

IMPLEMENTASI SISTEM PENJUALAN BERBASIS *E-COMMERCE* MENGUNAKAN *PLUGIN WOOCOMMERCE* PADA PT. ALKA PASIFIK AIR

Julius Fajar Bagaskara^{1*}, Grace Gata², Bima Cahya Putra³, Agnes Aryasanti⁴

^{1,2,3,4}Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, Indonesia

Email: ^{1*}2012500746@student.budiluhur.ac.id, ²grace.gata@budiluhur.ac.id, ³bimo.cahyoputro@budiluhur.ac.id,
⁴agnes.aryasanti@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak-Dalam era digital yang terus berkembang, teknologi informasi telah menjadi faktor penting dalam mendukung kegiatan bisnis. Perkembangan kegiatan bisnis yang dijalankan di berbagai platform e-commerce telah memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian kapan pun dan di mana pun. PT. Alka Pasifik Air, sebuah perusahaan yang bergerak dalam penjualan alat-alat dan bahan kimia untuk kebutuhan kolam renang, menghadapi tantangan dalam mengelola data penjualan, pembelian, persediaan, dan pelaporan keuangan secara efisien. Proses bisnisnya belum memanfaatkan teknologi informasi, sehingga menyebabkan rendahnya efisiensi operasional dan keterbatasan jangkauan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan sistem informasi penjualan berbasis e-commerce menggunakan *Content Management System (CMS) WooCommerce*. Metode yang digunakan berupa analisis *Business Model Canvas (BMC)* serta analisis masalah pada penelitian ini menggunakan *Fishbone Diagram*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya sistem e-commerce berbasis *WooCommerce* dapat mengatasi permasalahan yang ada dengan menyediakan fitur pengelolaan produk, keranjang belanja, proses pembayaran, status pesanan, dan pengelolaan pelanggan. Sistem ini juga memberikan dukungan strategi pemasaran online melalui *Search Engine Optimization (SEO)*. Penerapan sistem e-commerce berbasis *WooCommerce* pada PT. Alka Pasifik Air memberikan dampak positif yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar pada mesin pencari *google*, serta mengoptimalkan pengelolaan pelanggan dan proses penjualan melalui integrasi digital. Selain itu, strategi SEO yang diterapkan berpotensi meningkatkan *visibilitas online* perusahaan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan daya saing di pasar.

Kata Kunci: *Content Management System, e-commerce, PT. Alka Pasifik Air, SEO*

IMPLEMENTATION OF AN *E-COMMERCE* SALES SYSTEM USING THE *WOOCOMMERCE* PLUGIN AT PT. ALKA PASIFIK AIR

Abstract-In the continuously evolving digital era, information technology has become a crucial factor in supporting business activities. The development of business activities carried out on various e-commerce platforms has enabled consumers to make purchases anytime and anywhere. PT. Alka Pasifik Air, a company engaged in the sale of tools and chemicals for swimming pool needs, faces challenges in managing sales data, purchases, inventory, and financial reporting efficiently. Its business processes have not yet utilized information technology, resulting in low operational efficiency and limited market reach. This research aims to design and implement an e-commerce-based sales information system using the *Content Management System (CMS) WooCommerce*. The methods used include a *Business Model Canvas (BMC)* analysis and problem analysis using the *Fishbone Diagram*. The research results show that the *WooCommerce*-based e-commerce system can solve existing problems by providing features for product management, shopping carts, payment processes, order status, and customer management. This system also supports online marketing strategies through *Search Engine Optimization (SEO)*. The implementation of the *WooCommerce*-based e-commerce system at PT. Alka Pasifik Air has a positive impact that can increase operational efficiency, expand market reach on *Google* search engines, and optimize customer management and sales processes through digital integration. Additionally, the *SEO* strategy applied has the potential to enhance the company's online visibility, ultimately leading to increased sales and competitiveness in the market.

Keywords: *Content Management System, e-commerce, PT. Alka Pasifik Air, SEO*

1. PENDAHULUAN

E-commerce adalah kegiatan membeli, menjual, atau menukar barang secara elektronik atau langsung (perdagangan langsung), dengan memanfaatkan jaringan internet melalui situs web yang menyediakan manajemen perdagangan dan transportasi serta data transaksi pengiriman [1]. Teknologi ini memungkinkan interaksi antara penjual dan pembeli melalui jaringan komputer secara *online* dalam transaksi bisnis elektronik. *E-commerce* semakin populer karena memungkinkan konsumen berbelanja dengan mudah dari mana saja dan kapan saja. *E-*

