

## Penerapan Website E-Commerce Berbasis CMS pada Toko Mumtaz

Nino Karlito Parsaulian Simatupang<sup>1\*</sup>, Bima Cahya Putra<sup>2</sup>

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

Email: 1812501342@student.budiluhur.ac.id<sup>1\*</sup>, bimo.cahyoputro@budiluhur.ac.id<sup>2</sup>

(\* : corresponding author)

**Abstract**-Mumtaz yaitu suatu usaha milik perorangan yang bergerak dibidang penjualan action figure yaitu gundam. Berdirinya pada tahun 2020 untuk kalangan 18 tahun keatas. Dalam perkembangan teknologi serta media pemasaran membantu proses penjualan dan sangat mendukung untuk menghasilkan informasi dengan mudah, tepat, cepat, nan-efisien. Menggantikan sistem manual menjadi sistem terkomputerisasi itu sangat menguntungkan terhadap beberapa pihak yaitu pengusaha/bisnis. kendala dalam toko mumtaz yaitu penjualan dan pemasaran masih menggunakan sistem event to event dan Instagram sehingga kurang efektif, belum memiliki katalog barang sehingga menyulitkan pelanggan dalam pemesanan, serta menyulitkan staff dalam pembuatan laporan penjualan karena masih menggunakan metode manual . Berdasarkan permasalahan pada toko mumtaz peneliti melakukan pembuatan sebuah website E-Commerce untuk memudahkan proses penjualan secara online. Metode yang diusulkan untuk menyelesaikan masalah adalah observasi, studi literatur, *Business Model Canvas (BMC)* dan untuk tahapan penyelesaian menggunakan tahapan penelitian (*waterfall*) serta menggunakan strategi *search engine optimization(seo)* agar memudahkan pelanggan dalam melakukan pencarian produk yang terkait. Penelitian bertujuan membantu proses pemasaran, membantu menyediakan informasi mengenai katalog barang yang disediakan pada toko mumtaz dan menyediakan laporan untuk pihak pemilik toko. Dalam pembuatan sistem website E-Commerce menggunakan sistem (CMS) wordpress beserta dengan plugin-plugin *woocommerce* yang dibutuhkan. Penelitian ini menghasilkan aplikasi E-Commerce yang diharapkan dapat memaksimalkan penjualan gundam yang ada pada toko mumtaz.

**Kata Kunci:** *e-commerce, action figure, content management system.*

### **IMPLEMENTATION OF CMS-BASED E-COMMERCE WEBSITE IN MUMTAZ SHOP**

**Abstract**-Mumtaz is an individual-owned business engaged in selling action figures, namely Gundam. Established in 2020 for people 18 years and over. The development of technology and marketing media helps the sales process and is very supportive to produce information easily, precisely, quickly, and efficiently. Replacing the manual system into a computerized system is very beneficial for several parties, namely entrepreneurs/businesses. The obstacles in the Mumtaz store are sales and marketing still using the event to event system and Instagram so that it is less effective, does not have a catalog of goods, making it easier for customers to order, and makes it easier for staff in making sales reports because they still use manual methods. Based on the problems at the mumtaz store, the researchers made an E-Commerce website to facilitate the online sales process. The method proposed to solve the problem is observation, literature study, *Business Model Canvas (BMC)* and for the completion stage using the research stage (*waterfall*) and using *search engine optimization (seo)* strategies to make it easier for customers to search for related products. The research aims to assist the marketing process, help provide information about the catalog of goods provided at the Mumtaz store and provide reports for the store owner. In making the E-Commerce website system using the wordpress system (CMS) along with the required *woocommerce* plugins. This research produces an E-Commerce application which is expected to maximize the sale of gundams in the mumtaz store.

**Keywords:** *e-commerce, action figure, content management system.*

## 1. PENDAHULUAN

Dalam sebuah toko bisnis informasi adalah data sangat penting dan menjadi kepentingan utama bagi perkembangan suatu instansi. Perkembangan teknologi juga sangat mendukung untuk menghasilkan informasi dengan cepat, efisien dan menggantikan sistem manual menjadi terkomputerisasi. Dengan melihat perkembangan teknologi web dengan internet sebagai media pemasaran sangat membantu proses penjualan guna menjangkau konsumen umum yang lebih luas dan tidak dibatasi jarak dan waktu [1].

