

Analisa Dan Pemanfaatan *E-Commerce* Berbasis *Content Management System* (CMS) Pada PT Karya Sarana Cipta Mandiri

Aji Cahyo Wibowo^{1*}, Joko Sutrisno²

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

Email: ^{1*}ajicahyo999@gmail.com, ²joko.Sutrisno@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak - PT. Karya Sarana Cipta Mandiri merupakan sebuah usaha yang perdagangan yang menjual suku cadang motor usaha ini berdiri sejak 14 juni 2003. Permasalahan yang dialami oleh perusahaan ialah sistem pemasaran yang ada di PT. Karya Sarana Cipta Mandiri hingga kini masih kurang maksimum dan menggunakan cara konvensional, yang mengakibatkan produk yang dijual belum dikenal oleh masyarakat sehingga pemasarannya pun menjadi sangat terbatas. Setelah paparan masalah yang ada di PT. Karya Sarana Cipta Mandiri, penulis menawarkan solusi dengan membuat web *e-commerce* sangat dibutuhkan untuk kepentingan perusahaan dalam melakukan perdagangan sehingga mampu memperluas area pemasaran. Beberapa metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam menyelesaikan penelitian ini adalah observasi, wawancara dan pengumpulan data. Untuk metode pengembangan sistem yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini adalah menggunakan metode waterfall, Dengan menggunakan beberapa metode yang penulis gunakan diharapkan PT. Karya Sarana Cipta Mandiri dapat menyelesaikan masalah yang ada, mempermudah dalam penyajian informasi produk kepada konsumen secara akurat dan tepat sehingga mampu diakses dari mana saja. Kemudian membantu PT. Karya Sarana Cipta Mandiri mendapatkan informasi transaksi yang dilakukan oleh konsumen secara akurat dan sesuai yang ada dilapangan berfungsi untuk memperkecil kesalahan yang ada, sehingga pimpinan dapat mengambil kebijakan yang berfungsi untuk menaikkan penjualan dan pendapatan. Kontribusi Penelitian ini adalah untuk menyelesaikan masalah yang ada serta meningkatkan penjualan dan menciptakan brand Awareness

Kata Kunci: e-commerce, bisnis, website, PT. Karya Sarana Cipta Mandiri

Analysis And Utilization Of E-Commerce Based On Content Management System (CMS) At PT Karya Sarana Cipta Mandiri

Abstract - PT. Karya Sarana Cipta Mandiri is a trading business that sells motorcycle spare parts. This business was founded on June 14, 2003. The problem experienced by the company is the existing marketing system at PT. Karya Sarana Cipta Mandiri is still not optimal and uses conventional methods, which results in the products being sold not being known by the public so that their marketing is very limited. After exposure to the problems that exist in PT. Karya Sarana Cipta Mandiri, the author offers a solution by developing an e-commerce web that is needed for the benefit of companies in conducting trade so as to be able to expand the marketing area. Several research methods used by the author in completing this research are observation, interviews and data collection. For the system development method used in completing this research is to use the waterfall method. By using several methods that the authors use, it is expected that PT. Karya Sarana Cipta Mandiri can solve existing problems, make it easier to present product information to consumers accurately and precisely so that it can be accessed from anywhere. Then help PT. Karya Sarana Cipta Mandiri obtains accurate and appropriate information on transactions made by consumers in the field to minimize existing errors, so that leaders can take policies that function to increase sales and income. The contribution of this research is to solve existing problems and increase sales and create brand awareness.

Keywords: e-commerce, business, web, PT. karya sarana cipta mandiri

1. PENDAHULUAN

E-Commerce adalah kegiatan tentang pembelian, penjualan, dan pemasaran dengan menggunakan media sistem website melalui internet. *E-Commerce* juga melibatkan pihak pembayaran melalui transfer yang bisa dilakukan melalui internet, petukaran data juga melalui internet, sehingga sistem penyimpanan dilakukan secara otomatis dan sistem pengumpulan data juga dilakukan secara otomatis. Sehingga bisa dibilang bahwa sistem web *e-commerce* merupakan bentuk transaksi dan pemasaran melalui sistem yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi [1].

PT. Karya Sarana Cipta Mandiri dalam promosi dan menjual produk masih menggunakan cara konvensional yaitu dengan cara sederhana seperti mempromosikan menggunakan social media perusahaan, memasang spanduk di dekat toko, melalui mulut ke mulut, dan juga membuat brosur sehingga pasar yang bisa dijangkau masih terbatas untuk melakukan promosi dan penjualan masih lingkup terbatas dan belum bisa tersebar ke luar daerah secara signifikan.