commerce telah mengubah cara kita berbelanja dan berbisnis, menciptakan peluang baru bagi bisnis dan konsumen di seluruh dunia [2]. Seiring dengan perkembangan teknologi yang cepat, penggunaan internet telah mengubah dan akan terus mengubah seluruh aspek kehidupan saat ini dan di masa depan [3]. *Content Management System* (CMS) adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengelola, mengubah, dan mempublikasikan konten di situs web tanpa memerlukan pengetahuan tentang pemrograman web [4]. *WooCommerce* adalah salah satu *plugin* yang tersedia untuk *WordPress* dan sangat populer digunakan [5]. *Unified Modeling Language* (UML) adalah sebuah bahasa pemodelan perangkat lunak yang distandarisasi, digunakan sebagai alat untuk membuat cetak biru (*blueprint*) perangkat lunak [6].

PT. Alka Pasifik Air merupakan sebuah usaha kecil dan menengah (UKM) yang bergerak dalam bidang jual beli alat-alat dan bahan kimia untuk kebutuhan kolam renang. Dalam hal ini PT. Alka Pasifik Air belum memanfaatkan secara maksimal teknologi informasi yang digunakan dalam proses bisnisnya. PT. Alka Pasifik Air, baru memanfaatkan *WhatsApp* sebagai media promosi dan transaksi antar pihak mitranya (hotel, apartemen, perumahan, dsb). Proses bisnis sehari-hari yang dilakukan PT. Alka Pasifik Air, mulai dari promosi produk, jual beli peralatan, hingga penjualan bahan kimia antara pelanggan dan toko, masih berjalan seperti biasa, pencatatan pendapatan dan pengeluaran masih dilakukan secara pembukuan. Informasi produk yang dijual juga tidak lengkap sehingga mungkin saja terjadi kesalahan dalam penggunaan produk yang dibeli.

Tujuan penelitian ini, untuk membuat sistem penjualan perusahaan berbasis *e-commerce* dengan menggunakan *Content Management System* (CMS) *WooCommerce* yang dapat memberikan dukungan sistem penjualan PT. Alka Pasifik Air yang efektif dan efisien. Menggunakan *Content Management System* (CMS) *WooCommerce* untuk membuat *website e-commerce* dan menerapkan *Unified Modelling Language* (UML) yang mencakup diagram aktivitas untuk menggambarkan proses bisnis saat ini dan yang diusulkan, dan *diagram use case* untuk menganalisis kebutuhan sistem yang diperlukan. Penelitian ini juga berfokus pada penerapan strategi SEO yang digunakan pada mesin pencari *google*.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

Tujuan pengumpulan data adalah untuk memperoleh informasi yang diperlukan bagi perencanaan sistem untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Selain itu, data akan dikumpulkan sebagai bagian dari penelitian ini, yaitu :

a. Studi Literatur

Pada studi literatur dilakukan untuk mencari data yang sesuai dengan topik yang diteliti pada jurnal dari penelitian-penelitian sebelumnya.

b. Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengamati secara langsung di PT. Alka Pasifik Air yang berlokasi di Jalan Utama II, Pondok Karya, Pondok Aren, Tangerang Selatan. Kegiatan yang dilakukan antara lain dengan mengamati aktivitas penjualan di PT. Alka Pasifik Air dan pengenalan jam operasional toko, yaitu dari pukul 09:00 hingga 17:00 WIB.

c. Wawancara

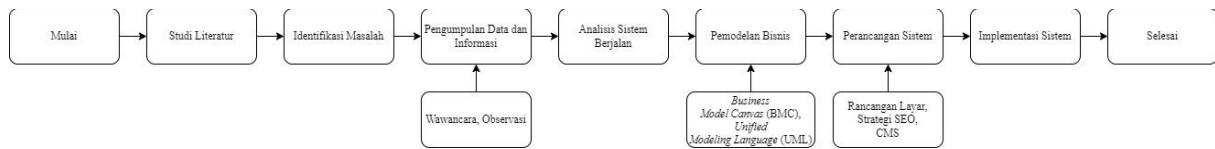
Pada bagian wawancara pengumpulan data dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan kepada pemilik PT. Alka Pasifik Air mengenai sistem penjualan yang berjalan di toko tersebut. PT. Alka Pasifik Air telah menjalankan kegiatan jual beli sejak tahun 2020 disaat adanya pandemi Covid-19. Seiring waktu dan dengan bertambahnya produk yang dijual, PT. Alka Pasifik Air mulai memanfaatkan media sosial seperti *WhatsApp* sebagai media promosi.

d. Dokumentasi

Pengumpulan data dan dokumentasi yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan topik penelitian dari tempat riset. Dokumen-dokumen tersebut hanya berkaitan dengan topik yang digunakan untuk analisis data.