Toko Mumtaz bergerak dibidang penjualan koleksi figure yaitu Gundam. Berdirinya toko mumtaz pada tahun 2020, penjualan ini dimulai dari keinginan berbisnis dan menciptakan lapangan pekerjaan, yang dimana meningkatnya jumlah pemutusan hak kerja (PHK) semenjak virus *Covid-19* menjangkit banyak masyarakat di kawasan Tangerang dan sekitarnya. Demikian pula yang dirasakan oleh Toko Mumtaz dengan bergerak di bidang jasa penjualan, penggunaan teknologi informasi pasti sangat menguntungkan agar data pada Toko Mumtaz tersimpan dengan rapih. Untuk mengetahui langkah selanjutnya dalam pembuatan sistem yaitu

mempelajari sistem berjalan dalam sebuah organisasi beserta permasalahannya. Tujuannya agar mendapatkan gambaran secara jelas tentang bentuk permasalahan pada organisasi atau toko tersebut.

Dalam penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian *Waterfall* dan menerapkan metode *Business model canvas (BMC)* guna merancang perencanaan bisnis pada toko mumtaz sangat penting dalam mencapai tujuan.

*Waterfall* adalah metode pengembangan perangkat lunak yang pertama kali diperkenalkan oleh Herbert D. Benington tahun 1956, dengan langkah demi langkah yang dilalui harus diselesaikan satu per satu dan berjalan secara berurutan [2].

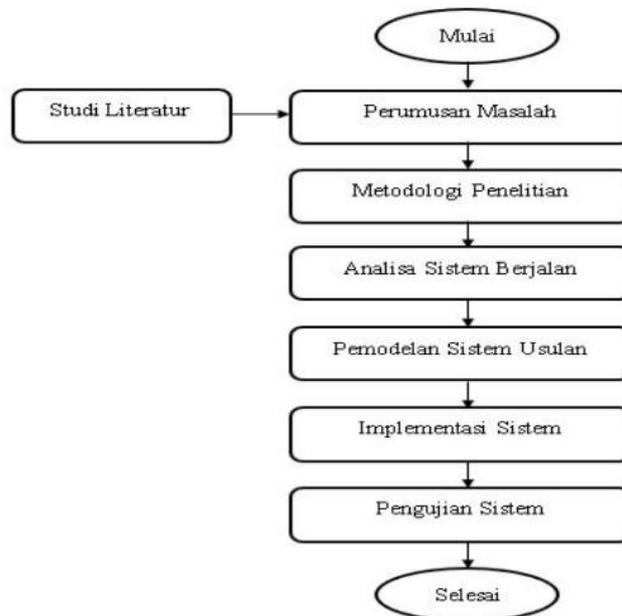
*Business model canvas (BMC)* adalah sebuah *tools* manajemen strategi yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder tahun 2004 untuk mendefinisikan sebuah ide bisnis dengan cepat dan mudah. Model bisnis ini berupa kanvas yang terdiri dari 9 *building blocks* yang saling berhubungan satu sama lain [3].

Ada beberapa studi literatur yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan antara lain: penelitian pertama membahas tentang Distro XYZ yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan berbagai jenis fashion. Pengelolaan transaksi penjualan produk yang masih konvensional, maka menyebabkan beberapa permasalahan bisnis seperti, Kesulitan mengetahui informasi stok produk, proses pemesanan produk yang kurang efektif dikarenakan *customer* harus datang ke toko, penjualan membutuhkan waktu yang lama dikarenakan masih ditulis tangan, Pihak toko selama ini belum memiliki media khusus untuk mempromosikan produk-produknya dan transaksi penjualan masih dilakukan secara tradisional [4]. Penelitian kedua membahas tentang Perancangan Sistem Informasi Berbasis E-Commerce Toko Kun dalam peningkatan penjualan dan transaksi, yang dimana konsumen harus datang untuk membeli barang. Kurang luasnya jangkauan promosi yang dilakukan toko Kun masih menggunakan spanduk [5]. Dari sumber fakta-fakta diatas penulis melanjutkan penelitian lebih untuk menganalisa sistem informasi Toko Mumtaz agar lebih baik. Penulis memilih judul “Implementasi Website E-Commerce Berbasis CMS Pada Toko Mumtaz.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Langkah-Langkah Penelitian

Untuk menyelesaikan suatu masalah penelitian, membutuhkan beberapa tahapan langkah-langkah penelitian agar mencapai tujuan secara terstruktur adapun langkah-langkahnya diuraikan pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Langkah-langkah penelitian

