

Pengembangan Situs *E-Commerce* Dengan *Content Management System* (CMS) Berbasis Wordpress Pada Toko Abadi *Electronic*

Yudha Pratama Panigoro^{1*}, Ita Novita²

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

Email: ^{1*}yudhapratamapanigoro@yahoo.com, ²ita.novita@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Toko Abadi Electronic adalah toko yang menjual berbagai macam barang elektronik seperti TV, *speaker*, kulkas, *air purifier*, dan mesin cuci. Penulis melakukan observasi dan wawancara pada Toko Abadi Electronic sehingga penulis menemukan permasalahan yang saat ini sedang terjadi. Permasalahan yang terjadi adalah pemasaran toko yang kurang meluas, informasi mengenai produk-produk yang dipasarkan belum informatif, dan pengelolaan dokumen untuk pembuatan laporan belum terkelola dengan baik. Tujuan dari dibuatnya penelitian ini adalah untuk memaksimalkan proses pemasaran toko, penjualan barang, dan pembuatan laporan yang akurat melalui pembuatan *website e-commerce* berbasis *content management system* (CMS) dengan tools dari *wordpress* yang selanjutnya dapat menjawab permasalahan yang ada pada Toko Abadi Electronic. Penulis menggunakan *business model canvas* (BMC) sebagai model bisnis untuk mengatur strategi bisnis yang akan digunakan kedepannya dan teknik *search engine optimization* (SEO) sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan *traffic website*. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah observasi, wawancara terhadap pemilik Toko Abadi Electronic, dan studi literatur yang selanjutnya dapat dijadikan dasar untuk pembuatan *website e-commerce*. Hasil dari pembuatan *website e-commerce* ini adalah untuk membantu meningkatkan pemasaran maupun transaksi penjualan dan memudahkan pengelolaan laporan-laporan yang dapat menunjang proses bisnis berjalan dari Toko Abadi Electronic. *Website e-commerce* dari Toko Abadi Electronic telah diuji langsung oleh user mulai dari proses transaksi pada *website* dan pengelolaan *back-end* dari *website* dengan hasil pengujian yang cukup baik.

Kata Kunci: *e-commerce*, BMC, SEO, CMS, penjualan

Development Of E-Commerce Site With Wordpress-Based Content Management System (CMS) At Abadi Electronic Shop

Abstract- *Toko Abadi Electronic is a store that sells various kinds of electronic goods such as TVs, speakers, refrigerators, air purifiers, and washing machines. The author makes observations and interviews at the Abadi Electronic Store so that the authors find the problems that are currently happening. The problems that occur are that store marketing is not widespread, information about marketed products is not informative, and document management for report generation has not been managed properly. The purpose of this research is to maximize the process of store marketing, selling goods, and making accurate reports through the creation of an e-commerce website based on a content management system (CMS) with tools from wordpress which can then answer the problems that exist in the Abadi Electronic Store. The author uses the business model canvas (BMC) as a business model to set a business strategy that will be used in the future and search engine optimization (SEO) techniques as a marketing strategy to increase website traffic. The research method used by the author is observation, interviews with the owners of the Abadi Electronic Store, and literature studies which can then be used as the basis for making e-commerce websites. The results of making this e-commerce website are to help improve marketing and sales transactions and facilitate the management of reports that can support running business processes from the Abadi Electronic Store. The e-commerce website from Toko Abadi Electronic has been tested directly by users starting from the transaction process on the website and managing the back-end of the website with fairly good test results.*

Keywords: *e-commerce*, BMC, SEO, CMS, sale

1. PENDAHULUAN

Banyaknya bisnis elektronik yang bermunculan saat ini, karena kebutuhan masyarakat akan barang elektronik juga semakin meningkat. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara terus-menerus serta berkelanjutan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meraih keunggulan kompetitif terhadap para perusahaan pesaing.

Berbagai toko elektronik pun muncul untuk memenuhi permintaan yang tinggi terhadap produk elektronik, salah satunya adalah Toko Abadi Electronic. Toko Abadi Electronic memiliki permasalahan pada pemasaran produk yang dilakukan hanya melalui via *whatsapp* sehingga keberadaan toko kurang dikenal masyarakat dan belum menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Masalah kedua yang dimiliki Toko Abadi Electronic adalah kurang informatifnya informasi tiap produk yang dijual sehingga pelanggan sulit mendapatkan informasi produk.

Masalah terakhir yang dimiliki Toko Abadi Electronic adalah dokumen untuk pembuatan laporan belum tersimpan dengan baik sehingga evaluasi penjualan kerap mengalami kendala.

Setelah menguraikan permasalahan yang ada pada Toko Abadi Electronic, penulis mengusulkan pembuatan *e-commerce* yang dapat menjawab semua permasalahan yang ada mulai dari pemasaran, informasi produk, dan pengelolaan laporan. Menurut [1] *e-commerce* adalah “suatu transaksi yang melibatkan penjual dan pembeli dalam satu media internet dan melakukan transaksi secara langsung melalui *website* dan situs transaksi seperti: tokopedia, shopee, bukalapak, lazada, JD.id, dan lain-lain”.

