

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *PLUGIN WOOCOMMERCE* PADA TOKO LOVEBOUQUET.TNG

Fajar Dwi Nugroho^{1*}, Lauw Li Hin², Hendri Irawan³, Muhammad Ainur Rony⁴

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

⁴ Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}1812501284@student.budiluhur.ac.id, ²lauw.lihin@budiluhur.ac.id, ³irawan@budiluhur.ac.id,
⁴ainur.rony@budiluhur.ac.id
(*: *corresponding author*)

Abstrak-Perkembangan teknologi yang berkembang pesat pada saat ini membuat suatu usaha untuk meningkatkan pelayanannya, salah satu caranya adalah menerapkan *E-Commerce*. Untuk usaha yang sudah *online* membuat transaksi menjadi lebih mudah karena dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, sehingga akan berdampak pada kemudahan pelanggan untuk melakukan transaksi pada toko. Lovebouquet.tng merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang penjualan *flower bouquet (artificial)*, paket *flower bouquet (artificial)* boneka wisuda, *flower bouquet money*, *snack bouquet* yang memiliki motif-motif yang menarik. Selain itu Lovebouquet.tng penjualan produk stagnan karena pemilik toko hanya memasarkan produknya melalui sosial media seperti *Instagram* dan *WhatsApp* (Terbatas pada orang yang *memFollow* atau menyimpan nomor pemilik toko), promosi dan pemasaran produk yang kurang luas sehingga masih sedikit masyarakat mengenal produk dari toko lovebouquet.tng tersebut. Metode penelitian ini dapat membuat *E-Commerce*serta *Content Management System (CMS) Wordpress*, membahas tentang bagaimana cara menambahkan produk, melakukan pemesanan produk, melakukan pembayaran pesanan dengan transfer bank, dan melakukan konfirmasi pembayaran. Setelah pembayaran sudah dikonfirmasi oleh admin, maka admin akan merubah status pesanan pelanggan yang sudah dibayar. Fitur lainnya dari penelitian ini menghasilkan katalog produk, keranjang belanja, serta *checkout*. Untuk laporan yang dihasilkan adalah laporan pendapatan, informasi pemasaran, serta informasi barang terlaris.

Kata Kunci: *E-Commerce*, CMS, WordPress, Toko Bunga.

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* USING *WOOCOMMERCE* PLUGIN ON LOVEBOUQUET.TNG STORE

Abstract-Technological developments that are growing rapidly at this time make an effort to improve services, one way is to implement *E-Commerce*. For businesses that are already online, it makes transactions easier because they can be done anywhere and anytime, so that it will have an impact on the convenience of customers to make transactions at stores. Lovebouquet.tng is a business engaged in the sale of *flower bouquet (artificial)*, *flower bouquet packages (artificial)* graduation dolls, *flower bouquet money*, *snack bouquets* which have interesting motifs. In addition, Lovebouquet.tng product sales are stagnant because shop owners only market their products through social media such as *Instagram* and *WhatsApp* (limited to people who follow or save the shop owner's number), promotion and product marketing are not extensive so that only a few people know the products from the lovebouquet shop the .tng. This research method can create *E-Commerce* and *Wordpress Content Management Systems (CMS)*, discussing how to add products, place product orders, make payment for orders by bank transfer, and confirm payments. After the payment has been confirmed by the admin, the admin will change the status of the customer's order that has been paid. Another feature of this research is to produce a product catalog, shopping cart, and checkout. The reports generated are income reports, marketing information, and best-selling item information.

Keywords: *E-Commerce*, CMS, Wordpress, Flower Shop.

1. PENDAHULUAN

Sekarang ini perkembangan dan kemajuan teknologi informasi berkembang dengan sangat pesat. Agar bisnis menggunakan penjelasan untuk pemrosesan data, ia harus memiliki sistem informasi di berbagai bidang. Bisnis yang memanfaatkan teknologi informasi, salah satunya internet, memiliki keunggulan kompetitif di pasar saat ini. Bahkan bisa meliputi berbagai subjek dan bukan sekedar satu, diyakini bahwa internet dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan perusahaan. Aplikasi website adalah salah satu bagian dari internet. Diperlukan bisa mengatasi persoalan dengan bertambah cepat dan teliti di semua kegiatan operasional. Sebagai hasil dari pertumbuhan teknologi informasi, banyak bisnis berlomba-lomba untuk meningkatkan kinerja melalui sistem yang sepenuhnya terkomputerisasi yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik mereka. Setiap bisnis biasanya ingin mendapatkan keuntungan, dan agar bisnis tersebut dapat melakukannya, ia harus dapat menggunakan salah satu sumber dayanya dengan baik. *E-Commerce* (perdagangan elektronik) akhir-akhir ini marak dengan munculnya

rlbuan bisnis yang menawarkan dagangannya di website, memberikan kesempatan yang setara untuk berkompetisi dan sukses di dunia internet [1].