2.2 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian merupakan langkah-langkah menyeluruh atau alur yang diikuti untuk menyelesaikan penelitian dari awal sampai akhir, yang menciptakan sebuah hasil pada penelitian yang sedang diteliti. Setiap tahap mempunyai tujuan dan fungsi tertentu untuk memastikan bahwa penelitian dilakukan secara terstruktur dan menghasilkan hasil yang valid dan dapat diandalkan. Berikut tahapan penelitian yang terdapat pada Gambar 1.



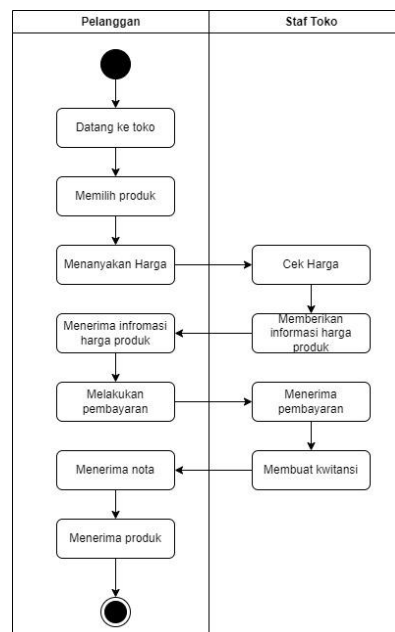
Gambar 1. Tahapan Penelitian

Flowchart ini menggambarkan tahapan dalam pengembangan sistem informasi, dimulai dari studi literatur untuk mengidentifikasi masalah, dilanjutkan dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Setelah itu, analisis sistem berjalan dilakukan untuk memahami kekurangan sistem yang ada, diikuti oleh pemodelan bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Unified Modeling Language* (UML). Selanjutnya, perancangan sistem mencakup desain layar, strategi SEO, dan CMS, yang kemudian diimplementasikan. Proses ini diakhiri dengan tahap penyelesaian setelah sistem berhasil diterapkan dan berfungsi sesuai kebutuhan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

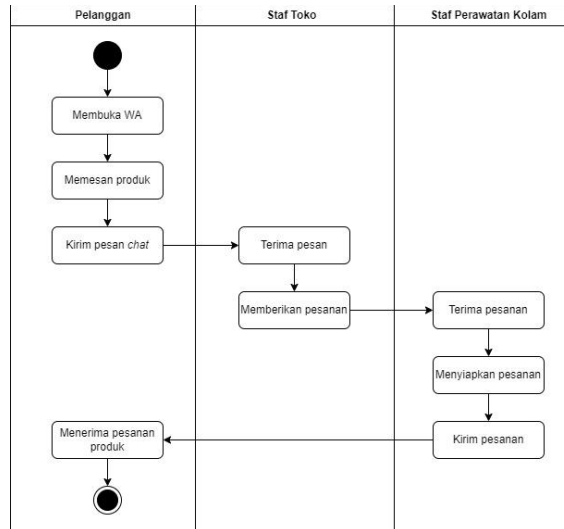
3.1 Analisis Proses Sistem Berjalan

Activity Diagram adalah diagram yang digunakan untuk menggambarkan alur berbagai aktivitas dalam sistem yang dirancang [7]. Setiap aktivitas adalah operasi dari beberapa kelas dalam sistem yang menyebabkan perubahan keadaan sistem [8]. Analisis sistem berjalan di PT. Alka Pasifik Air dijelaskan menggunakan *Activity Diagram*.



Gambar 2. Activity Diagram Proses Penjualan

Pada Gambar 2 merupakan diagram proses penjualan yang menggambarkan alur proses bisnis antara pelanggan dan staf toko dalam konteks pembelian produk. Pelanggan datang ke toko, memilih produk, dan menanyakan harga kepada staf toko. Staf toko kemudian memeriksa harga dan memberikan informasi harga produk kepada pelanggan. Setelah menerima informasi harga, pelanggan melakukan pembayaran yang diterima oleh staf toko. Staf toko membuat kuitansi dan menyerahkannya kepada pelanggan, yang kemudian menerima nota serta produk yang dibelinya. Proses ini menggambarkan interaksi yang sistematis dan terstruktur antara pelanggan dan staf toko dalam transaksi pembelian produk.