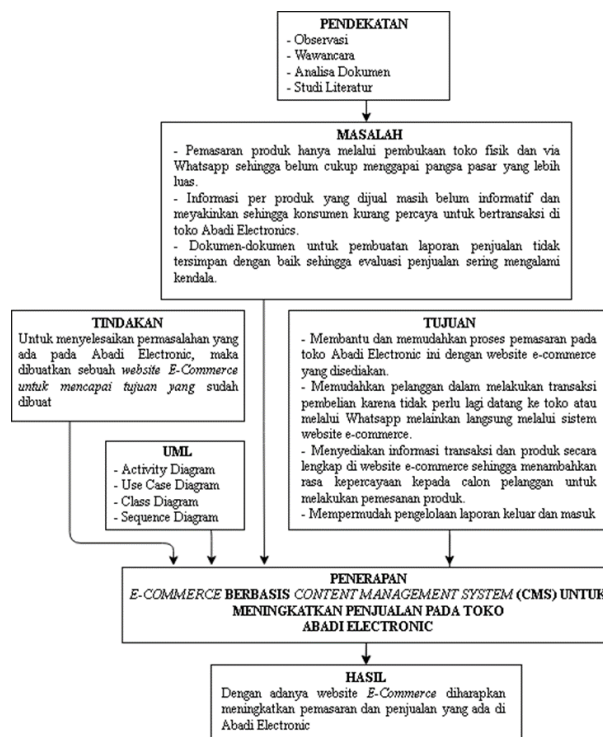
Dalam menyusun penelitian ini penulis meninjau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh [2] mengenai Penerapan Algoritma SEO Menggunakan Model Semantik *Web*. Aplikasi *e-commerce* ini menggunakan model semantik *web* memudahkan konsumen mendapatkan informasi dan pemesanan serta jenis produk apa sajakah yang diperjual belikan dari hasil laut Provinsi Bengkulu ini sesuai dengan diinginkan.

Penelitian yang dilakukan oleh [3] mengenai Implementasi *E-Commerce* dengan CMS *Joomla*. Penelitian ini dapat membantu Toko Prayoga Sport dalam penyampaian informasi secara *online* dan memudahkan proses transaksi secara *online* dengan memanfaatkan modul yang ada pada *CMS Joomla* dengan menambahkan metode pembayaran dan pengiriman.

Penelitian yang dilakukan [4] mengenai Penerapan *E-Commerce* dengan CMS *Wordpress*. Diterapkannya sistem *website e-commerce* pada Toko Vape Grande dapat menjadi media pemasaran dan informasi yang memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi. *Website* ini juga dapat membantu pemilik dalam mengetahui laporan penjualan, pengiriman, pemesanan, potongan harga dan rekapitulasi dalam setiap bulannya dengan mudah.

Dengan adanya *website e-commerce* pada Toko Abadi Electronic dapat mempermudah proses pemasaran maupun proses transaksi dan pengelolaan laporan yang dilakukan pelanggan pada Toko Abadi Electronic sehingga penjualan menjadi semakin maksimal.

2. METODE PENELITIAN



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pada gambar 1 dijelaskan mengenai teknik pengumpulan data yang berisikan pendekatan, masalah, tindakan, tujuan, uml yang digunakan, dan hasil dari pembuatan *website e-commerce*. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara penulis mengumpulkan data dari sumbernya dan alat yang dipergunakan. Sumber data yang dikumpulkan dan digunakan pada penelitian adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan datang secara langsung pada Toko Abadi Electronic yang beralamat di Vila Mutiara Serpong, Jl. Mawar II Blok E1/9, Pondok Jagung Timur, Tangerang Selatan. Mulai dari proses

pemesanan, produk yang dimiliki, admin dalam menyajikan informasi produk kepada pelanggan dan promosi produk apa yang dimiliki.

b. Wawancara

Pada tahap ini penulis melakukan wawancara secara langsung kepada Ibu Kossinta Rahadian selaku pemilik dari Toko Abadi Electronic untuk membahas mengenai masalah apa saja yang terjadi dan bagaimana proses bisnis yang berjalan saat ini.

c. Studi Literatur

Selanjutnya penulis mencari dan mempelajari penulisan yang memiliki pembahasan yang sama dari jurnal-jurnal yang ada di internet dan melihat contoh Website yang akan dirancang sesuai dengan tujuan penulisan yang akan dicapai.