Toko yang dikenal dengan nama lovebouquet.tng ini berdiri pada tahun 2016. Pada umumnya toko ini menawarkan bouquet bunga palsu, uang buket bunga palsu, snack buket bunga palsu dengan motif menarik, dan paket boneka wisuda buket bunga palsu. Toko lovebouquet.tng ingin menggunakan penjualan online karena keunggulan *e-commerce*. Hal ini dikarenakan promosi pemasaran produk yang kurang luas dan biaya yang lebih murah, sehingga hanya sedikit orang yang mengetahui produk toko lovebouquet.tng. Penelitian yang berjudul Sistem Informasi Penjualan Furniture Berbasis Web. Jugala Furniture ialah perusahaan dagang yang menjual furniture untuk peralatan rumah tangga, seperti tempat tidur, lemari, meja, dan kursi. Selain itu, Perusahaan Furniture masih menggunakan sistem manual untuk memesan barang, mengetahui penjualan, mengetahui persediaan barang, dan membuat laporan. Dengan memanfaatkan website berbasis *E-Commerce* sebagai media promosi penjualan online, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan rancangan dan implementasi sistem informasi penjualan mebel, serta untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam bidang peningkatan kualitas informasi dan perbaikan penggunaan waktu [2].

Penelitian ini Masyarakat yang bermasalah masih melakukan riset yang hanya mencantumkan di wilayah Klaten dan mengandalkan interaksi langsung dengan pelanggan. Selain itu, isu sosial berskala besar telah muncul sebagai salah satu penghambat penjualan langsung di masa pandemi saat ini. Metode observasi, metode wawancara, metode pengumpulan, dan metode penelitian kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, model air terjun digunakan dalam penelitian sebagai pendekatan pengembangan perangkat lunak pengembangan sistem. Dalam upaya mengatasi permasalahan pada sistem yang ada saat ini, maka perlu dilakukan pemecahan masalah pembuatan website *e-commerce*. Diharapkan dengan mengembangkan sistem *E-Commerce* Batik Tulis HR Ambar dapat memperluas jangkauan pemasaran, mempermudah proses pembelian, dan memberikan informasi yang menyenangkan kepada pelanggan sehingga dapat mendorong penjualan di Batik Tulis HR Ambar [3].

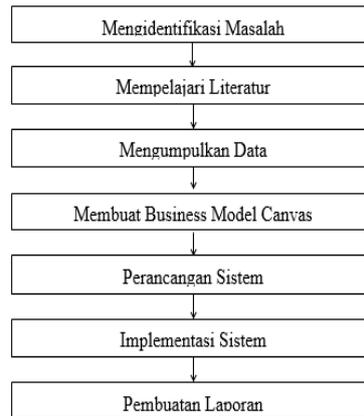
Penelitian dengan judul “Implementasi CMS (*Content Management System*) Berbasis *E-Commerce* Pada Warung Busana Wanita” yang menjelaskan bahwa kesimpulan penelitian adalah perancangan website *E-Commerce* berbasis *content management system* di Toko Pakaian Wanita dapat mempermudah menawarkan atau menjual produk yang lebih luas, memperluas area promosi, menampilkan informasi produk secara lengkap, tidak kesulitan dalam proses pemesanan dengan cepat, dan dapat diakses dimana saja. Menerapkan penjualan berbasis *E-Commerce* dapat memperluas segmentasi pasar industri fesyen Indonesia sehingga dapat dikenal oleh lebih banyak konsumen Indonesia [4]. Penelitian yang berjudul “Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Busana Wanita Berbasis Web Pada Toko Ninety-nine” telah terbukti bahwa fasilitas internet memungkinkan teknologi informasi untuk menjangkau seluruh dunia. Sebuah aplikasi penjualan pakaian wanita berbasis web dikembangkan dengan *MySQL* sebagai database server dan metode PHP sebagai Server Side Programming pada penelitian toko Ninety-nine. Beberapa kekurangan dari sistem penjualan sebelumnya telah diatasi dengan web yang dibangun, antara lain: 1) Pemilik toko dapat lebih mudah memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk yang ingin dijualnya, seperti jumlah produk, warna, bahan, dan ukuran; 2) Membuat sistem penjualan baru bagi pemilik toko untuk memudahkan semua transaksi jual beli dengan pelanggan dan meningkatkan daya saing toko. 3) Laporan penjualan toko tidak perlu lagi dicatat secara manual karena sistem aplikasi sudah menyediakan laporan penjualan produk secara detail [5].