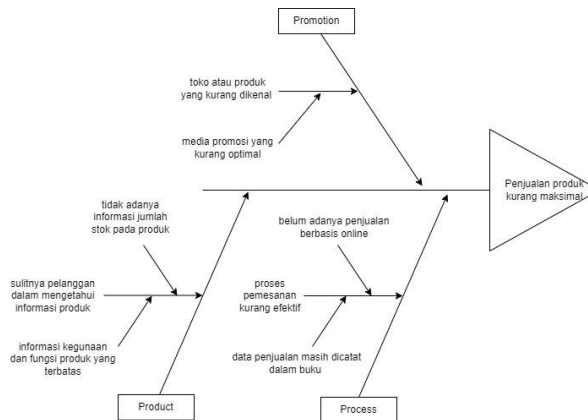


Gambar 3. Activity Diagram Proses Pemesanan WA

Pada Gambar 3 merupakan diagram alur kerja yang mengilustrasikan proses pemesanan produk melalui *WhatsApp*. Pelanggan memulai dengan membuka *WhatsApp* dan memesan produk, kemudian mengirim pesan *chat* ke staf toko. Staf toko menerima pesan tersebut dan memberikan pesanan kepada staf perawatan kolom. Staf perawatan kolom menerima pesanan, menyiapkan produk, dan mengirimkan produk tersebut kembali ke staf toko. Akhirnya, staf toko menyerahkan produk yang telah disiapkan kepada pelanggan.

3.2 Analisis Masalah

Fishbone Diagram adalah sebuah gambaran grafis yang menampilkan faktor-faktor penyebab dari suatu masalah atau ketidaksesuaian. Analisis dengan *Fishbone Diagram* dapat didasarkan pada data yang dikumpulkan secara subyektif melalui pengamatan dan analisis, yang dapat berasal dari hal-hal objektif atau subyektif, serta menggunakan data kuantitatif atau kualitatif [9].

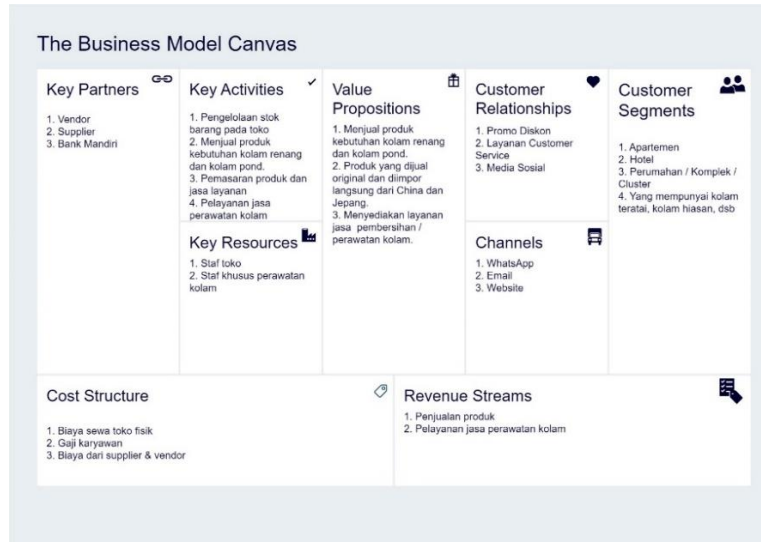


Gambar 4. Fishbone Diagram

Pada Gambar 4 masalah yang terdapat pada PT. Alka Pasifik Air terbagi menjadi tiga kategori, yaitu *Promotion* (Promosi), *Product* (Produk) dan *Process* (Proses). Masalah tersebut menyebabkan penjualan pada produk yang kurang maksimal. Dalam kategori *Promotion*, masalahnya adalah toko atau produk kurang dikenal masyarakat, dikarenakan penggunaan media promosi yang kurang optimal. Pada kategori *Process*, masalahnya adalah proses pemesanan yang kurang efektif, dikarenakan sistem penjualan belum berbasis teknologi atau *online* dan pencatatan penjualan masih dilakukan didalam buku. Dan kategori ketiga yaitu *Product*, masalahnya adalah kurangnya informasi pada produk, dikarenakan informasi kegunaan serta fungsi pada produk yang terbatas dan tidak adanya informasi mengenai jumlah stok pada produk.

3.3 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas adalah suatu kerangka pemikiran tentang cara suatu organisasi menciptakan, memproduksi, menjual, dan mempromosikan produk atau layanan yang dihasilkannya. BMC bermanfaat untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi target pasar, mengerti kebutuhan pelanggan, menentukan strategi pemasaran yang efektif, serta merencanakan anggaran yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan bisnisnya [10].