### 2.2 Metode Pengumpulan Data

Rahman S (2018) mengungkapkan: metode pengumpulan data adalah mencari, mencatat, dan mengumpulkan semua secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dilapangan [6]. yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini ada dua cara yaitu dengan melakukan observasi suatu tempat dan studi literatur. Adapun penelitian yang digunakan penulis dengan metode pengumpulan data diantaranya, sebagai berikut:

- a. Observasi, digunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan data yang dibutuhkan pembuatan dan pengembangan sistem serta proses bisnis yang diterapkan pada toko.
- b. Studi literature, digunakan untuk mengumpulkan data dari penelitian terdahulu, pembelajaran dari berbagaimacam literatur dan dokumen seperti buku, jurnal dan teori-teori yang mendukung penelitian, *tools* yang akan digunakan dan data penunjang lainnya yang berkaitan dengan Implementasi Website E-Commerce Berbasis CMS Pada Toko Mumtaz.

### 2.3 Analisis Perancangan Sistem

- a. *Activity Diagram*  
*Activity Diagram* digunakan untuk memodelkan proses-proses yang terjadi pada sebuah sistem, runtutan proses dari suatu sistem digambarkan secara vertical.
- b. *Use Case Diagram*  
*Use Case Diagram* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada didalam sebuah sistem dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi-fungsi tersebut, dan bisa mempresentasikan sebuah interaksi actor dengan sistem.
- c. *Use Case Description*  
*Use Case Description* digunakan untuk menjelaskan detail pemrosesan untuk sebuah use case.
- d. *Class Diagram*  
*Class Diagram* digunakan untuk menggambarkan dengan jelas struktur serta deskripsi class, atribut, metode, dan hubungan dari setiap objek.
- e. *Sistem Sequence Diagram*  
*Sistem Sequence Diagram* digunakan dalam menjelaskan bagaimana tahapan itu dilakukan.
- f. *Component Diagram*  
*Component Diagram* digunakan untuk mendeskripsikan struktur dari sebuah *e-commerce*.
- g. *Interaction Flow Modelling Language (IFML)*  
*Interaction Flow Modelling Language (IFML)* digunakan untuk mengetahui interaksi yang terjadi pada halaman website *e-commerce*.
- h. BMC  
*Model Business Canvas (BMC)* digunakan untuk mendefinisikan serta mengkomunikasikan ide atau konsep bisnis dengan cepat dan mudah. BMC berbentuk dokumen satu halaman yang bekerja melalui elemen fundamental bisnis atau produk, serta menyusun ide dengan cara yang koheren. Berikut tahapan *Business Model Canvas* antara lain:
  1. *Value Propositions*
  2. *Customer Segments*
  3. *Customer Relationship*
  4. *Channels*
  5. *Key Activities*
  6. *Key Resources*
  7. *Key Partners*
  8. *Cost Structures*
  9. *Revenue Streams*
- i. *Search Engine Optimization*  
*Search Engine Optimization* dan *marketing* digunakan untuk memunculkan website atau blog dibagian teratas, atau minimal dihalaman ketika suatu kata kunci diketikan dalam mesin pencari. Berikut tahapan dalam *SEO*:
  1. Plugin Yoast SEO
  2. Nama Produk
  3. Frasa Kunci Utama
  4. Pratinjau Google
  5. Deskripsi Slug
  6. Deskripsi Meta
  7. Analisis SEO
  8. Keterbacaan
  9. Tag Produk
- j. *Marketing*  
*Marketing* digunakan untuk mencari informasi dari sebuah produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau melakukan pengembangan produk yang sudah ada mengenai kelebihan dan kekurangannya, kemudian melaporkannya semuanya kepada perusahaan agar segera dilakukan tindak lanjut.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Yerik Afrianto singgalen, Eko Sedyono dan Irwan Sembiring (2022) mengungkapkan: “bahwa BMC dapat digunakan secara fleksibel dalam menganalisis bisnis konvensional maupun digital” [7]. Bagian ini juga merepresentasikan penjelasan yang berupa penjelasan, gambar dan lainnya.