Menurut Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Handayani [2], dengan dibangunnya web *e-commerce* bisa sebagai media promosi penjualan, mempermudah dalam mengolah data penjualan, cetak laporan tidak lagi dalam bentuk pengumpulan arsip dan menurut Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rachman dan Fernando [3], salah satu metode yang digunakan dalam membuat web *e-commerce* menggunakan metode *waterfall development* dan metode analisis yang digunakan untuk pengumpulan data (observasi) yang langsung ditanya kepihak toko dua metode digunakan agar pelanggan dapat melihat barang secara detail dan melakukan pemesanan secara online.

Dibangunnya web *e-commerce* ada beberapa manfaat yang dapat dirasakan bagi perusahaan yaitu mampu memperluas koneksi penjualan dari pasar nasional hingga ke internasional, akses informasi lebih cepat serta dapat di akses darimana saja, waktu transaksi semakin cepat sehingga mampu mengurangi resiko *human error*, dan mengurangi biaya pengiriman, pendistribusian dan pemasaran sehingga menekan biaya pengeluaran yang dilakukan pihak perusahaan [4].

E-commerce memiliki beberapa macam – macam jenis seperti : *Business to business* ialah transaksi bisnis yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan dengan yang lainnya, *Business to customer* ialah transaksi yang dilakukan biasanya konsumen ingin membeli kebutuhan hidup ke penjual, *Customer to customer* proses terjadi konsumen dan konsumen proses ini terjadi ketika konsumen ingin menukar barang dengan konsumen yang lainnya, *Business to government* proses transaksi ini hampir sama dengan *business to business* bedanya di proses ini terjadi antara perusahaan dengan instansi pemerintah, Yang terakhir *government to customer* yaitu proses transaksi dilakukan instansi pemerintah dengan konsumen yang mana konsumen dengan mudah dalam mendapatkan akses pelayanan untuk memenuhi kebutuhan sehari harinya[5].

Dalam pembuatan web *E-Commerce* tidak boleh asal-asalan ada beberapa komponen yang harus ada di web *E-Commerce* antara lain (a) Web *E-commerce* harus mempunyai domain agar bisa di akses oleh konsumen, (b) cara transaksi barang tidak lagi harus datang ke toko yang artinya transaksi bisa dilakukan dimana saja , (c) cara pembayaran bervariasi bisa lewat bank, shopee dll, (d) terdapatnya *customer service* yang membantu jika mengalami kesulitan [6].

Dalam pembuatan web *e-commerce* penulis menggunakan wordpress sebagai *softwaranya* dikarenakan wordpress adalah sumber aplikasi (*open source*) yang bisa digunakan oleh siapa pun tanpa harus membayar selain gratis *wordpress* juga salah satu *software* yang sering digunakan banyak orang [7]. Wordpress juga sangat mudah dipadukan dengan teknik SEO yang mana fungsinya SEO tersebut agar web kita berada di posisi pertama *google* [8].

Content Management System merupakan aplikasi yang bisa digunakan oleh siapa pun fungsi aplikasi ini seseorang mampu memanipulasi isi dari web [9]. Pada penelitian ini penulis melakukan proses pengumpulan data dengan cara interview kesalah satu karyawan yang ada dan observasi langsung ke toko dan melakukan riset masalah apa saja yang terjadi disana dengan dibantu oleh *fishbone diagram*, merancang *Business model canvas* (BMC) [10]. Sesuai dengan kebutuhan bisnis masa kini, merancang fungsi sistem usulan dengan use case diagram [11]. Sesuai dengan BMC yang telah dibuat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkannya proses transaksi penjualan menggunakan web *e-commerce* yang dapat membantu PT. Karya Sarana Cipta Mandiri dalam melakukan pemasaran produk nya.

Penelitian ini diharapkan dapat membantu PT. Karya Sarana Cipta Mandiri dalam mengembangkan proses penjualan sehingga mampu meningkatkan omset penjualan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian terapan (*Research Applied*) dengan pendekatan studi kasus. Penulis diawali dengan menjabarkan masalah yang ada di PT. Karya Sarana Cipta Mandiri sebagai tempat penelitian, kemudian masuk ke tahapan selanjutnya yaitu memberi solusi dalam mengatasi permasalahan yang ada Dengan membuat sistem usulan untuk PT. Karya Sarana Cipta Mandiri diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang telah dijabarkan.

