> <li>- Reseller frozen food</li> </ul>
<b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pegawai toko</li> <li>- Website e-commerce</li> <li>- Media sosial untuk promosi</li> <li>- Perlengkapan produksi</li> </ul>		<b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Website e-commerce dimsum enak SRM</li> <li>- Whatsapp</li> <li>- Instagram</li> <li>- Tiktok</li> <li>- Shopee</li> </ul>		
<b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gaji Pegawai</li> <li>- Biaya Hosting &amp; domain</li> <li>- Biaya operasional toko</li> <li>- Biaya pembelian bahan baku</li> </ul>			<b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penjualan via offline</li> <li>- Penjualan via online</li> </ul>	

Gambar 6. Business model canvas

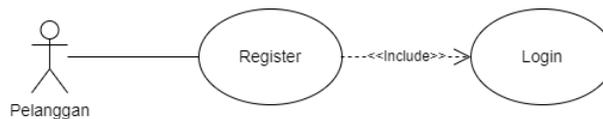
### 3.3 Use case diagram

Pada penelitian ini terdapat tiga *use case diagram* yaitu *use case* master, *use case* transaksi, dan *use case* laporan

#### a. Use case diagram master

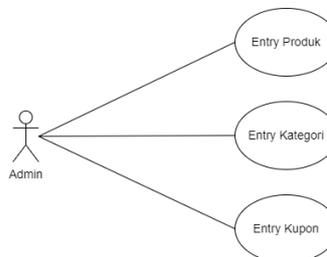
Terdapat dua *user* pada *use case diagram* master di toko Pabrik Dimsum Enak SRM. Berikut *use case diagram* master pada toko Pabrik Dimsum Enak SRM dapat dilihat pada gambar 7 dan gambar 8:

##### 1) User Pelanggan



Gambar 7. Use case master pelanggan

##### 2) User Admin

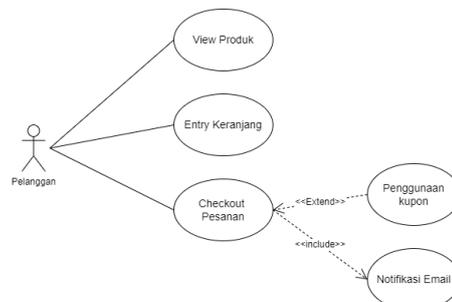


Gambar 8. Use case master admin

#### b. Use case diagram transaksi

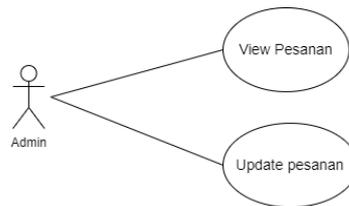
Pada *use case diagram* transaksi terdapat dua *user* yaitu *user* pelanggan dan *user* admin. Berikut *use case diagram* transaksi pada toko Pabrik Dimsum Enak SRM dapat dilihat pada gambar 9 dan gambar 10.

##### 1) User Pelanggan



Gambar 9. Use case transaksi pelanggan

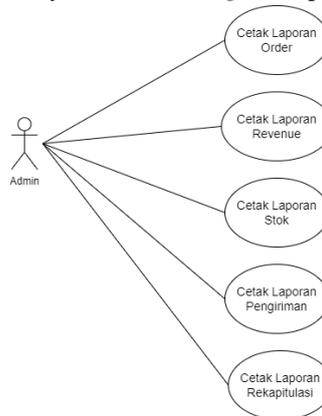
2) *User admin*



**Gambar 10.** *Use case* transaksi admin

c. *Use case diagram* laporan

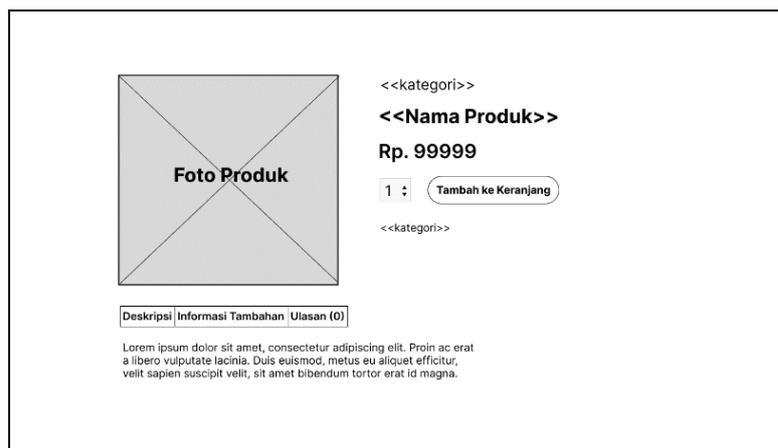
Pada *use case diagram* laporan di toko Pabrik Dimsum Enak SRM hanya terdapat *user* dari sisi admin karena hanya admin yang bisa mengaksesnya. *Use case diagram* laporan dapat dilihat pada gambar 11:



**Gambar 11.** *Use case* laporan

### 3.4 Rancangan layar

Pada gambar 12 ditampilkan rancangan layar dari halaman detail menu yang dimana pada menu ini pelanggan dapat melihat deskripsi produk, harga, sisa stok produk, dan informasi tambahan yang ingin diketahui dari produk.



**Gambar 12.** Rancangan layar detail produk

Pada gambar 13 terdapat rancangan layar dari laporan pemesanan. Setiap pemesanan yang dilakukan oleh pelanggan akan langsung terdata secara otomatis pada laporan ini. Pada laporan ini admin juga dapat melihat data laporan berdasarkan periode waktu yang diinginkannya.

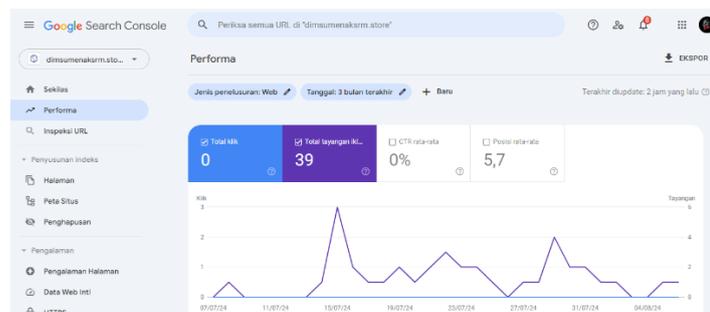


Gambar 13. Rancangan layar laporan pemesanan

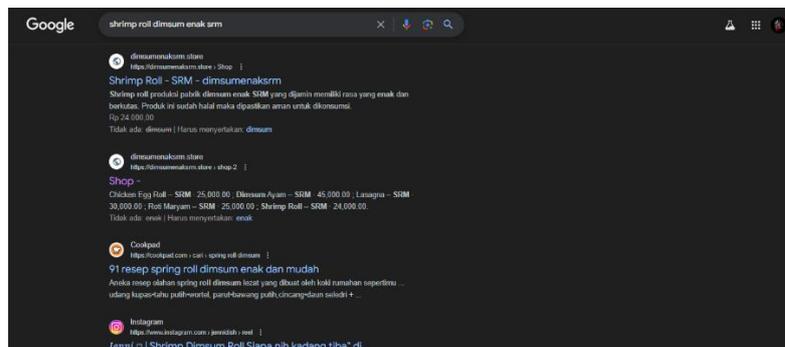
### 3.5 Strategi SEO

#### 3.5.1 Teknik SEO On-page

Pada teknik ini hal pertama yang dilakukan adalah dengan menginstal *plugin* Yoast SEO untuk dijadikan media utama dalam penerapan SEO. *Plugin* ini menyediakan panduan untuk meningkatkan SEO pada *website* seperti frasa kata kunci, judul SEO, slug, dan deskripsi Meta. Termasuk juga menyediakan XML *sitemap website e-commerce* untuk dapat dilakukan pengindeksan oleh Google Search Console. Pada gambar 13 dapat terlihat *screenshot* dari tampilan performa *website* Google Search Console.



Gambar 14. Performa website pada google search console



Gambar 15. Hasil pencarian produk shrimp roll

Kemudian pada gambar 14 dapat terlihat hasil pencarian dari salah satu produk dari toko pada *search engine Google*.

### 3.5.2 Teknik SEO Off-page

Pada teknik SEO *off-page* disematkan link *website e-commerce* pada sosial media yang dimiliki Pabrik Dimsum Enak SRM. Dengan teknik ini dapat meningkatkan *traffic* kunjungan ke *website* dari pelanggan yang mengunjungi sosial media. Pada gambar 15 dapat terlihat penyematan link *website e-commerce* pada sosial media Instagram Pabrik Dimsum Enak SRM.