d. Analisa Dokumen

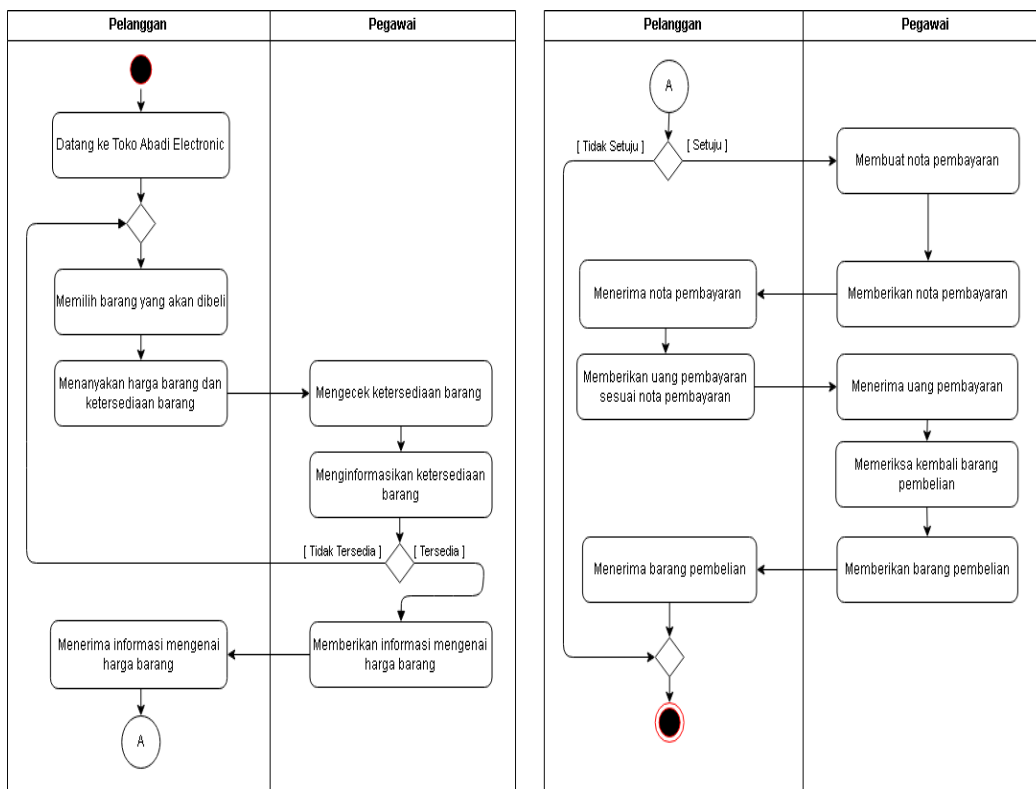
Teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah dengan meninjau dokumen-dokumen yang berkaitan dengan topik dan tujuan penulisan yang telah diinformasikan oleh Abadi Electronic.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Proses Bisnis Berjalan

Untuk menggambarkan proses bisnis yang sudah berjalan pada Toko Abadi Electronic, penulis menggunakan *activity diagram*. Menurut [5] “*activity diagram* adalah diagram yang digunakan untuk menggambarkan alur aktivitas dari suatu proses”. Penulis mengambil 2 contoh proses bisnis berjalan sebagai berikut:

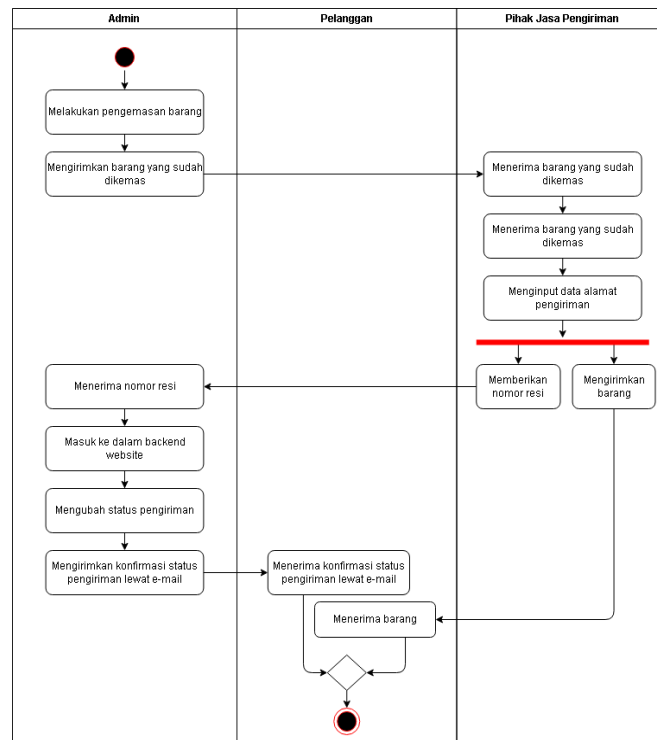
a. Penjualan Barang



Gambar 2. Activity Diagram Penjualan Barang

Pada gambar 3, menjelaskan tentang proses penjualan barang yang dilakukan pada Toko Abadi Electronic. Pelanggan dapat membeli produk Abadi Electronic dengan cara datang langsung ke toko. Setelah itu, pelanggan melihat – lihat dan memilih jenis barang mana yang akan dibeli. Selanjutnya, pelanggan menanyakan harga barang dan ketersediaan barang kepada pegawai. Pegawai akan memeriksa terlebih dahulu ketersediaan barang. Setelah itu pegawai akan memberikan informasi ketersediaan barang. Jika barang tidak tersedia, pelanggan akan memilih jenis barang lain yang akan dibeli. Jika tersedia, pegawai akan memberikan informasi harga barang. Jika pelanggan setuju dengan harga barang, pegawai akan membuatkan nota pembayaran dan pelanggan akan melakukan proses pembayaran. Setelah pelanggan melakukan pembayaran maka pegawai melakukan pengecekan ulang terhadap barang pembelian pelanggan dan kemudian barang diserahkan kepada pelanggan.