2.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan di bagian *general manager sales* yang mana di isi posisinya oleh bapak rahmat hidayat pada PT. Karya Sarana Cipta Mandiri berada di Jalan KH Hasyim Ashari No.20 RT001/ RW005, Buaran Indah Kota Tangerang

2.3 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang ada di dalam penelitian ini adalah kata dan tindakan penulis dalam menyelesaikan penelitian, selebihnya berupa tambahan dokumen yang didapatkan. Data penelitian ini dihasilkan melalui dua sumber, berikut dua sumber yang dimaksud :

- a. Data Primer merupakan data yang didapatkan dari narasumber atau informan yang mampu paham seluruh alur bisnis secara detail sehingga perusahaan bisa menyajikan informasi yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini. Dan juga mampu menyajikan dokumen bisnis berjalan yang digunakan seperti kwitansi transaksi, harga barang yang dijual, dan laporan sesuai dengan kebutuhan penelitian.
- b. Data Sekunder merupakan bahan yang diperlukan bagi penulis dalam menyelesaikan penelitiannya, seperti studi literatur yang diambil beberapa jurnal yang tersedia di internet, prosiding dan buku terkait dengan penelitian.

Dalam penyelesaian penelitian ini. Penulis membutuhkan beberapa data yang sangat diperlukan yang berhubungan dengan topik yang dibahas. Ada beberapa jenis metode yang digunakan peneliti dalam melakukan pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Wawancara

Metode ini dilakukan dengan wawancara dua orang yang dianggap relevan dalam memberikan informasi yang pertama penulis melakukan wawancara dengan bapak rahmat hidayat dengan jabatan yang diduduki ialah *general manager sales* (GM Sales) dan bapak derian selaku pimpinan PT. Karya Sarana Cipta Mandiri

- b. Observasi

Observasi adalah metode yang mana penulis langsung datang ke perusahaan. Sehingga penulis dapat mengetahui bagaimana sistem kerja yang sedang berjalan dan layanan apa saja yang ada di PT. Karya Sarana Cipta Mandiri

- c. Analisa Dokumen

Dalam metode analisa dokumen penulis harus mengumpulkan beberapa dokumen masukan sampai keluaran dari proses transaksi yang sedang berjalan di PT. Karya Sarana Cipta Mandiri berfungsi mendapatkan sebuah data dan informasi berhubungan dengan topik penelitian, informasi yang telah didapatkan akan di olah sesuai dengan proses bisnis yang sedang berjalan.

- d. Studi Literatur

Penelitian dilakukan menggunakan metode literatur *review* dari beberapa macam jurnal serta beberapa referensi sesuai dengan permasalahan yang sama seperti topic penelitian. Studi literatur ini dilakukan baik melalui buku yang ada di beberapa perpustakaan maupun *e-book* serta dari penelitian sejenis terdahulu.

2.4 Metode Analisa Bisnis

Metode analisa bisnis yang dilakukan oleh penulis dalam membantu menyelesaikan penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas*. Dengan metode ini, penulis bisa paham salah satu model bisnis secara garis detail. Cara kerja metode yang diterapkan harus simple, efektif , dan dapat dipahami oleh banyak pihak. *Business Model Canvas* (BMC) merupakan rancangan *business plan* yang mempunyai beberapa kolom, yang mana setiap kolom saling berhubungan satu dengan lain untuk menghasilkan sistem bisnis usulan.

2.5 Metode Pengembangan Bisnis

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Waterfall Development*. Penentuan metode pengembangan berdasarkan kesesuaian metode untuk dipakai dan digunakan dalam memecahkan masalah. Dalam metode *Waterfall* setiap tahapan saling keterkaitan yang saling berpengaruh.

2.6 Analisa Data

Analisa data dilakukan sesuai dengan proses bisnis yang sedang berjalan di PT. Karya Sarana Cipta Mandiri, dilakukan dengan cara mengurutkan proses transaksi penjualan yang saat ini berjalan secara lengkap, dan detail lalu dilanjutkan proses menggunakan *activity diagram* melalui *software Draw.io* bertujuan untuk menjelaskan secara detail, *software Draw.io* dapat diakses oleh siapapun. Untuk identifikasi masalah yang ada menggunakan metode sebab akibat dengan menggunakan *diagram fishbone*.

2.7 Perancangan Sistem

Teknik untuk merancang sebuah sistem usulan yang dibahas menggunakan metode ini. Penulis menggunakan bantuan *tools* yang digunakan dalam menyelesaikan perancangan sistem antara lain menggunakan beberapa diagram. Contoh diagram yang digunakan *Unified Modeling Language* seperti: *Use Case Diagram*, *Class Diagram*, *System Sequence Diagram*, *User Interface* menggunakan *Software Balsamiq Mockup*, *Interaction flow Modeling Language* menggunakan *software Draw.io* dan *Component Diagram*.