Gambar 16. Instagram Pabrik Dimsum Enak SRM

## 3.6 Strategi Marketing

Terdapat dua strategi pemasaran yang digunakan pada Pabrik Dimsum Enak SRM, yaitu:

a. Penguatimalan konten sosial media

Pada sosial media yang dimiliki toko langkah pengoptimalan yang dilakukan seperti konten dengan *caption* informatif dan persuasif, menambahkan *hashtag* khusus, serta meningkatkan rutinitas interaksi dengan membuat *story* apun membalas komentar pada setiap postingan. Langkah-langkah tersebut bertujuan untuk menargetkan dan memperoleh target pelanggan yang tepat agar dapat menciptakan dorongan bagi pelanggan untuk memberi keuntungan pada toko.

b. Penerapan Kupon

Pada *website e-commerce* toko akan disertakan kupon bagi pelanggan baru yang pertama kali membeli produk pada *website*. Kupon ini dapat membantu dalam menarik pelanggan baru serta menjaga loyalitas pelanggan.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pemanfaatan *website e-commerce* dapat berpotensi untuk meningkatkan penjualan pada Pabrik Dimsum Enak SRM. Dengan pelanggan berinteraksi langsung dengan sistem tanpa perlu dibutuhkannya manusia untuk dijadikan fasilitator membuat proses pemesanan menjadi lebih efisien. Proses pemasaran pada *website e-commerce* membantu dalam meningkatkan jumlah pelanggan menggunakan unsur pemasaran dengan teknik – teknik SEO, sehingga dapat memperluas jangkauan pelanggan. Keuntungan lainnya yang didapatkan toko Pabrik Dimsum Enak SRM adalah disediakan fitur untuk melihat serta mengelola laporan penjualan serta laporan – laporan spesifik lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Ramadhan and L. Fajarita, "IMPLEMENTASI RANCANGAN *E-COMMERCE* PADA SURYA TIMUR COLLECTION DENGAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* (CMS)," *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, vol. 3, no. 1, Jan. 2020, doi: 10.36080/idealism.v3i1.1508.

- [2] M. Dody Firmansyah, “Perancangan Web *E-commerce* Berbasis *Website* pada Toko Ida Shoes,” *Journal of Information System and Technology*, vol. 04, no. 01, pp. 361–372, 2023.
- [3] S. Santosa and H. Ismaya, “PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS PADA TOKO IMPORTIR LAPTOP BANDUNG,” *Jurnal. Bandung: Politeknik Pos Indonesia*, vol. 11, no. 1, 2021.
- [4] V. Ramadhanti, “IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* DENGAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* (CMS) OSCOMMERCE PADA SITUS PENJUALAN (Studi Kasus : Toko Cahaya Komputer),” *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, vol. 1, no. 1, pp. 58–64, 2020, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika>
- [5] F. Alfiah, R. Tarmizi, and A. A. Junidar, “PERANCANGAN SISTEM *E-COMMERCE* UNTUK PENJUALAN PAKAIAN PADA TOKO A&S,” *Innovative Creative and Information Technology*, vol. 6, 2020.
- [6] N. Musthofa and M. A. Adiguna, “Perancangan Aplikasi *E-commerce* Spare-Part Komputer Berbasis Web Menggunakan CodeIgniter Pada Dhamar Putra Ccomputer Kota Tangerang,” *OKTAL : Jurnal Ilmu Komputer dan Science*, vol. 1, no. 03, 2022, [Online]. Available: <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/oktal>
- [7] N. Maisari, Musbikhin, and Karmuji, “MODEL PENGEMBANGAN BISNIS TOSERBA SUNAN DRAJAT MELALUI PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*,” *Al-Muzdahir : Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 05, no. 01, 2023, doi: 10.55352/ekis.
- [8] Y. A. Sujarwo and A. Ratnasari, “Aplikasi Reservasi Parkir Inap Menggunakan Metode *Fishbone Diagram* dan QR-Code,” *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, vol. 9, no. 3, pp. 302–309, Aug. 2020, doi: 10.32736/sisfokom.v9i3.808.
- [9] A. T. Arsanto, “PERANCANGAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* (CMS) PADA LABORATORIUM FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN DENGAN FRAMEWORK CakePHP,” *JR : Jurnal Responsive Teknik Informatika*, vol. 5, no. 02, pp. 1–9, Dec. 2021, doi: 10.36352/jr.v5i02.273.
- [10] S. Sukri and Z. Zulfikar, “Mendapatkan Peringkat Terbaik *Website* Pada Search Engine Dengan Metode *Search Engine Optimization* (SEO),” *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi*, vol. 4, no. 3, 2021.