b. Pengiriman Barang

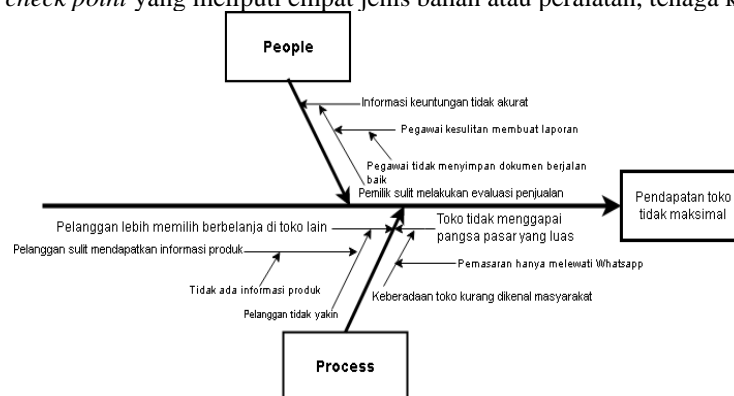


Gambar 3. Activity Diagram Pengiriman Barang

Pada gambar 3, menjelaskan tentang proses pengiriman barang yang dilakukan pada Toko Abadi Electronic. Setelah pengemasan selesai *admin* akan mengantarkan barang kepada pihak jasa pengiriman barang. Lalu, pihak jasa pengiriman barang akan melakukan *input* informasi pengiriman barang dan memberikan informasi tersebut beserta nomor resi ke *admin*. Setelah itu, *admin* akan meneruskan nomor resi yang telah diberikan oleh pihak jasa pengiriman kepada pelanggan. Selanjutnya, pihak jasa pengiriman barang akan mengantarkan barang kepada pelanggan.

3.2 Fishbone Diagram

Untuk menguraikan masalah yang terjadi pada Toko Abadi Electronic, penulis menggunakan *fishbone diagram*. Menurut [6] “*fishbone diagram* merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah kualitas dan *check point* yang meliputi empat jenis bahan atau peralatan, tenaga kerja dan metode”.



Gambar 4. Fishbone Diagram

Untuk menganalisa masalah yang terjadi, penulis membuat sebuah *fishbone diagram* dengan metode 6 P (*Policy, Process, People, Plant, Program, Product*) yang terlihat pada gambar 4. Berikut adalah penjelasannya:

a. *Process*

Pada bagian ini toko mengalami dua masalah, yaitu :

1. Pelanggan lebih memilih berbelanja di toko lain dikarenakan pelanggan sulit mendapatkan informasi produk yang ada pada Toko Abadi Electronic. Tidak adanya informasi produk menjadi alasan mengapa pelanggan tidak cukup yakin untuk berbelanja di Toko Abadi Electronic.
2. Toko tidak dapat menggapai pangsa pasar yang luas karena pemasaran toko hanya melewati *Whatsapp* sehingga keberadaan toko kurang dikenal masyarakat.

b. *People*

Pada bagian ini toko mengalami masalah pada tidak akuratnya informasi keuntungan yang disebabkan oleh sulitnya evaluasi penjualan oleh pemilik. Hal ini dikarenakan pegawai tidak menyimpan dokumen berjalan dengan baik yang menyebabkan pegawai kesulitan untuk membuat laporan penjualan.

3.3 Business Model Canvas

Menurut [7] “*business model canvas* adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis”.

Key partners <ul style="list-style-type: none"> • Supplier produk elektronik • Jasa Ekspedisi • Penyedia domain dan hosting 	Key activities <ul style="list-style-type: none"> • Maintenance website secara berkala • Pemasaran produk • Penjualan produk 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Salah satu toko elektronik terlengkap dengan harga yang kompetitif • Setiap barang yang di jual mendapatkan garansi 1 minggu dari toko 	Customer relationships <ul style="list-style-type: none"> • Promo 	Customer segments <ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat yang sudah berumah tangga • Masyarakat yang ingin menggunakan produk elektronik
	Key resources <ul style="list-style-type: none"> • Toko fisik • Internet • Pegawai toko • Komputer/laptop • Smartphone 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • Toko Fisik • Whatsapp • E-Commerce • Instagram 	
Cost structure <ul style="list-style-type: none"> • Biaya pembelian stok produk • Biaya pulsa dan internet • Gaji staff toko • Biaya langganan domain dan hosting • Biaya pembelian komputer, printer, dan media print • Biaya listrik 			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Hasil penjualan seluruh produk dari toko Abadi Electronic 	