#### 3.1 Business Model Canvas (BMC)

Pada gambar 2 dibawah ini dijelaskan *BMC* penjual *online* ditoko Mumtaz yaitu:

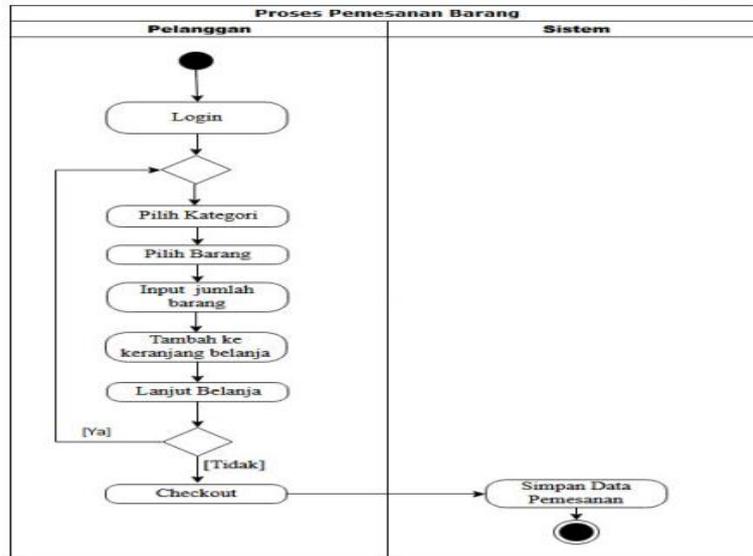
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Vendor serbagunaku Vendor honglisolo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kegiatan promosi terutama di media sosial</li> <li>- Mengikuti event-event terutama tentang Gundam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjual Gundam, dalam pengecatan berkualitas tinggi.</li> <li>- Menjual produk original</li> <li>- Mendapatkan kartu membership yang didalam memiliki diskon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemberian diskon apabila disetiap pembelian produk</li> <li>- Setiap pembelian akan mendapatkan merchandise.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Untuk kalangan dewasa dari usia 18 tahun</li> <li>- Anak muda penggemar anime dan robot-robotan</li> <li>- Para kolektor gundam</li> </ul>
	<b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Akses internet</li> <li>- Bangunan</li> <li>- Karyawan</li> <li>- Listrik</li> <li>- laptop</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahan pengecatan tergolong kategori tidak murah</li> <li>- Sudah dalam perakitan ataupun belum</li> </ul>	<b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instagram</li> <li>- Website</li> </ul>	
<b>Cost Structure</b>		<b>Revenue Streams</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gaji karyawan</li> <li>- Biaya internet</li> <li>- Biaya operasional</li> <li>- Biaya hosting dan domain</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penjualan gundam</li> </ul>		

Gambar 2. Business Model Canvas

- Value Propositions**  
Keunggulan Toko Mumtaz dibanding dengan toko lain adalah menjual gundam dalam kualitas tinggi, menjual produk original, mendapatkan kartu membership yang didalam memiliki diskon.
- Customer Segments**  
Pelanggan yang ditargetkan oleh Toko Mumtaz adalah kalangan dewasa dari usia 18 tahun, anak muda penggemar anime dan robot-robotan, para kolektor gundam.
- Customer Relationship**  
Dalam bentuk menarik minat pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah membeli produk adalah dengan memberlakukan pemberian diskon disetiap 3 pembelian produk, dan setiap pembelian akan diberikan merchandise.
- Channels**  
Media pendukung penyebaran yang dilakukan oleh Toko Mumtaz adalah website E-Commerce yang dibuat oleh penulis.
- Key Activities**  
Kegiatan yang berhubungan dengan aktivitas yang berjalan dengan produktivitas bisnis untuk menunjang *value propositions* adalah kegiatan promosi terutama dimedia sosial, mengikuti event-event terutama tentang gundam.
- Key Resources**  
Sumber daya yang dibutuhkan untuk menunjang kebutuhan pada *key activities* adalah akses internet, bangunan, karyawan, listrik, laptop.
- Key Partners**  
Kunci sebuah perusahaan agar berjalan dengan baik yaitu dengan mempunyai partner yang baik juga, *key partners dalam* Toko Mumtaz adalah vendor serbagunaku, dan vendor honglisolo.
- Revenue Streams**  
Sumber penghasilan yang didapatkan oleh pihak Toko Mumtaz adalah hasil penjualan Gundam.
- Cost Structure**  
Pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh Toko Mumtaz adalah gaji karyawan, biaya internet, biaya operasional, biaya hosting dan domain jika masa berlakunya habis.