Penelitian yang berjudul “Sistem Informasi Penjualan Pakaian Wanita Berbasis Web Pada PT. Karunia Anugrah Lestari (L'more) Jakarta Barat” dalam penelitian ini yang mengkaji metode penjualan pakaian wanita non komputerisasi di PT. Karunia Anugrah Lestari (L'MORE) yang masih menggunakan penjualan manual, mencatat barang masuk, menyimpan data lain terkait penjualan pakaian wanita, dan membuat laporan. Tidak menutup kemungkinan terjadi kesalahan pencatatan, ketidakakuratan laporan, dan keterlambatan pencarian data yang diperlukan selama proses berlangsung. Sistem Informasi penjualan peralatan mode berbasis web yang berfungsi dapat memudahkan pelanggan untuk mengakses detail spesifik produk [6].

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Kerangka Pemikiran

Sebuah diagram yang menggambarkan perkembangan logis studi dikenal sebagai kerangka pemikiran. Sebuah ide pada penelitian ini tercantum pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 1 menjelaskan secara singkat beberapa kegiatan yang dilakukan untuk menyelesaikan penelitian ini. Penelitian dimulai dari mengidentifikasi masalah sampai pembuatan laporan.

- a. Identifikasi Masalah
Identifikasi masalah adalah metode toko lovebouquet.tng dan hasil akhir dari inventaris masalah atau pengenalan masalah.
- b. Mempelajari Literatur
Kajian konsep dan teori mengenai penjelasan dan kebutuhan sistem dilakukan pada tahap ini melalui pencarian dan pengumpulan informasi tentang teori berdasarkan jurnal, buku, dan internet.
- c. Mengumpulkan Data
Pada titik ini, informasi dan data yang tepat untuk tujuan membantu dalam desain situs web *E-Commerce* untuk toko lovebouquet.tng dikumpulkan melalui penggunaan teknik seperti wawancara, studi literatur, observasi, dan analisis dokumen.
- d. Business Model Canvas
Pada tahap ini menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk mempercepat proses analisa kelebihan dan kekurangan toko lovebouquet.tng dalam perancangan *website E-Commerce* ini. sehingga kebutuhan dan keuntungan dapat dilihat secara detail.
- e. Perancangan Sistem
Pada tahap ini merupakan penggambaran tampilan sistem yang dirancang, kemudian membangun sistem menggunakan *website E-Commerce* yang akan digunakan toko lovebouquet.tng.
- f. Implementasi Sistem
Tahap ini merupakan penerapan sistem yang telah diusulkan.
- g. Pembuatan Laporan
Dari awal hingga akhir penelitian, dibuat laporan untuk melengkapi laporan tersebut.

2.2 Metode Pengumpulan Data

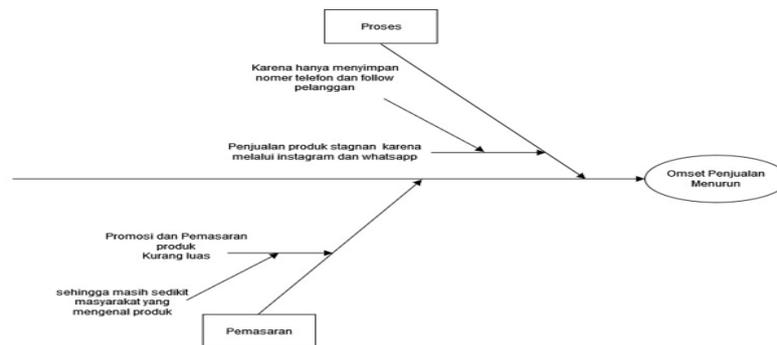
Penulis menyelesaikan penelitian dengan mengumpulkan data menggunakan metode-metode yang tercantum di bawah ini, antara lain.:

- a. **Wawancara** : Untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan, penulis dan informan yang memiliki Toko Lovebouquet.tng ditanyai selama metode wawancara ini.
- b. **Studi Pustaka** : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber yang sesuai dengan permasalahan yang muncul di Toko Lovebouquet.tng. Dalam kegiatan penelitian ini, jurnal dijadikan sebagai referensi untuk penelitian ini.