Gambar 5. Business Model Canvas

Penulis membuat model bisnis yang sesuai dengan Toko Abadi Electronic yang terlihat pada gambar 5. Berikut adalah penjelasan mengenai komponen-komponen yang terdapat didalam *business model canvas*:

a. *Customer segments*

Rata – rata konsumen yang membeli produk Toko Abadi Electronic adalah masyarakat yang sudah berumah tangga dan masyarakat yang ingin menggunakan produk elektronik.

b. *Value propositions*

Toko Abadi Electronic adalah salah satu toko elektronik yang menyediakan berbagai macam produk elektronik terlengkap dengan harga yang kompetitif. Toko ini juga memberikan garansi 1 minggu untuk barang yang dibeli pada Toko Abadi Electronic

c. *Channels*

Toko Abadi Electronic menggunakan Toko fisik sebagai tempat transaksi utama. Abadi Electronic juga menggunakan *instagram*, *whatsapp* dan *website* untuk lebih mudah dalam menggapai *customer segments* tersebut.

d. *Revenue streams*

Abadi Electronic mendapatkan keuntungan dari seluruh penjualan produk elektronik.

e. *Key resources*

Toko Abadi Electronic menggunakan beberapa alat/*device* untuk menunjang tokonya seperti komputer, *smartphone*, dan pulsa untuk internet.

f. *Customer relationship*

Toko Abadi Electronic menyebarkan info produk – produk terbaru ke *website* dan *instagram* agar pelanggan setia Abadi Electronic bisa terus update dengan produk elektronik terbaru lainnya.

g. *Key activities*

Toko Abadi Electronic selalu melakukan *maintenance* rutin pada *website* dan mengoptimalkan pemasaran toko dan penjualan barang.

h. *Key partners*

Untuk menjaga ketersediaan barang secara terus menerus Toko Abadi Electronic bekerja sama dengan beberapa supplier produk elektronik, mengatur pengiriman barang lewat jasa ekspedisi, dan penyedia domain dan hosting untuk pengelolaan *website*.

i. *Cost structure*

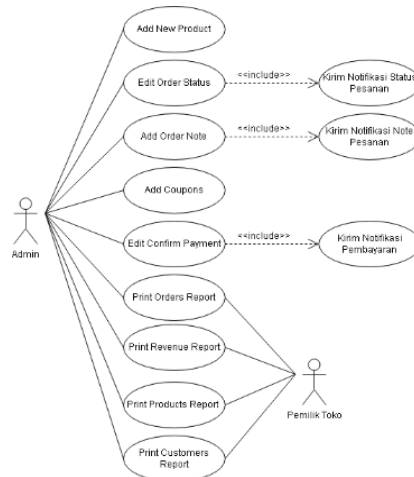
Pengeluaran Abadi Electronic dalam proses bisnisnya berupa pembelian stok produk untuk dijual kembali, uang untuk menggaji beberapa karyawan untuk membantu menjalankan tokonya, biaya bulanan dan

tahunan untuk menyewa *hosting*, biaya untuk pulsa, internet, dan listrik untuk melayani transaksi lewat *website*, dan pembelian komputer, *printer*, dan media *print* untuk mencetak resi pengiriman dan laporan.

3.4 Use Case Diagram

Untuk menggambarkan kebutuhan sistem yang akan dipakai pada *website e-commerce* Toko Abadi Electronic, penulis menggunakan *use case diagram*. Menurut [8] “*use case diagram* merupakan diagram yang bekerja dengan cara mendeskripsikan tipikal interaksi antara *user* (pengguna) sebuah sistem dengan suatu sistem tersendiri melalui sebuah cerita bagaimana sebuah sistem dipakai”. *Use case diagram* yang diusulkan dibuat dalam 2 sisi yaitu admin dan pelanggan.

a. Use Case Diagram Admin



Gambar 6. Use Case Diagram Admin

Pada gambar 6, menggambarkan apa-apa saja yang dapat dikerjakan oleh admin pada *website e-commerce* Toko Abadi Electronic. Admin dapat melakukan *add new product*, *edit order status*, *add order note*, *add coupons*, *edit confirm payment*, *print orders report*, *print revenue report*, *print products report*, dan *print customers report*.