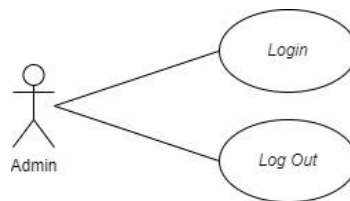


Gambar 5. Business Model Canvas (BMC)

Pada Gambar 5 adalah *Business Model Canvas* yang menggambarkan elemen-elemen penting dari model bisnis suatu perusahaan. *Key Partners* mencakup *vendor*, *supplier*, dan Bank. *Key Activities* melibatkan pengelolaan stok, penjualan produk kolam, pemasaran, dan pelayanan jasa perawatan kolam. *Key Resources* terdiri dari staf toko dan staf khusus perawatan kolam. *Value Propositions* menawarkan produk kebutuhan kolam, produk impor dari China dan Jepang, serta layanan pembersihan kolam. *Customer Relationships* dibangun melalui promo diskon, layanan *customer service*, dan media sosial. *Channels* mencakup *WhatsApp*, *email*, dan *website*. *Customer Segments* meliputi apartemen, hotel, perumahan, dan pemilik kolam hias. *Cost Structure* terdiri dari biaya sewa toko, gaji karyawan, dan biaya dari *supplier* dan *vendor*. *Revenue Streams* berasal dari penjualan produk dan layanan jasa perawatan kolam.

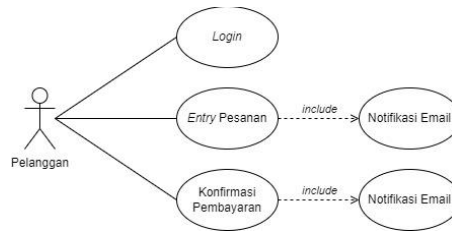
3.4 Use Case Diagram

Use case diagram adalah representasi visual dari interaksi antara pengguna sistem dan sistem itu sendiri, menggambarkan bagaimana sistem digunakan dalam konteks situasi nyata melalui skenario penggunaan yang dijelaskan dalam cerita [7].



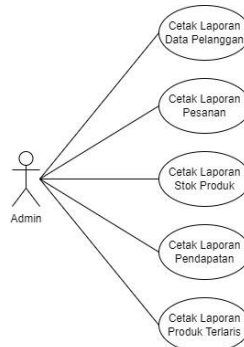
Gambar 6. Use Case Diagram Login

Pada Gambar 6 admin dapat melakukan *login* dengan meng-*input username* dan *password* agar dapat masuk ke halaman *dashboard* admin dan admin dapat melakukan *log out* apabila sudah melakukan *login*.



Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi

Pada Gambar 7 pelanggan dapat melakukan tiga aktivitas utama yaitu *Login*, *Entry Pesanan*, dan *Konfirmasi Pembayaran*. Setiap kali pelanggan melakukan *Entry Pesanan* atau *Konfirmasi Pembayaran*, sistem akan mengirimkan *Notifikasi Email*.



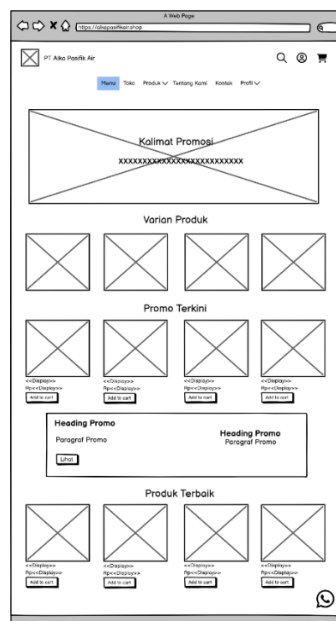
Gambar 8. Use Case Diagram Cetak Laporan

Pada Gambar 8 admin dapat mencetak berbagai jenis laporan, yaitu *Cetak Laporan Data Pelanggan*, *Cetak Laporan Pesanan*, *Cetak Laporan Stok Produk*, *Cetak Laporan Pendapatan*, dan *Cetak Laporan Produk Terlaris*.

3.5 Rancangan Layar

a. Rancangan Layar Halaman Menu

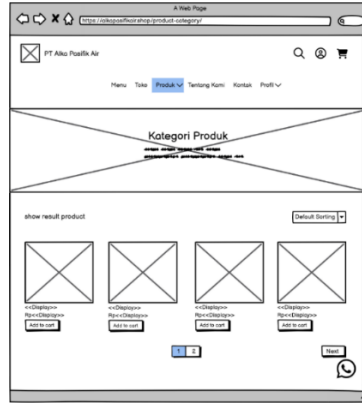
Rancangan layar halaman menu *website* PT. Alka Pasifik Air yang terdapat pada Gambar 9 menampilkan logo perusahaan di kiri dan menu navigasi utama seperti *Menu utama*, *Toko*, *Produk*, *Tentang Kami*, *Kontak*, dan *Profil pengguna*. Halaman ini juga mencakup kalimat promosi, Varian Produk dalam format *grid*, *Promo Terkini* dalam *slide show*, serta *Produk Terbaik*, masing-masing dengan gambar, nama, dan harga.