3. ANALISI DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Masalah

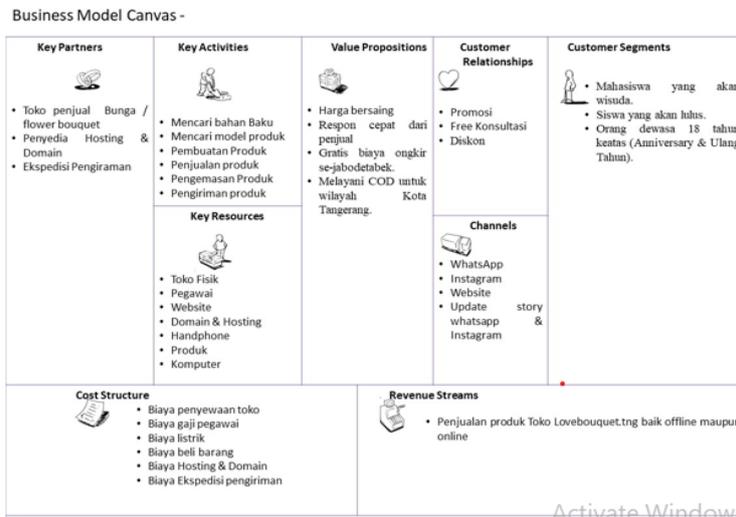
Untuk mengetahui dan mempermudah dalam menganalisa masalah yang terjadi, maka penulis menggambarkan dengan menggunakan *Fishbone* Diagram [7]. Proses analisis masalah digambarkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Fishbone Diagram

3.2 Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengubah atau menggambarkan model bisnisnya. Canvas Model Bisnis juga dapat digunakan untuk mengatur model bisnis menjadi 9 blok yang saling berhubungan. Struktur dan Aliran Pendapatan Canvas Model Bisnis Lovebouquet.tng dapat ditemukan di bawah ini [8]. Proses business model canvas tercantum Gambar 3.



Gambar 3. Business Model Canvas

Pada Gambar 3 menjelaskan 9 kanal pemetaan model bisnis lovebouquet.tng dimulai dari customer segment sampai revenue streams terurai sebagai berikut:

a. Value Proposition

Value Proposition adalah value yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan, seperti :

- 1) Harga mampu bersaing dengan toko lain.
- 2) Respon cepat dari penjual.
- 3) Gratis biaya ongkir se-jabodetabek.
- 4) Melayani COD untuk wilayah kota Tangerang.

b. Customer Segments

Customer segments menjelaskan siapa pelanggan potensial dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Berikut adalah Customer Segments Toko Lovebouquet.tng, yaitu : Mahasiswa yang akan wisuda, siswa yang akan lulus, dan orang dewasa 18 tahun ke atas (anniversary & ulang tahun).

c. Customer Relationship

Customer Relationship adalah bagaimana perusahaan kami dapat tetap berhubungan dengan pelanggan atau berkomunikasi dengan mereka. Di Toko Lovebouquet.tng, berikut ini adalah hubungan pelanggan :

- 1) Pelanggan dapat memilih produk Bunga promo pada tanggal tertentu.
- 2) Pemilik toko menyediakan free konsultasi di toko maupun website agar pelanggan baru tau dan pelanggan lama bisa memesan produk yang di inginkan melalui website atau instagraman dan WhatsApp sehingga pelanggan puas.
- 3) Memberikan kupon potongan harga atau diskon.