b. Use Case Diagram Pelanggan



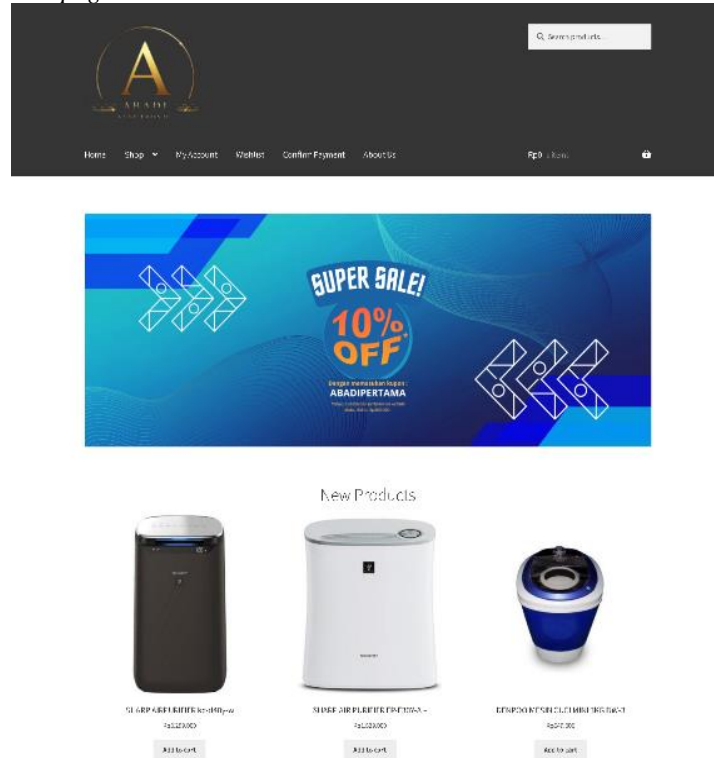
Gambar 7. Use Case Diagram Pelanggan

Pada gambar 7, menggambarkan apa-apa saja yang dapat dikerjakan oleh pelanggan pada *website e-commerce* Toko Abadi Electronic. Pelanggan dapat melakukan *register*, *verify account*, *add cart*, *add to wishlist*, *view cart*, *place order*, *confirm payment*, *verify order status*, *view payment history*, *edit addresses*, dan *edit account details*.

3.5 Tampilan Sistem Layar dan Output

Untuk menunjukkan bagaimana tampilan dari *website*, penulis menyantumkan tampilan layar dan *output* dari *website e-commerce* Toko Abadi Electronic. Berikut adalah tampilan layar dan *output* dari *website e-commerce* Toko Abadi Electronic:

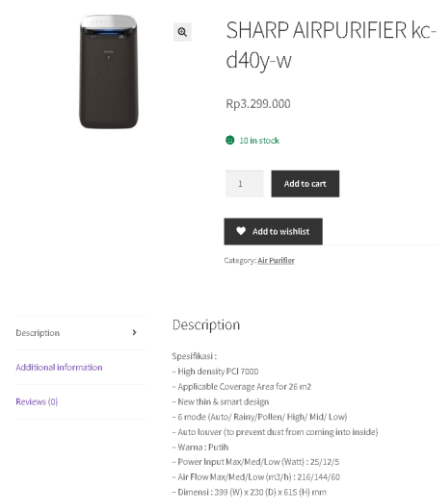
a. Tampilan Layar *Homepage*



Gambar 8. Tampilan Layar *Homepage*

Pada gambar 8, merupakan tampilan *homepage* dari *website e-commerce* dari Toko Abadi Electronic yang terdiri dari menu (*home, shop, my account, wishlist, confirm payment, about us*), *banner* untuk media promosi, dan *list* produk sesuai kategori.

b. Tampilan Layar *Product*



Gambar 9. Tampilan Layar *Product*

Pada gambar 9, merupakan tampilan detail tiap produk dari *website e-commerce* dari Toko Abadi Electronic yang terdiri dari nama produk, jumlah stok produk, button untuk *add to cart* dan *add to wishlist*, deskripsi dari produk, informasi tambahan, dan *review* dari produk.

c. *Output Orders Report*

Date	Order #	Status	Customer	Customer type	Product(s)	Items sold	Coupon(s)	Net sales
July 18, 2022	175	On hold		Returning	LED TV LG 43NANO75 SUHD 4K HDR NANOCELL TV 43 INCH	1		Rp6.749.000
July 17, 2022	174	On hold		Returning	SPEAKER BCLYTRON PMA.9310	1		Rp510.000
July 16, 2022	171	Completed		Returning	SAMSUNG LED TV UAM2BU0000 CRYSTAL UHD SMART TV 43 INCH	1		Rp5.699.000

Gambar 10. *Output Orders Report*

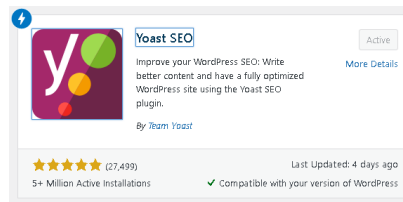
Pada gambar 10, merupakan tampilan salah satu bentuk laporan dari *website e-commerce* dari Toko Abadi Electronic yang terdiri dari beberapa tabel yang berisi *date*, kode dari *order*, status *order*, nama *customer*, produk-produk yang dipesan, *item sold*, *coupon* yang dipakai, dan *net sales* atau laba kotor.