### 3.2 Activity Diagram Pesan Produk

Apabila pelanggan sudah login, lalu pilih kategori dan produk yang ingin dibeli, dan jumlah barang selanjutnya otomatis masuk ke penyimpanan produk. selanjutnya produk yang ada dipenyimpanan produk lalu melakukan checkout. Lanjut pilih order. Berikut Activity diagram pemesanan pada gambar 3 berikut ini:



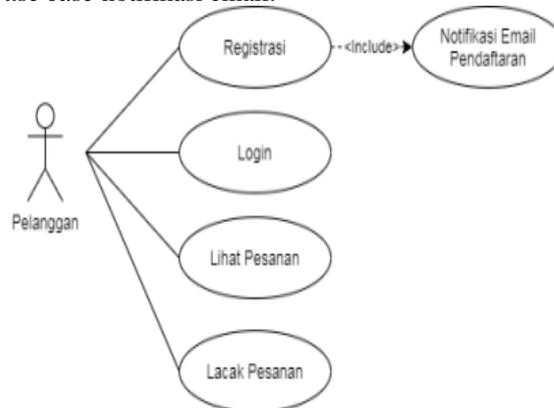
Gambar 3. Activity Diagram Pesan produk

### 3.3 Use Case Diagram

Rinto Rante Rerung (2018) mengungkapkan: “Use case merupakan pemodelan untuk menggambarkan kelakuan (behavior) sistem yang akan dibuat” [8]. Berikut digambarkan use case diagram berdasarkan proses bisnis yang diusulkan:

a. Use Case Diagram Login Customer

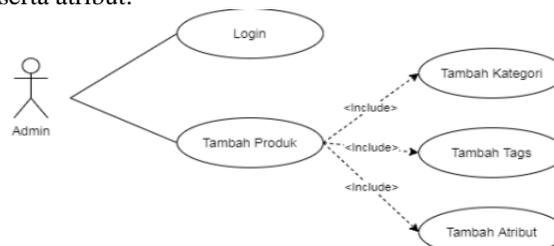
Gambar 4 yaitu use case diagram login pelanggan, use case registrasi, login, lihat pesanan, lacak pesanan dan sistem akan menjalankan use case notifikasi email.



Gambar 4. Use Case Diagram Login Customer

b. Use Case Diagram Admin Master

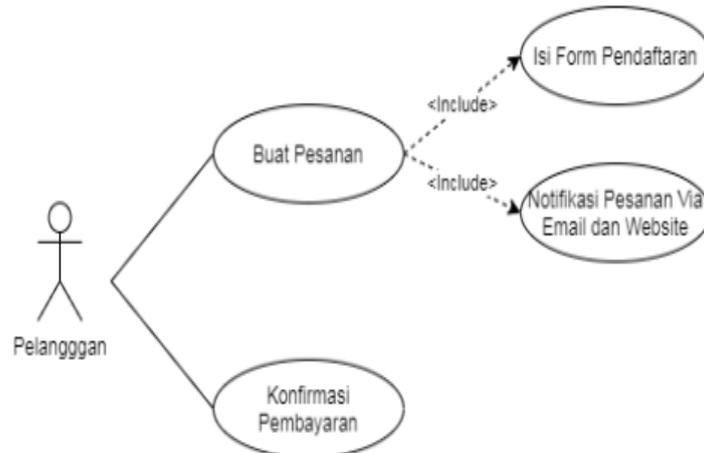
pada Gambar 5 merupakan use case diagram master admin, use case login, tambah produk, dan admin bisa menambahkan kategori, tags, serta atribut.



Gambar 5. Use Case Diagram Admin Master

c. *Use Case Diagram* Transaksi Pelanggan

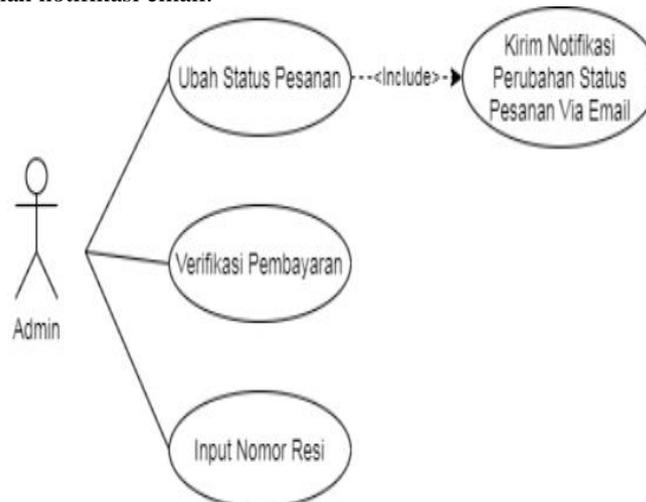
pada Gambar 6 merupakan *use case* buat pesanan, konfirmasi pembayaran, isi form, dan sistem akan menjalankan *use case* notifikasi email pesanan.