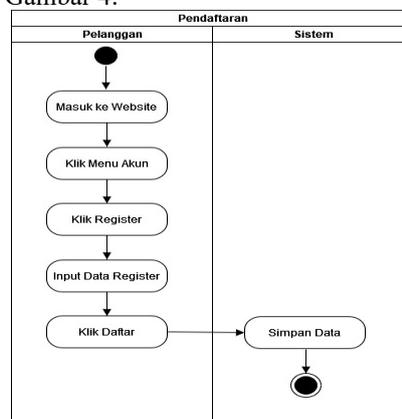
- d. *Channels*
Channels adalah media bisnis yang perusahaan gunakan untuk menjangkau *customer*. Berikut *Channels* pada Toko Lovebouquet.tng, yaitu :
- 1) *Whatsapp*
 - 2) *Instagram*
 - 3) *Website*
 - 4) *Update story whatsapp & Instagram*
- e. *Key Activities*
Key Activities adalah bagian yang menjelaskan bagaimana bisnis menghasilkan *value proposition* yang ditawarkan. Berikut *Key Activities* pada Toko Lovebouquet.tng, yaitu :
- 1) Mencari Bahan Baku
 - 2) Mencari Model Produk
 - 3) Pembuatan Produk
 - 4) Penjualan Produk
 - 5) Pengemasan Produk
 - 6) Pengiriman Produk
- f. *Key Resources*
Key Resources merupakan sumber daya yang layak dikuasai perusahaan untuk memenuhi *Value Proposition*. Berikut *Key Resource* yang dimiliki Toko Lovebouquet.tng, yaitu :
- 1) Toko Fisik
 - 2) Pegawai
 - 3) *Website*
 - 4) *Domain & Hosting*
 - 5) *handphone*
 - 6) Produk
 - 7) Komputer
- g. *Key Partners*
Key Partners merupakan mitra atau pihak-pihak yang bekerja sama dalam konteks bisnis dengan perusahaan. Berikut *Key partners* pada Toko Lovebouquet.tng, yaitu :
- 1) Toko penjual bunga / flower bouquet
 - 2) Penyedia *Hosting & Domain*
 - 3) Ekspedisi pengiriman
- h. *Cost Structure*
Cost Structure merupakan rincian biaya apa saja yang dibutuhkan perusahaan untuk menjalankan seluruh aktivitas bisnis. Berikut *Cost Structure* pada Toko Lovebouquet.tng, yaitu :
- 1) Biaya Penyewaan Toko
 - 2) Biaya Gaji Pegawai
 - 3) Biaya Listrik
 - 4) Biaya Beli Barang
 - 5) Biaya *Hosting & Domain*
 - 6) Biaya ekspedisi Pengiriman
- i. *Revenue Stream*
Revenue Stream merupakan penjabaran struktur finansial atau bagaimana cara perusahaan mendapatkan keuntungan. *Revenue Stream* yang didapatkan Toko Lovebouquet.tng adalah melalui penjualan produk.

3.3 Activity Diagram dan Proses Bisnis Usulan

Activity diagram adalah teknik untuk penelitian sebagai logika prosedur, proses bisnis dan aliran kerja dalam banyak kasus[9].

a. Pendaftaran.

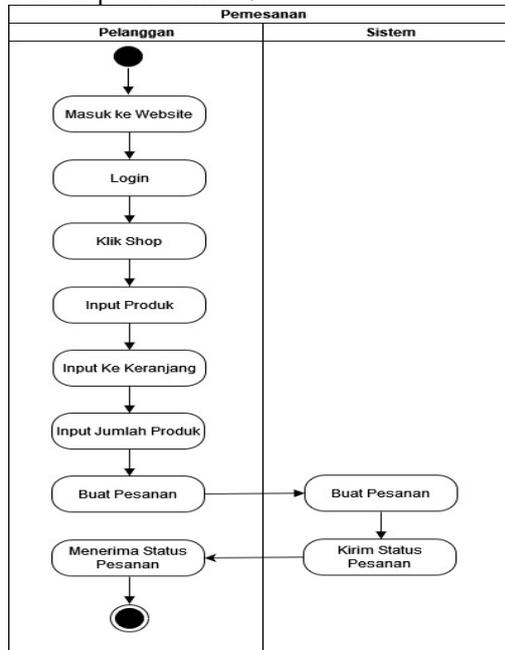
Konsumen mengunjungi alamat *website* setelah itu klik pada bagian menu akun, setelah masuk kedalam menu akun, klik tombol *register* untuk mendaftar, dan konsumen diharuskan menginput data, sesudah selesai menginput konsumen klik tombol daftar lalu sistem bisa menyimpan data konsumen. Proses pendaftaran tercantum pada Gambar 4.