Gambar 9. Rancangan Layar Halaman Menu

b. Rancangan Layar Halaman Kategori Produk

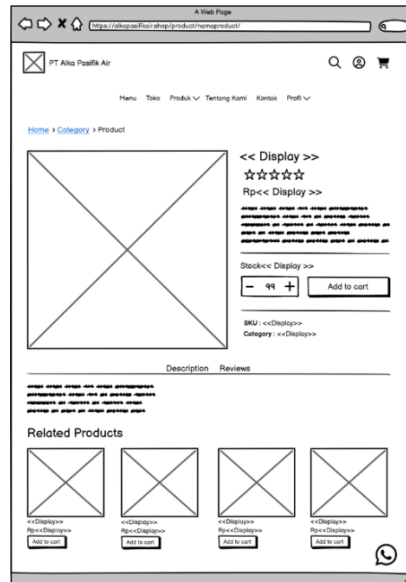
Rancangan layar halaman kategori produk yang terdapat pada Gambar 10 menampilkan katalog yang dibagi ke dalam beberapa kategori, seperti serokan dan kepala vacum. Pengguna dapat menyaring pencarian berdasarkan harga, merek, dan rating. Setiap produk ditampilkan dengan gambar, nama, harga, dan *rating*, serta dapat diklik untuk melihat detail lebih lanjut, termasuk deskripsi, spesifikasi, ulasan, dan opsi untuk menambahkan ke keranjang belanja.



Gambar 10. Rancangan Layar Halaman Kategori Produk

c. Rancangan Layar Halaman Produk

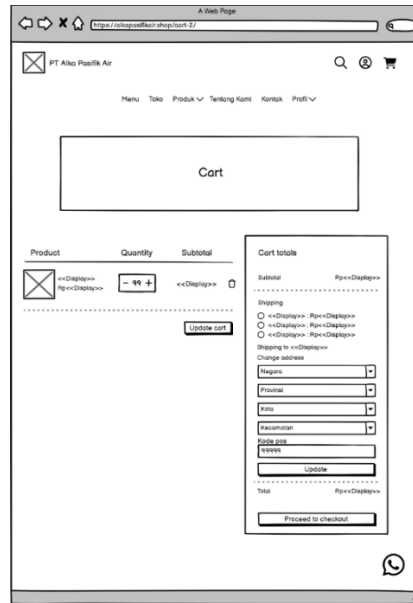
Rancangan layar halaman produk yang terdapat pada Gambar 11 menampilkan detail produk, termasuk gambar besar di sebelah kiri, dan nama, *rating*, harga, serta deskripsi singkat di sebelah kanan. Pengguna dapat memilih jumlah produk dan menambahkannya ke keranjang belanja. Informasi tambahan seperti SKU, kategori, deskripsi produk, ulasan, serta produk terkait juga disediakan untuk membantu pengguna menemukan informasi dan produk lain yang relevan.



Gambar 11. Rancangan Layar Halaman Produk

d. Rancangan Layar Halaman Keranjang

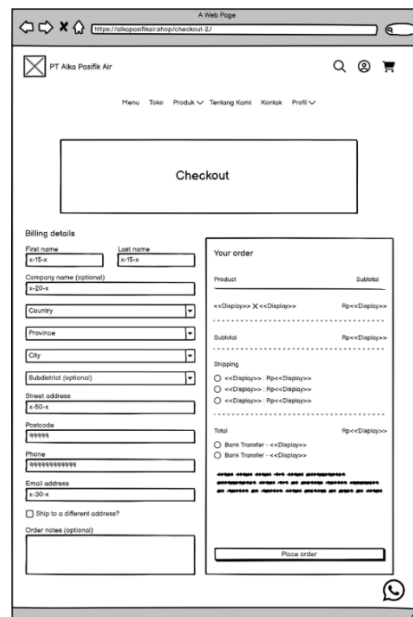
Pada Gambar 12 ditampilkan halaman keranjang untuk memudahkan belanja, dengan tabel yang menampilkan *item*, gambar kecil produk, nama, harga, jumlah, dan subtotal. Pengguna dapat menghapus *item*, memperbarui keranjang, dan memilih metode pengiriman sebelum melanjutkan ke *checkout*.