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

d. *Use Case Diagram* Admin Transaksi

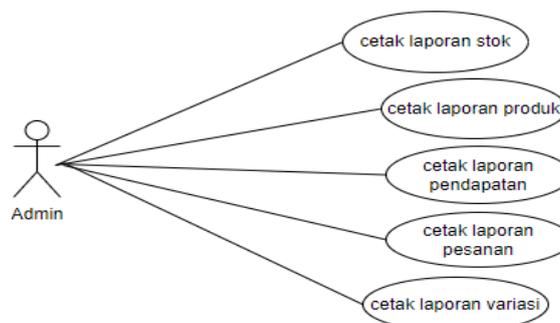
Gambar ke-7 adalah *use case diagram* ubah status pesanan, verif pembayaran, input resi dan admin bisa mengubah status perubahan notifikasi email.



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

e. *Use Case Diagram* Laporan

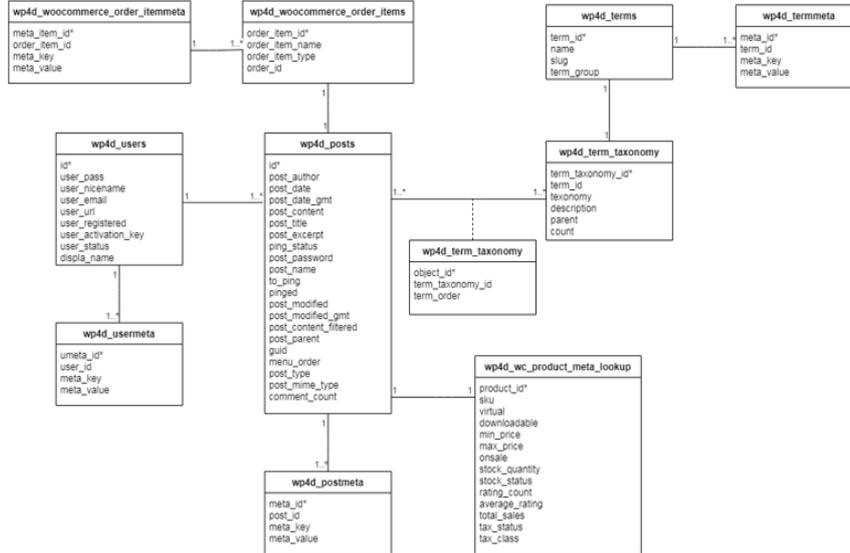
Pada gambar 8 sebuah *use case diagram* laporan admin yang terdapat *use case* cetak laporan stok, cetak laporan prosuk, cetak laporan pendapatan, cetak laporan pesanan, cetak laporan variasi.



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

### 3.4 Diagram Class

Muhammad Aldi Novriansyah dan somantri (2022) mengungkapkan: “class diagram merupakan salah satu jenis diagram yang paling berguna diUML, hal ini karena dapat dengan jelas memetakan struktur sistem tertentu dengan memodelkan kelas, atribut, operasi serta hubungan antar objek” [9]. Gambar berikut yaitu class diagram pada sistem penjualan *online* website toko Mumtaz.



Gambar 9. Class Diagram

### 3.5 Sistem Sequence Diagram Pesan Produk

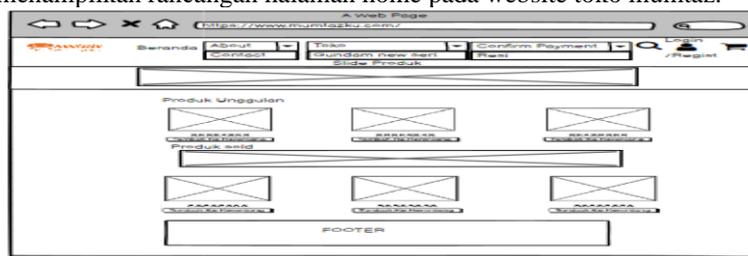
Hastanti dan purnama (2018) mengungkapkan: “Sistem sequence merupakan suatu penggambaran interaksi antar objek didalam dan disekitar sistem yang berupa message yang digambarkan terhadap waktu” [10]. Gambar dibawah ini sistem sequence pemesanan dimulai dengan *customer* membuka website halaman produk, lalu memilih produk dan menambahkan ke keranjang terdapat looping yang mana customer dapat memilih produk dan menambahkan produk secara berkala. Lalu buka keranjang akan tampil pilihan checkout produk.