Gambar 4. Activity Diagram Sistem Usulan Pendaftaran

b. Pemesanan

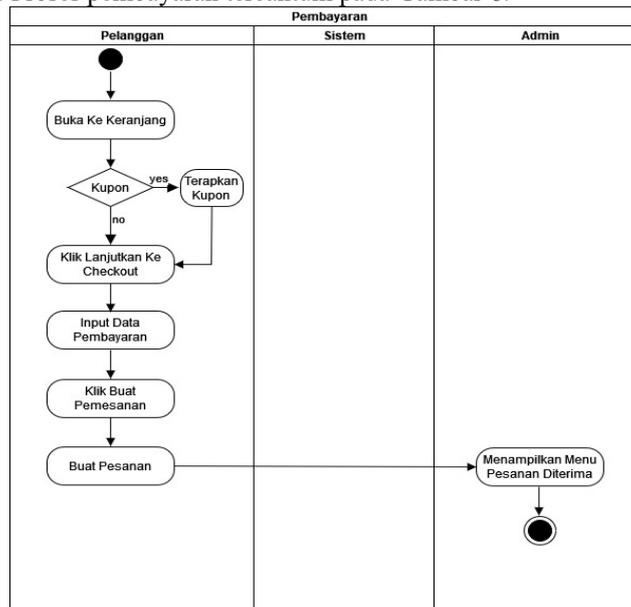
Konsumen mengunjungi alamat *website*, pada menu *website* konsumen harus *login* terlebih dahulu, jika sudah *login* konsumen klik *shop*. Di menu *shop* konsumen input barang yang akan dibeli, setelah itu input produk yang di inginkan, setelah itu *input* produk ke keranjang dan setelah itu input jumlah produk yang akan di pesan, klik buat pesanan jika produk dan jumlah sudah sesuai, lalu sistem akan membuat pesanan yang sudah di pilih oleh konsumen, sistem pun akan mengirimkan status pesanan kepada konsumen. Proses pemesanan tercantum pada Gambar 5.



Gambar 5. Activity Diagram Sistem Usulan Pemesanan

c. Pembayaran

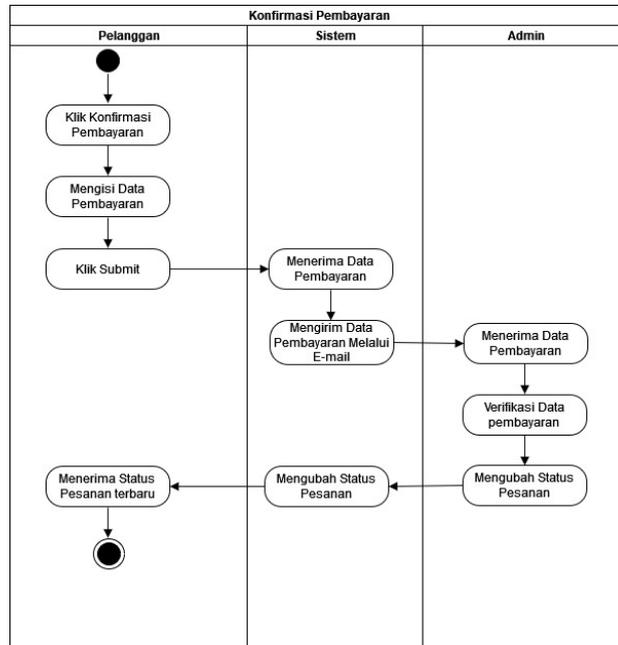
Konsumen klik menu buka keranjang lalu akan diarahkan ke menu buka keranjang, jika konsumen mempunyai kupon, dapat menggunakan kupon tersebut untuk mendapat potongan harga, jika tidak konsumen bisa langsung klik menu *checkout*, setelah sudah di menu *checkout* pelanggan diharuskan *menginput* data pembayaran, jika sudah selesai klik buat pesanan dan konsumen akan berpindah ke laman pesanan diterima. Proses pembayaran tercantum pada Gambar 6.



Gambar 6. Activity Diagram Sistem Usulan Pembayaran

d. Konfirmasi Pembayaran

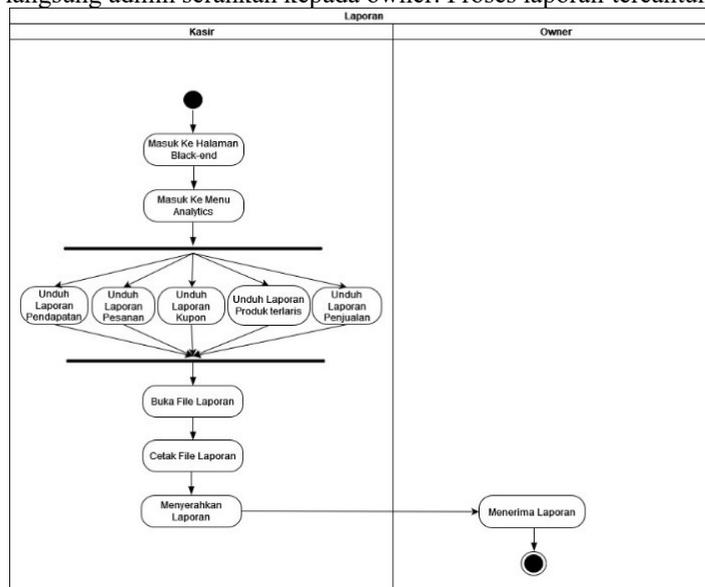
Setelah melakukan checkout konsumen diharuskan melakukan konfirmasi pembayaran dengan cara klik menu konfirmasi pembayaran, dan pelanggan mengisi data pembayaran. Setelah mengisi data pembayaran klik tombol *submit* maka sistem akan menerima data pembayaran dan langsung mengirimkan data pembayaran melalui *e-mail* kepada admin. Proses konfirmasi pembayaran tercantum pada Gambar 7.