Gambar 12. Rancangan Layar Halaman Keranjang

e. Rancangan Layar Halaman *Checkout*

Pada Gambar 13, halaman *checkout* menampilkan formulir informasi penagihan di sebelah kiri dan ringkasan pesanan di sebelah kanan, termasuk subtotal, metode pengiriman, dan opsi pembayaran. Tombol "*Place Order*" digunakan untuk menyelesaikan pesanan.



Gambar 13. Rancangan Layar Halaman *Checkout*

3.6 Hasil Rancangan Keluaran

a. Rancangan Keluaran *Stock*

Pada Gambar 14 menunjukkan tabel dengan empat kolom yaitu "*Product / Variation*," "*SKU*," "*Status*," dan "*Stock*," masing-masing berisi jenis-jenis data yang ditampilkan "*<<Display>>*" dan huruf "*Z*" besar. Tabel ini digunakan untuk menampilkan informasi produk, termasuk nama atau variasi produk, kode SKU, status ketersediaan, dan jumlah stok, yang dapat diisi dengan data aktual dalam konteks penggunaan.

Product / Variation	SKU	Status	Stock
<<Display>>	<<Display>>	<<Display>>	<<Display>>
Z	Z	Z	Z

Gambar 14. Rancangan Keluaran *Stock*

- b. Rancangan Keluaran *Product Sales*
Pada Gambar 15 menunjukkan tabel dengan lima kolom yaitu "*Product SKU*," "*Product Name*," "*Quantity Sold*," "*Gross Sales*," dan "*Product Categories*," masing-masing berisi jenis-jenis data yang ditampilkan "<<Display>>" dan huruf "Z" besar. Tabel ini digunakan untuk menampilkan data terkait produk, termasuk SKU produk, nama produk, jumlah yang terjual, total penjualan kotor, dan kategori produk.

Product SKU	Product Name	Quantity Sold	Gross Sales	Product Categories
<<Display>>	<<Display>>	<<Display>>	<<Display>>	<<Display>>
Z	Z	Z	Z	Z

Gambar 15. Rancangan Keluaran *Product Sales*

3.7 Strategi SEO

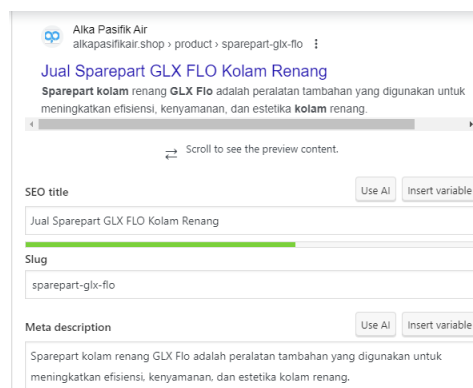
- a. Optimasi Yoast SEO
Dengan adanya Yoast SEO, dilakukan pengoptimalan pada setiap laman atau *pages* agar laman tersebut masuk ke halaman google. Pada setiap laman produk ditentukan kata kunci atau *keyphrase* seperti pada Gambar 16. Setelah itu, menentukan judul produk, identifikasi unik atau *slug* produk, dan deskripsi singkat produk dengan meng-*input* pada *form* *SEO Title*, *Slug/Permalink*, dan *Meta Description* seperti pada Gambar 17.



Focus keyphrase ?

Get related keyphrases

Gambar 16. *Focus Keyphrase*



Alka Pasifik Air
alkapasifikair.shop > product > sparepart-glx-flo

Jual Sparepart GLX FLO Kolam Renang

Sparepart kolam renang GLX Flo adalah peralatan tambahan yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan estetika kolam renang.

Scroll to see the preview content.

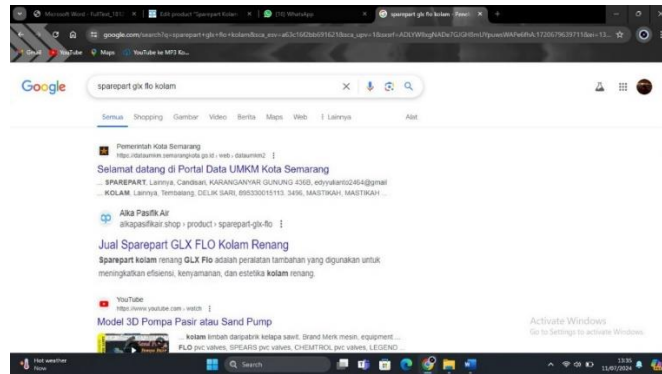
SEO title Use AI Insert variable
Jual Sparepart GLX FLO Kolam Renang

Slug
sparepart-glx-flo

Meta description Use AI Insert variable
Sparepart kolam renang GLX Flo adalah peralatan tambahan yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan estetika kolam renang.