Gambar 10. System Sequence Diagram Pemesanan Produk

### 3.6 Rancangan Home Layar Sistem

Pada gambar 11 menampilkan rancangan halaman home pada website toko mumtaz.



Gambar 11. Rancangan Home Layar Sistem

### 3.7 Implementasi Search Engine Optimize dan Marketing

SEO atau yang lebih dikenal dengan sebutan *search engine optimize* adalah sistem untuk meningkatkan *traffic* kunjungan *website* yang kita bangun dengan cara memunculkan pencarian *website* kita pada halaman teratas. Ada beberapa cara yang diterapkan oleh Mumtaz untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan SEO antara lain ialah sebagai berikut :

a. Plugin Yoast SEO

Yoast SEO adalah plugin yang memudahkan dalam melakukan kontrol terhadap *title*, meta *description*, menetapkan *keyword* seo, mengelola *sitemap*, melakukan pelacakan *keyword* dan banyak lagi yang bisa dilakukan Yoast SEO. Dalam membantu menerapkan *search engine optimization* (SEO) penulis menggunakan plugin Yoast SEO pada *website e-commerce* Mumtazku.com guna membantu menyempurnakan pencarian agar memunculkan produk kehalaman pertama saat dilakukan pencarian produk.

b. Nama Produk

Buatlah nama produk yang memudahkan orang untuk mencari produk yang ada didalam *website*. Dengan menggunakan judul yang menarik dan banyak yang mencari akan memudahkan produk kita muncul di mesin pencarian google, Seperti gambar 12 dibawah ini:



Gambar 12. Nama Produk

c. Frasa Kunci Utama

Frasa kunci utama memungkinkan jika pelanggan atau *user* sedang melakukan pencarian produk didalam google, frasa kunci utama menampilkan apa yang sedang mereka ketik, buatlah frasa kunci utama yang sesuai dengan judul website dan produk anda.

d. Pratinjau Google

Pratinjau google menampilkan tampilan yang akan muncul dimesin pencarian google ketika produk kita sedang dicari.

e. Deskripsi Slug

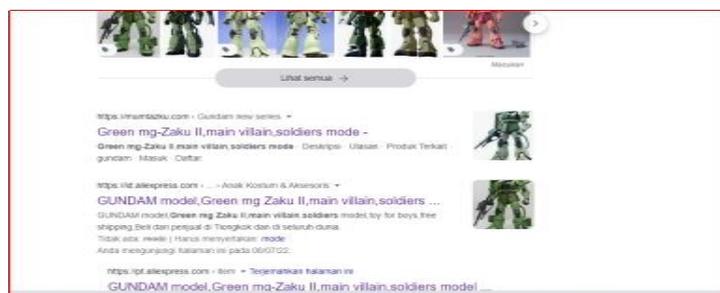
Deskripsi slug merupakan menu yang akan muncul ketika kita sedang mengakses produk atau menu yang ada didalam sebuah *website*.

f. Google Search Console

Google Search Console adalah layanan yang ditawarkan oleh Google untuk membantu memantau, mempertahankan, dan memecahkan masalah kehadiran situs di hasil Google Penelusuran. Tidak harus mendaftar ke Search Console agar situs Anda dicantumkan di hasil Google Penelusuran, namun Search Console dapat membantu memahami dan meningkatkan cara Google melihat situs. Search Console menawarkan beberapa fitur dan laporan untuk tindakan berikut:

- 1) Memastikan bahwa Google dapat menemukan dan mengcrawl situs.
- 2) Melihat data traffic Google Penelusuran untuk situs Anda: seberapa sering situs Anda muncul di Google Penelusuran, kueri penelusuran mana yang memunculkan situs Anda, seberapa sering penelusur mengklik untuk kueri tersebut, dan banyak lagi.
- 3) Menerima pemberitahuan saat Google menemukan masalah Hasil Pencarian Google