Gambar 7. Activity Diagram Sistem Usulan Konfirmasi Pembayaran

e. Laporan

Admin masuk ke halaman back-end *website* setelah itu arahkan kursor ke menu *analytics*, klik pendapatan, pesanan, kupon, dan produk, setelah itu admin klik unduh, dan file akan otomatis *terdownload*, file yang *terdownload* akan berjenis *excel*, setelah *terdownload* buka file dan print, file yang sudah di print langsung admin serahkan kepada owner. Proses laporan tercantum pada Gambar 8.



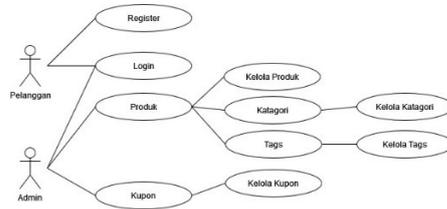
Gambar 8. Activity Diagram Sistem Usulan Laporan

3.4 Use Case Diagram

Use case diagram yang mengilustrasikan fungsionalitas yang diinginkan pada sebuah sistem. Sebuah *Use Case* mempresentasikan sebuah interaksi antara aktor dengan sistem [9].

a. *Use Case Diagram Master*

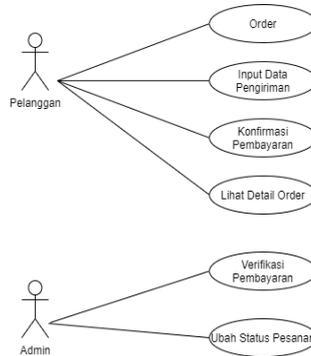
Proses *use case diagram master* tercantum pada Gambar 9.



Gambar 9. *Use Case Diagram Master*

b. *Use Case Diagram Transaksi*

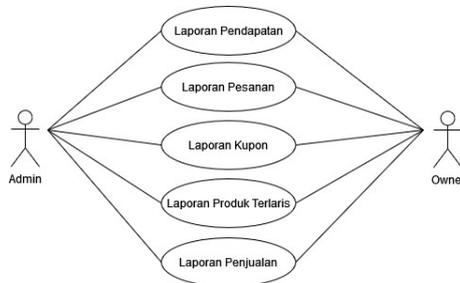
Proses *use case diagram transaksi* tercantum pada Gambar 10.



Gambar 10. *Use Case Diagram Transaksi*

c. *Use Case Diagram Laporan*

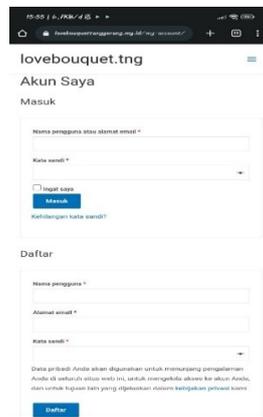
Proses *use case diagram laporan* tercantum pada Gambar 11.



Gambar 11. *Use Case Diagram Laporan*

3.5 Rancangan Layar (User Interface)

a. Rancangan Layar Proses *Login*



Gambar 12. Rancangan Layar *Login* (Admin)