Adapun untuk merancang sistem usulan menggunakan *Content Management System* (CMS) yang ada di *Wordpress* dengan tambahan plugin *WooCommerce* dan memakai beberapa plugin tambahan untuk menambah kesempurnaan dalam membuat sistem usulan

2.8 Perancangan Sistem

Dalam tahapan uji coba hasil program, penulis menggunakan metode *Blackbox Testing*, yang dimana sistem usulan diibaratkan seperti sebuah "blackbox", percobaan ini dilakukan berdasarkan hasil yang keluar pada sistem yang di *compile* atau pada entri data, dengan hasil keluar *Zero* (nol) dengan pesan *error* (kesalahan). Dan test ini dilakukan oleh pembuat secara langsung dan di uji oleh pengguna secara langsung.

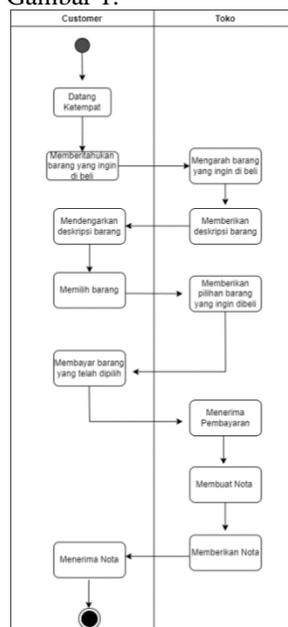
2.9 Strategi Search Engine Optimization (SEO) dan Strategi Marketing

Penjelasan dalam strategi ini memakai sebuah teknik yang bernama *Search Engine Optimization* (SEO) berfungsi untuk menaikkan posisi web kita berada di posisi pertama di halaman *Google*. Dengan cara menggunakan teknik SEO dalam penelitian melakukan pendekatan *SEO On-page* dengan bantuan sebuah plugin *Yoast SEO* yang ada di *Wordpress*. (a) *Produk*, menyediakan produk yang dijual oleh perusahaan kualitas produk yang dijual oleh perusahaan dijamin original dan bisa bersaing dengan produk sejenis. (b) *Price*, perusahaan menawarkan dengan harga yang bersahabat sehingga mampu menjangkau semua kalangan. (c) *Promotion*, memasarkan produk melalui media sosial yang dapat menjangkau semua konsumen sehingga mampu memperluas pelanggan, promosi penjualan berupa pemberian kartu membership isinya banyak diskon serta potongan harga untuk beberapa produk. (d) *Proses*, kegiatan transaksi penjualan dapat dilakukan dimana saja tanpa harus datang ke toko.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisa Masalah pada Sistem Berjalan

Analisa sistem transaksi yang sedang berjalan yang terjadi pada sistem berjalan digambarkan dalam bentuk *activity diagram* seperti yang terlihat pada Gambar 1.

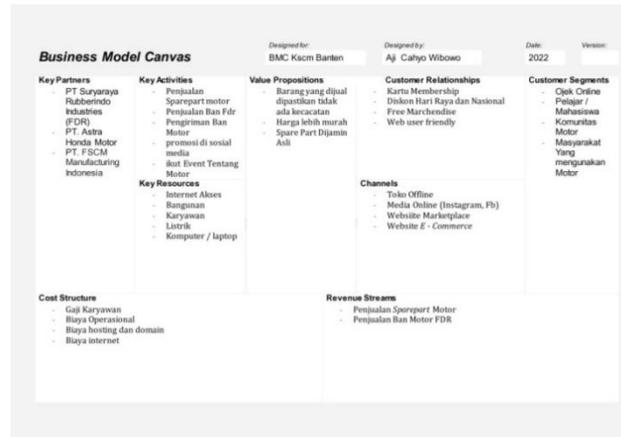


Gambar 1. Activity Diagram Transaksi

Gambar 1. Menunjukkan customer datang ke toko, setelah sampai di tempat customer di sambut oleh pihak toko yang sedang berjaga, customer memberitahukan barang yang ingin di beli kepada pihak toko, lalu toko kami mengarahkan pelanggan kepada barang yang di maksud, setelah sampe ke barang yang dimaksud toko kami menjelaskan deskripsi barangnya, setelah mendengar deskripsi dari toko kami pelanggan langsung memilih barangnya, toko kami menyerahkan barangnya agar menuju ke kasir untuk membayar barang yang sudah di pilih, setelah sampai di kasir customer membayar barang yang dipilih, toko menerima pembayaran dari customer, toko kami langsung membuat nota, setelah membuat nota toko kami langsung memberikan notanya, setelah memberikan nota customer membawa barangnya serta meninggalkan toko.