Dengan kata kunci pencarian “*green mg zaku imain villainsoldiers mode*”gambar 13 dibawah ini produk dari website Mumtazku.com berada dihalaman pertama baris pertama pada pencarian produk. Pada tanggal 08-07-2022



Gambar 13. Google Search Engine

g. Marketing

Marketing yang digunakan toko Mumtaz dengan mengikuti all event dan di media sosial dilakukan dengan cara menyebarkan konten informasi, promosi seperti merchandise/gantungan kunci. Contohnya ketika akan menjual Gundam maka informasi yang bisa dibagikan adalah semua yang berhubungan dengan action figure,

tata cara merawatnya atau fakta menarik seputar gundam tersebut. Dan dengan mengadakan *Giveaway* atau melakukan kuis berhadiah seperti gambar 14 dibawah ini:



**Gambar 14.** Marketing

#### 4. KESIMPULAN

Peneliti menyatakan bahwa setelah selesainya pembahasan perlu menyimpulkan beberapa penulisan laporan dengan dibuatkannya Website Penjualan Barang pada Toko Mumtaz, yaitu sebagai berikut:

- Website e-commerce* yang telah dibangun maka diharapkan dapat memaksimalkan penjualan dan pemasaran produk pada toko Mumtaz dengan menggunakan sistem SEO.
- Dengan adanya *website e-commerce* yang telah dibangun maka diharapkan juga dapat membantu pelanggan dalam mengetahui produk ada dimana dan memberikan informasi yang telah disediakan didalam *website*.
- Dengan adanya *website e-commerce* yang telah dibangun maka diharapkan dapat mempermudah toko Mumtaz memberikan laporan yang ada, serta dapat mengurangi kesalahan informasi yang didapat oleh toko mumtaz dan pemilik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alfin Gunawan dan Agus Umar Hamdani, (2021) P-ISSN: 2527-5321 dan E-ISSN:2527-5941 dengan judul "Implementasi *E-Commerce* Dengan Pendekatan *BMC, CMS, SEO, Strategi Mix Marketing*".
- [2] Arman, A., Elizamiharti, & Muhammad Saf'an. (2019). "Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Tanaman Hias Berbasis Online Sebagai Media Promosi".
- [3] A. Wahana, "Rancang Bangun Marketplace Produk Kewirausahaan Mahasiswa UPY Berbasis Content Management System," Jurnal Dinamika Informatika, 7(1), pp. 73–81, 2018.
- [4] Gunawan, A. and Hamdani, U. A. (2021). "Implementasi E-Commerce dengan pendekatan BMC, CMS, SEO, Strategi Mix Marketing".SemnasRistek,1-5.
- [5] Handayani, S (2018). "Perancangan Sistem Informasi Berbasis E-Commerce Toko Kun". Jurnal Fikom UMI, 3-7
- [6] Rahman, S. (2018). Buku Sakti SEO WordPress dan Joomla. Jakarta: Elex Media Komputindo, 7.
- [7] Singgalen, Y. A. ., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2022). "Analisis Bisnis Cenderamata Dan Jasa Perjalanan Wisata Menggunakan Businness Model Canvas (Bmc) Dan Metode Pieces". Jurnal Unpad, Diambil dari <http://jurnal.unpad.ac.id/adbispreneur/article/view/3366>.
- [8] Rinto Rante Rerung, (2018). "Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi". E-Commerce, Ed 1, Cet 1.Sungkawa, B., Supriatna, H., Wardani, H. W., & Maufiyyan, L. (2017). Pembangunan Online Booking Studio Menggunakan Wordpress pada Giva Music Studio Tangerang. *Proceedings of the Informatics Conference*,3(4).
- [9] Novriansyah, M. A. ., Navida, E. T. ., Zulkarnaen, R. ., Nurfaizah, E. ., & Somantri. (2022). "Sistem Penjualan Perikanan Menggunakan Woocommerce Wordpress: Sistem Penjualan Perikanan Menggunakan Woocommerce Wordpress". *Seminar Nasional Teknologi Informasi, Mekatronika, Dan Ilmu Komputer (Sentimeter)*, 1(1). Diambil dari <https://prosiding.sentimeter.nusaputra.ac.id/article/view/22>
- [10] R. P. Hastanti, B. E. Purnama, and I. U. Wardati. (2018). "*Sistem Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan*", Bianglala Informatika, 3(2), pp. 1-9.