b. Rancangan Layar *Home*

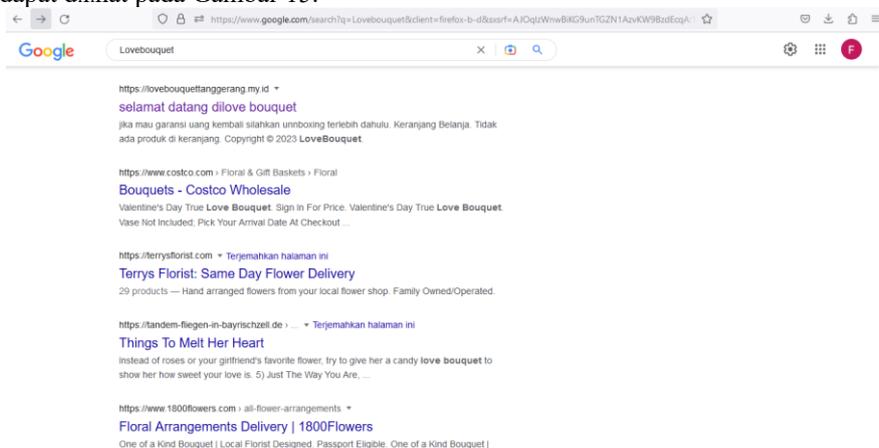


Gambar 13. Rancangan Layar *Home*

3.6 Strategi SEO dan Marketing

3.6.1 Search Engine Optimization

Dalam melakukan strategi *SEO* penerapan E-Commerce pada *website* Lovebouquet.tng, salah satu strategi promosi adalah dengan menggunakan *search engine optimization (SEO)* untuk memastikan *website* yang telah kita buat berada di peringkat atas atau halaman pertama penulis menggunakan strategi *SEO on-page*, yang melibatkan pengoptimalan halaman dengan memasukkan kata kunci [10]. Selain itu, sebagai alat untuk mengoptimalkan kata kunci, penulis menggunakan *plugin Yoast SEO*. Hasil pencarian pada *google search* dengan *keyword* “Love boquet” pada tanggal 30 januari 2023 berhasil terindeks pada halaman 23 di posisi ke 6. Proses hasil pencarian *google search* dapat dilihat pada Gambar 15.



Gambar 14. Hasil Pencarian *Google Search*

4. KESIMPULAN

Sesudah menganalisa permasalahan yang saat ini hadir dan mencari solusi untuk masalah yang terjadi di Toko Lovebouquet.tng. Oleh karena itu untuk meningkatkan penjualan di Toko Lovebouquet.tng perlu dikembangkan *website E-Commerce* seperti dengan adanya *website* Lovebouquet.tng diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk pada Toko Lovebouquet.tng dengan menggunakan diskon, promosi menggunakan *seo*. Cakupan pasar pada toko Lovebouquet.tng menjadi lebih luas karena konsumen bisa mengunjungi dan melakukan pemesanan langsung melalui *website* <https://lovebouquettanggerang.my.id>. Membantu memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan produk tanpa terkenadala jarak dan waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Romindo, M. Muttaqin, and D. H. Saputra, *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis, 2019. [Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/E_Commerce_Implementasi_Strategi_dan_Ino/PirGDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0.

- [2] E. Ernawati, N. Ichsan, and T. Wahyuni, “Sistem Informasi Penjualan Furniture Berbasis Web,” *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 13, no. 3, pp. 41–47, 2021, doi: 10.35969/interkom.v13i3.54.
- [3] M. N. Winnarto, I. Yulianti, and A. Rahmawati, “Penerapan Framework Codeigniter Pada Pengembangan Website E-Commerce Batik Tulis HR Ambar,” *Swabumi*, vol. 9, no. 1, pp. 1–8, 2021, doi: 10.31294/swabumi.v9i1.9813.
- [4] I. M. Maulana and Y. Santoso, “Implementasi E-Commerce Berbasis Cms (Content Management System) Pada Lapakbajuwanita,” *Idealis*, vol. 2, no. 5, pp. 431–435, 2019.
- [5] S. Sulistiyono, S. Dwiyatno, R. Fatullah, and A. Ramadhan, “Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Busana Wanita Berbasis Web Pada Toko Ninety-nine,” *J. Ilm. Sains dan Teknol.*, vol. 4, no. 2, pp. 87–95, 2020, doi: 10.47080/saintek.v4i2.928.
- [6] A. Alfianti and M. Rahmayu, “Sistem Informasi Penjualan Pakaian Wanita Berbasis Web Pada PT. Karunia Anugrah Lestari (L’MORE) Jakarta Barat,” *Inti Nusa Mandiri*, vol. 14, no. 2, pp. 133–138, 2018.
- [7] C. E. Widyahening, “Penggunaan Teknik Pembelajaran Fishbone Diagram Dalam Meningkatkan Keterampilan Membaca Siswa,” *J. Komun. Pendidik.*, vol. 2, no. 1, p. 11, 2018, doi: 10.32585/jkp.v2i1.59.
- [8] A. Pratiwi, *Kewirausahaan UMKM (Metode dan Implementasi Pemasaran UMKM)*. Surakarta: Unisri Press, 2022. [Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/Kewirausahaan_UMKM/0-ybEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- [9] U. Rusmawan, *Teknik Penulisan Tugas Akhir dan Skripsi Pemrograman*. Jakarta: Elex media komputindo, 2019. [Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/Teknik_Penulisan_Tugas_Akhir_dan_Skripsi/3cSZDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- [10] S. Rahman, *Jago Membuat Website dan SEO*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2020. [Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/Jago_Membuat_Website_dan_SEO/IV_aDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0