3.2 Analisa Bisnis Sistem Usulan

Penulis menggunakan metode PT. Karya Sarana Cipta Mandiri untuk membantu menyelesaikan masalah yang ada metode ini digambarkan dalam bentuk *business model canvas*, dimana model bisnis ini terdiri dari 9 kolom seperti yang terlihat pada Gambar 2.

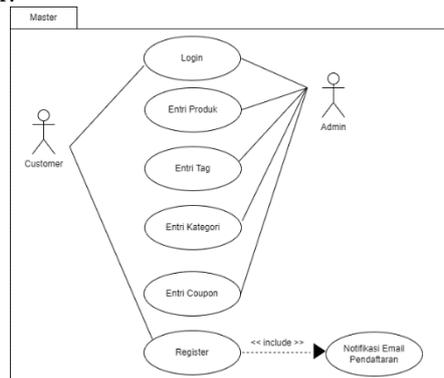


Gambar 2. Business Model Canvas

Gambar 2. Menunjukkan key partner kami sebut rekan kerja sebagai pemasok barang yang akan dijual di PT. Karya Sarana Cipta Mandiri, *Key Activities* adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan selain itu juga perusahaan melakukan penjualan sparepart motor, penjualan ban FDR dan lain-lain,

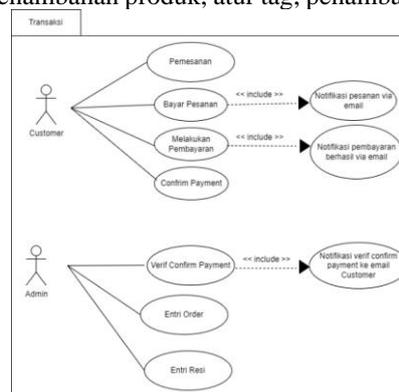
3.3 Use Case Diagram

Berikut adalah *Use Case Diagram* master yang mana didalamnya terdapat banyak kegiatan yang bisa dilakukan oleh admin dan customer.



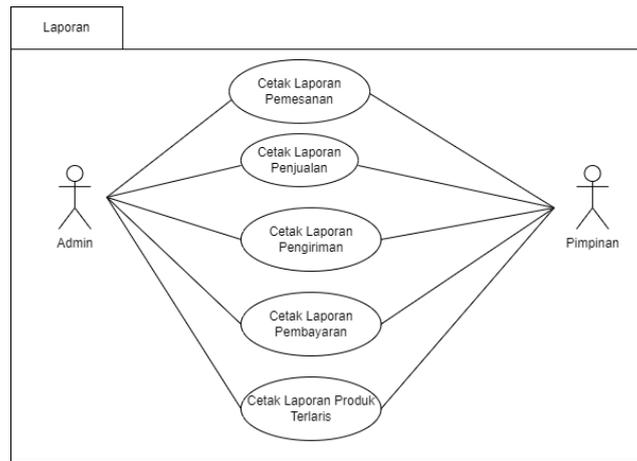
Gambar 3. Use Case Diagram Master

Gambar 3. Menunjukkan proses masuk ke sistem yang bisa digunakan oleh customer dan admin perusahaan, di proses ini admin bisa melakukan penambahan produk, atur tag, penambahan kategori dan memasukkan coupon.



Gambar 4, Use Case Diagram Transaksi

Gambar 4. Menunjukkan customer dapat melakukan pemesanan yang ingin di beli, melakukan bayar pesanan, melakukan pembayaran, dan *Confirm Payment*, sedangkan admin bisa melakukan verif *confirm payment*, pengecekan orderan dan entri pesanan agar konsumen bisa cek barang yang telah dipesan.