3.6 Penerapan SEO

Untuk memaksimalkan pemasaran pada *website e-commerce* Toko Abadi Electronic, penulis menerapkan *search engine optimization* (SEO). Menurut [9] “SEO adalah teknik yang digunakan agar *website* dapat dikenal dengan mudah oleh mesin pencari sehingga dapat meningkatkan pengunjung *website*”. Berikut adalah langkah-langkah penerapan SEO yang diterapkan pada *website e-commerce* Toko Abadi Electronic:

a. Instalasi *plugin yoast SEO*

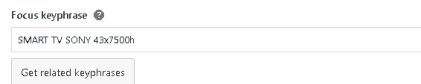
Menurut [10] “*yoast SEO* merupakan salah satu *plugin SEO* yang mempunyai fungsi untuk mengoptimasi SEO pada sebuah *website*”.



Gambar 11. *Yoast SEO*

Pada gambar 11, adalah langkah pertama dalam menerapkan *search engine optimization* (SEO) yaitu melakukan instalasi *plugin yoast SEO* pada *website e-commerce* Toko Abadi Electronic agar *website* dapat terindeks oleh *google*.

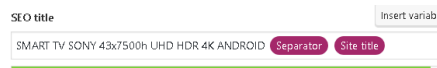
b. *Focus keyphrase*



Gambar 12. *Focus Keyphrase*

Langkah selanjutnya yaitu menentukan *focus keyphrase* atau kata kunci pada salah satu produk yang akan di *publish*. *Focus keyphrase* yang digunakan sebaiknya yang sering digunakan oleh pelanggan untuk mencari produk. Contoh terdapat pada gambar 12.

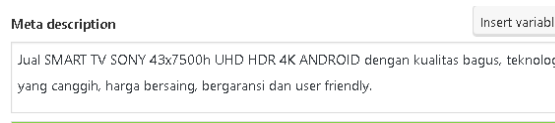
c. *SEO title*



Gambar 13. *SEO Title*

Selanjutnya penulis menentukan *SEO Title* yang mencantumkan *Focus Keyphrase* untuk judul produk yang akan tampil pada halaman pencarian *Google*. Contoh terdapat pada gambar 13.

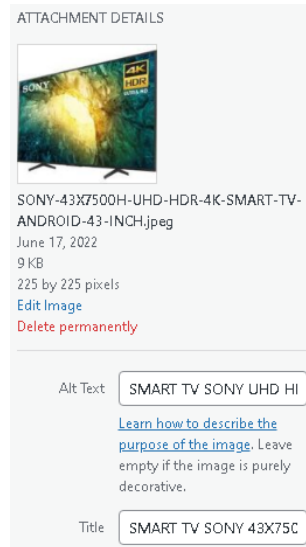
d. *Meta description*



Gambar 14. *Meta Description*

Setelah *SEO Title* sudah ditentukan maka penulis juga mengisi *meta description* untuk detail singkat mengenai produk yang akan tampil pada halaman pencarian *Google*. Contoh terdapat pada gambar 14.

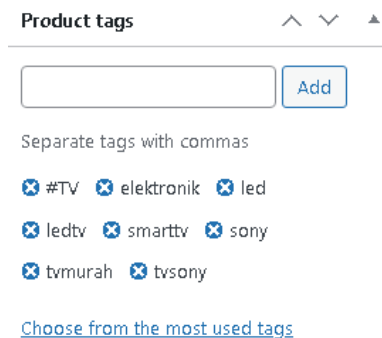
e. Foto produk



Gambar 15. Foto Produk

Langkah selanjutnya tentunya mengunggah foto produk yang akan tampil pada halaman pencarian *google*. Foto juga berisi nama produk sesuai dengan *Focus Keyphrase*. Contoh terdapat pada gambar 15.

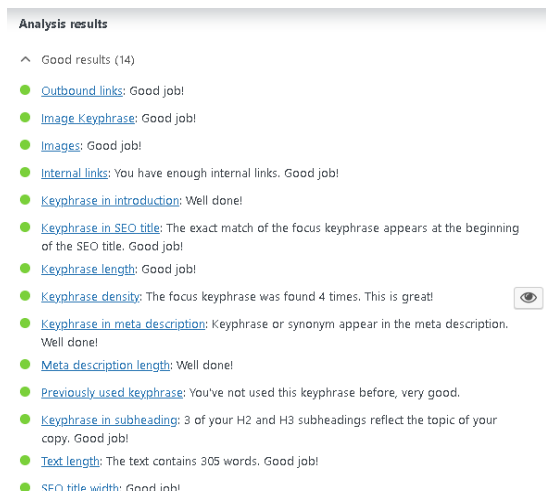
f. *Tags*



Gambar 16. Tags

Penulis memilih *tags* atau *hashtag* agar produk dapat terindeks pada mesin pencari *google* dengan lebih baik. Contoh terdapat pada gambar 16.