Gambar 17. *SEO Title, Slug, dan Meta Description*

- b. Hasil dari strategi SEO
Pada Gambar 18 merupakan hasil dari kata kunci yang telah dimasukkan sebelumnya pada *website* PT. Alka Pasifik Air yang sudah berhasil masuk ke halaman google. Sebelumnya masih terdapat kendala agar bisa masuk ke halaman google, dikarenakan memerlukan waktu selama satu hari atau dua hari. Hasil SEO tersebut, telah terindeks pada Rabu 3 Juli 2024 dan telah tampil di halaman ketiga *google* pada urutan kedua di halaman pencarian.



Gambar 18. Hasil SEO

4. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, pengembangan sistem informasi penjualan berbasis *e-commerce* menggunakan *WooCommerce* pada PT. Alka Pasifik Air telah berhasil mencapai tujuan yaitu, sistem ini memberikan proses transaksi yang lebih cepat dan memudahkan manajemen pesanan serta manajemen stok produk. Selain itu dengan adanya fitur SEO sebagai strategi pemasaran, membantu dalam meningkatkan kesadaran masyarakat pada produk PT. Alka Pasifik Air di mesin pencari, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan. Terdapat saran pada penelitian selanjutnya agar dapat melakukan studi yang lebih mendalam mengenai pengaruh penerapan sistem ini terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan efektifitasnya dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Aqsal and J. Sutrisno, "Analisa dan Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Wordpress Pada Bengkel Madmen Motogarage," *Pros. Semin. Nas. Mhs. ...*, no. September, pp. 1831–1839, 2022, [Online]. Available: <http://senafiti.budiluhur.ac.id/index.php/senafiti/article/view/349%0Ahttp://senafiti.budiluhur.ac.id/index.php/senafiti/article/download/349/111>
- [2] A. R. Putra, "Strategi E-Commerce," no. December, pp. 1–5, 2020.
- [3] P. Permata, "Implementasi E-Commerce Dengan Content Management System (CMS) Oscommerce Pada Situs Penjualan (Studi Kasus : Toko Cahaya Komputer)," *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 1, no. 1, pp. 58–64, 2020, doi: 10.33365/jatika.v1i1.159.
- [4] N. Yuliani, A. Yuniarto, and M. Marnis, "Implementasi Penggunaan CMS OpenCart Dalam Upaya Toko Online Naik Kelas," *Tekinfo J. Bid. Tek. Ind. dan Tek. Inform.*, vol. 23, no. 2, pp. 123–138, 2022, doi: 10.37817/tekinfo.v23i2.2604.
- [5] A. F. Pratama and A. Diana, "Implementasi E-Commerce Dengan Content Management System Wordpress Menggunakan Woocommerce Pada Hopeandsoles.Id," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 1, pp. 20–30, 2021, doi: 10.36080/idealis.v4i1.2769.
- [6] R. Abdillah, "Pemodelan Uml Untuk Sistem Informasi Persewaan Alat Pesta," *J. Fasilkom*, vol. 11, no. 2, pp. 79–86, 2021, doi: 10.37859/jf.v11i2.2673.
- [7] t bayu Kurniawan and Syarifuddin, "Perancangan Sistem Aplikasi Pemesanan Makanan dan Minuman Pada Cafeteria NO Caffè di Tanjung Balai Karimun Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan MySQL," *J. Tikar*, vol. 1, no. 2, pp. 192–206, 2020, [Online]. Available: https://ejurnal.universitaskarimun.ac.id/index.php/teknik_informatika/article/download/153/121
- [8] B. A. B. Ii and S. Pustaka, "2.1.1. Komponen E-Commerce," pp. 4–18, 2019.
- [9] E. Aristriyana and R. Ahmad Fauzi, "Analisis Penyebab Kecacatan Produk Dengan Metode Fishbone Diagram Dan Failure Mode Effect Analysis (Fmea) Pada Perusahaan Elang Mas Sindang Kasih Ciamis," *J. Ind. Galuh*, vol. 4, no. 2, pp. 75–85, 2023, doi: 10.25157/jig.v4i2.3021.
- [10] N. Yuliani, H. Tunafiah, S. R. Sampurnaningsih, J. Andriani, and D. Erawati, "Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (BMC) Pada Komunitas Kuliner STII-OK OCE Untuk Tumbuh Dan Bangkit Lebih Kuat Di Era Digitalisasi," *Ikraith-Ekonomika*, vol. 5, no. 3, pp. 148–160, 2022, doi: 10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2450.