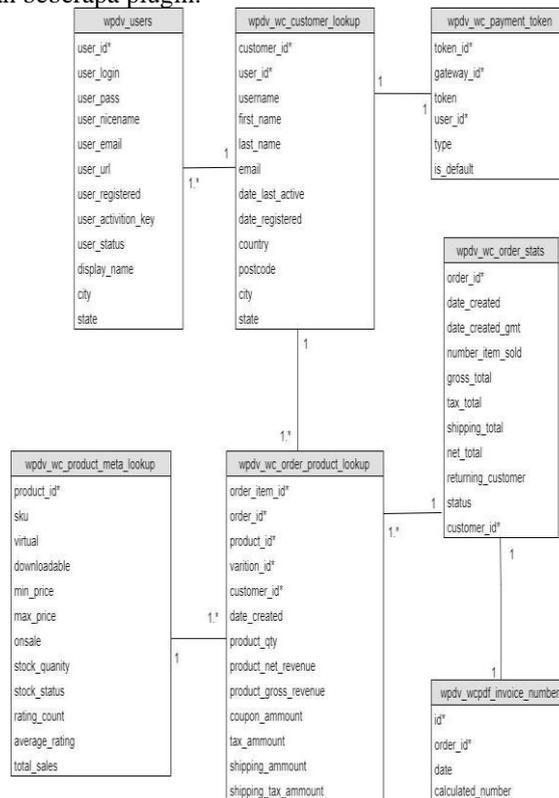


Gambar 5. Use Diagram Laporan

Gambar 5. Menunjukkan admin dan pimpinan mempunyai fungsionalitas laporan pemesanan, laporan penjualan, laporan pengiriman, laporan pembayaran dan laporan produk terlaris.

3.4 Class Diagram

Class Diagram yang ada di penelitian ini merupakan hasil keluaran dari sistem usulan dengan menggunakan Wordpress dan dibantu dengan beberapa plugin.

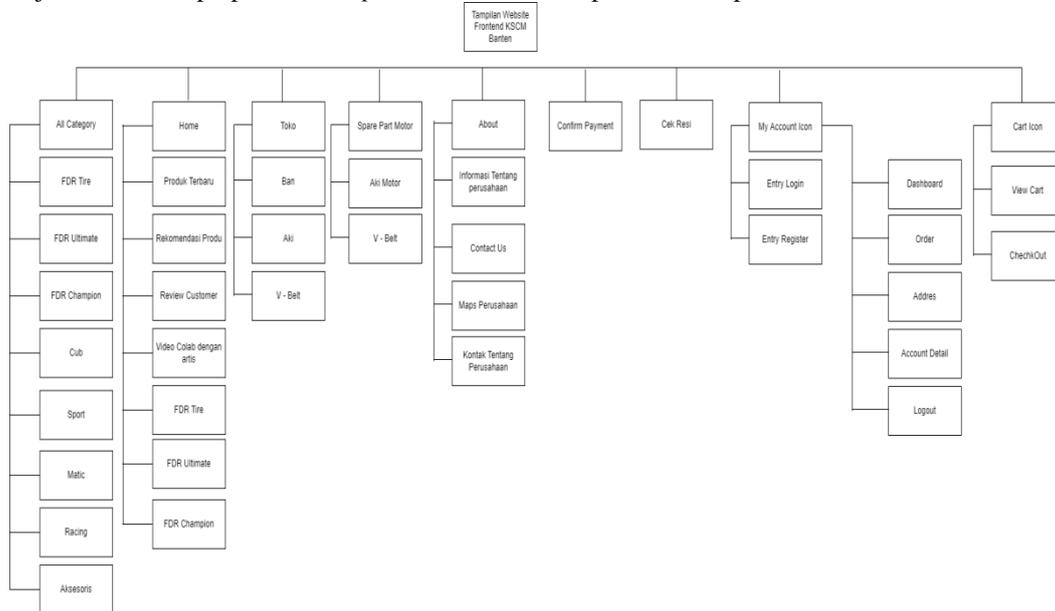


Gambar 6. Class Diagram

Gambar 6. Merupakan hasil keluaran dari system usulan menggunakan wordpress ditambah dengan bantuan beberapa plugin sesuai dengan kebutuhan. Berawal dengan melakukan pembuatan menggunakan wordpress dan optimalkan *tools wordpress* sesuai dengan kebutuhan, dan agar website yang dibuat dapat diakses dimana saja oleh konsumen. Untuk optimalkan fungsi dari *E-Commerce* menggunakan beberapa plugin salah satu plugin nya yaitu *woocommerce* dan diatur sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan proses pembuatan website dan diatur yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan maka terbentuk *class diagram* seperti gambar 6.