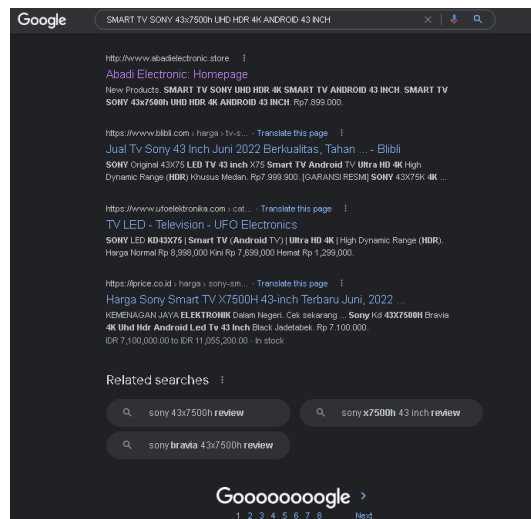
g. *SEO analysis*



Gambar 17. SEO analysis

Setelah semua indikator pada *SEO analysis* berubah dari warna merah ke hijau maka langkah terakhir adalah melakukan *review* pada *SEO analysis* untuk melihat bagaimana *focus keyphrase* sudah tercantum dengan baik.

h. Hasil pencarian



Gambar 18. Hasil Pencarian

Pada gambar 18, adalah hasil penerapan dari SEO melalui penggunaan *plugin yoast SEO* dengan melakukan pencarian di *google* yang dilakukan pada tanggal 27 Juni 2022.

4. KESIMPULAN

Setelah rangkaian penelitian yang dilakukan penulis terhadap Toko Abadi Electronic, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

- Dengan dibuatkannya *website e-commerce* dapat membantu Toko Abadi Electronic memberikan informasi lengkap mengenai tiap produk yang dijual dan melakukan pemasaran dengan menerapkan SEO agar *website e-commerce* dapat muncul pada halaman pertama google sehingga toko dapat menggapai pangsa pasar yang lebih luas.
- Dengan adanya penerapan *website e-commerce* dapat memudahkan *admin/pemilik* toko mendapatkan informasi terkait pembuatan laporan yang berkaitan dengan transaksi penjualan secara lengkap dengan mudah dan cepat sehingga evaluasi penjualan dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Riswandi, "Transaksi *On-Line (E-Commerce)* : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal Econetica, Vol.1 No.1, 2019.
- [2] Y. Apridiyansyah dan A. Wijaya, "Aplikasi *E-Commerce* Hasil Laut Bengkulu Dengan Penerapan Algoritma SEO Menggunakan Model Sematik Web", Jurnal Sistem Informasi dan E-Bisnis, Vol.1 No.5, 2019.
- [3] Dedi, S. Maisaroh Mustofa, dan Suhartono, "Implementasi *E-Commerce* Toko Prayoga Sport Berbasis *Content Management System (CMS) Joomla Modules VirtueMart*", Jurnal Sisfotek Global, Vol.7 No.2, 2017.
- [4] E. Wulandari dan G. Gata, "Penerapan *E-Commerce* Untuk Penjualan Rokok Elektrik (*Vape*) Menggunakan *Content Management System Wordpress* Pada Toko Vape Grande", IDEALIS : InDonEsiA Journal Information System, Vol.3 No.1, 2020, pp.545-551.
- [5] S. Mulyani, "Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah: Notasi Pemodelan *Unified Modeling Language (UML)*", A. Zulvani, A. Persada, Bandung: ABDI SISTEMATIKA, 2016, p. 55.
- [6] A. Vandy Pramujaya, "Analisis Penyebab Kegagalan *Packer Machine* Pada *Bag Transfer System* Dengan Menggunakan Metode *Fault Tree Analysis (FTA)*, *Failure Mode And Effect Analysis (FMEA)*, dan *Fishbone Analysis*, Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta, 2019.
- [7] A. Osterwalder dan Y. Pigneur, "*Business Model Generation* : Pedoman Bagi Para Visioner, Penggerak Perubahan dan Pendobrak", N. Ruth Sihandri, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012.
- [8] T. Bayu Kurniawan dan Syarifuddin, "Perancangan Sistem Aplikasi Pemesanan Makanan Dan Minuman Pada Cafeteria No Caffe Di Tanjung Balai Karimun Menggunakan Bahasa Pemrograman", Jurnal TIKAR, Vol.1 No.2, 2020.
- [9] M. Hayaty dan D. Meylasyari, "Implementasi *Website* Berbasis *Search Engine Optimization (SEO)* Sebagai Media Promosi", Jurnal Informatika, Vol.5 No.2, 2018, pp. 295-300.
- [10] H. Hasanudin dan N. Widiyasono, "Implementasi *Yoast SEO* Dan Optimasi *Keyword* Untuk Meningkatkan *Rank* Pada *Google Search Engine Result Page (SERP)*", Jurnal Siliwangi Sains Teknologi, Vol.7 No.2, 2021, pp.58-65.