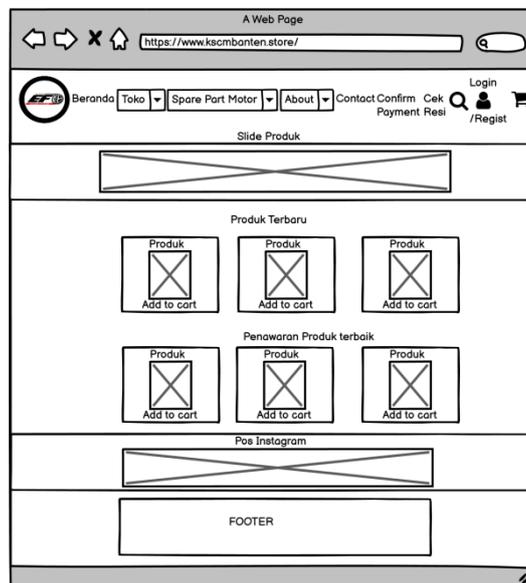
3.5 Hasil Keluaran Penelitian

Hasil dari keluaran penilitan yang dilakukan ialah berbentuk sebuah waebbsite yang dapat menyelesaikan permasalahan yang sudah di indentifikasi sebelumnya. Website ini sangat fleksibel sehingga dapat di akses dimana saja bisa lewat laptop atau *smartphone*. Berikut merupakan beberapa menu website dari website.



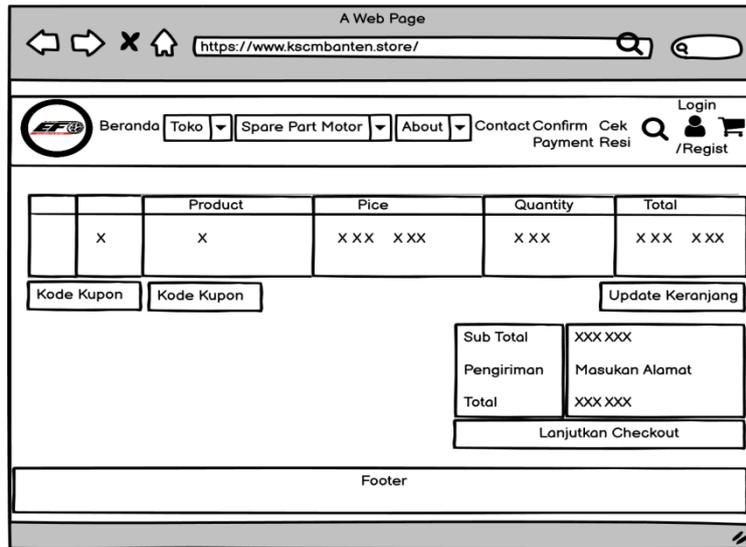
Gambar 7. Struktur Tampilan Menu

Gambar 7. Merupakan struktur tampilan website PT.Karya Sarana Cipta Mandiri tampilan depan, menu yang tampil diweb berdasarkan fungsi dari sistem yang telah di gambarkan beberapa diagram yang ada diatas. Stuktur tampilan disatukan menjadi beberapa menu seperti menu halaman utama, produk, jenis produk, akun konsumen, dan keranjang.



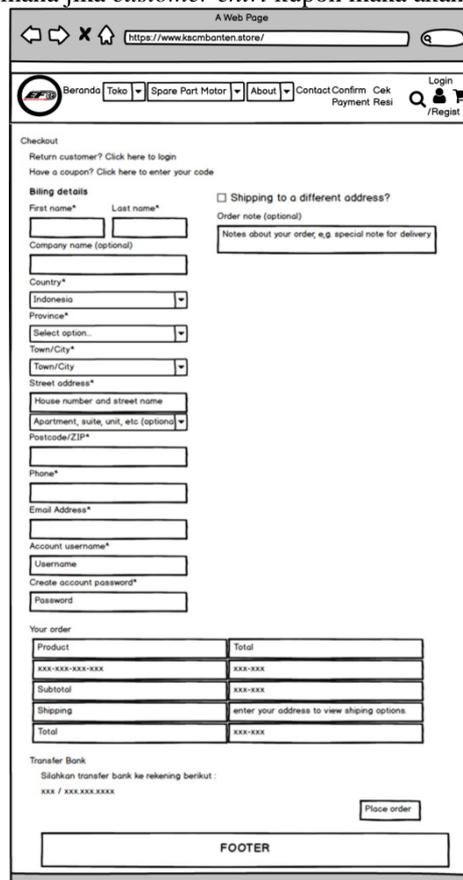
Gambar 8. Struktur Tampilan Beranda

Gambar 8.merupakan struktur tampilan beranda ketika *customer* ingin belanja lewat *website* maka halaman yang pertama kali keluar ialah halaman beranda. Beranda berisikan produk apa saja yang dijual, daftar menu dan juga terdapat beberapa pilihan kategori produk, beberapa menu yang membantu customer untuk belanja..



Gambar 9. Struktur Tampilan barang yang sudah dipilih

Gambar 9. Menunjukkan proses setelah *customer* memilih barang yang ingin dibeli maka halaman inilah yang akan tampil di halaman ini terdapat kolom detail produk yang sudah dipilih oleh *customer* selain detail produk terdapat juga menu kupon yang dimana jika *customer* *entri* kupon maka akan mendapatkan diskon.



Gambar 10. Struktur Tampilan Rancangan Halaman Checkout

Gambar 10. Menunjukkan proses sebelumnya konsumen diarahkan ke menu *Checkout*. Pada halaman ini *customer* total belanja yang harus dibayar, diskon coupon yang di dapatkan, dan ongkos kirim yang harus dibayarkan, di halaman ini juga konsumen wajib mengisi data pribadi, mengisi alamat agar total ongkos kirim bisa terlihat, proses pembayaran bisa dilakukan transfer langsung ke PT. Karya Sarana Cipta Mandiri, dan bisa melakukan pembayaran *payment gateway*, dan jika pembayaran langsung ke PT.KSCM harus konfirmasi pembayaran melalui website.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan pada Penelitian ini adalah dengan dibangunnya *website e-commerce* pihak perusahaan dapat menampilkan semua produk yang mereka jual dengan bantuan barang apa saja yang sedang diskon dan mengadakan *voucher* belanja dengan begitu mampu memperluas are penjualan sehingga *customer* bertambah dan barang yang dijual dapat dikenal oleh masyarakat efek dari dibangunnya *website e-commerce* *customer* jika ingin belanja tidak perlu datang ke toko cukup akses dimana saja. Untuk Penelitian mendatang agar menyempurnakan penelitian ini dengan menambahkan menu daftar servis motor agar mampu menghemat waktu *customer* dan tidak ada lagi antrian yang dapat mengganggu waktu *customer*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. G. F. Listianto, F. Fauzi, R. Irviani, K. Kasmi, "Konveksi Seragam Drumband Di Pekon Klaten Gadingrejo Kabupaten Pringsewu Program Studi Manajemen , Stie Trisna Negara , Oku Timur," *J. Tam(Technology Accept. Model.*, Vol. 8, No. 2, Pp. 146–152, 2017.
- [2] S. Handayani, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kahandayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta. *Ilkom Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182–189. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v10i2.310>," *Ilk. J. Ilm.*, Vol. 10, No. 2, Pp. 182–189, 2018.
- [3] A. R. Rachman And E. Fernando, "Perancangan E-Commerce Berbasis Website Pada Toko Mirabella Batik Jambi," *Vol. 12, No. 2, 2017.*
- [4] M. Filbert And M. Astri Wulandari, S.E., "Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering," *J. Teknol. Inform. Komput.*, Vol. 1, No. 2, Pp. 274–282, 2020.
- [5] R. Tamilarasi And N. Elamathi, *E-Commerce- Business- Technology- Society*, Vol. 4, No. 10. 2020. Doi: 10.29121/Ijetmr.V4.I10.2017.103.
- [6] S. Hidayat, H. Suryantoro, And J. Wiratama, "Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia," *Simetris J. Tek. Mesin, Elektro Dan Ilmu Komput.*, Vol. 8, No. 2, P. 415, 2017, Doi: 10.24176/Simet.V8i2.1165.
- [7] R. Rachmawati, "Teknik Dan Ideologi Penerjemahan Di Wordpress," *Madah J. Bhs. Dan Sastra*, Vol. 7, No. 2, P. 211, 2017, Doi: 10.31503/Madah.V7i2.430.
- [8] Meylasari, "Implementation Of Search Engine Optimization : Through White Hat Techniques," *Proc. - Ieee 2018 Int. Conf. Adv. Comput. Commun. Control Networking, Icacccn 2018*, Vol. 5, No. 2, Pp. 674–678, 2018, Doi: 10.1109/Icacccn.2018.8748337.
- [9] A. Wahana, "Rancang Bangun Marketplace Produk Kewirausahaan Mahasiswa Upy Berbasis Content Management System," *J. Din. Inform.*, Vol. 7, No. 1, Pp. 73–81, 2018, [Online]. Available: www.upystore.com
- [10] E. R. Akbar And H. Irawan, "Analisis Dan Implementasi E-Commerce Menggunakan Cms Wordpress Pada Queenita Classic," *Idealis Indones. J. Inf. Syst.*, Vol. 4, No. 1, Pp. 107–116, 2021, Doi: 10.36080/Idealis.V4i1.2768.
- [11] Setiawan And Khairuzzaman, "Perancangan Sistem Informasi Manajemen Proyek: Sistem Informasi Kontraktor. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*," Vol. V, No. 2, Pp. 103–111, 2017.