

## **PENERAPAN *E-COMMERCE* BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* PADA TOKO MBUL FOODIES UNTUK Mendukung PENJUALAN Pemasaran**

Sakti Ilyasa<sup>1</sup>, Agus Umar Hamdani<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>saktiilyasa10@gmail.com, <sup>2\*</sup>agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id  
(\*: *corresponding author*)

**Abstrak** - Kemajuan teknologi dan informasi saat ini berkembang pesat. Kemajuan tersebut terjadi hampir di semua bidang kehidupan manusia yang juga meliputi bidang perdagangan barang dan jasa. Kebanyakan orang saat ini mencari kemudahan dalam melakukan kegiatan jual beli, mereka mencari kemudahan akses informasi harga dan produk, serta dalam membeli, orang lebih memilih untuk membeli secara online, sehingga strategi bisnis dengan pemanfaatan teknologi *E-Commerce* dirasa sangatlah tepat untuk menunjang bisnis di sektor perdagangan. Adanya *website* dan penerapan *E-Commerce* dalam suatu perusahaan, maka akan memberikan dampak yang besar bagi perusahaan, terutama dalam bidang pemasaran produk. Selain itu, internet telah mempromosikan gaya hidup masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Toko Mbul Foodies merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang *Frozen Food* yang berada di Jl. Kayu Putih No.44, RT.06/RW.01, Pondok Cabe Udik, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan. Proses promosi dan pemasaran belum optimal karena hanya mengandalkan WhatsApp dan Facebook Fanspage, serta hanya pembeli yang sudah kenal atau sudah pernah membeli produk Mbul Foodies sehingga kondisi pendapatan dan penjualan produk mengalami stagnan atau tidak mengalami kenaikan. Selain itu proses pemesanan dilakukan secara manual dan pencatatan proses pembayaran juga secara manual dimana admin harus mengecek bukti pembayaran terlebih dulu dan mencatatnya di aplikasi bukukas. Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penelitian untuk memberikan solusi terhadap masalah yang terjadi di toko Mbul Foodies. Dengan menggunakan metodologi *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisa model bisnis, *Fishbone Diagram* untuk menganalisa masalah, *Content Management System* (CMS) untuk pembuatan *website*, *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Marketing Mix* 4P. Hasil akhir dari penelitian ini berbentuk *website E-Commerce* yang dapat meningkatkan penjualan dan pemasaran produk jajanan ditoko Mbul Foodies.

**Kata Kunci:** *E-Commerce, Business Model Canvas, Content Management System, Search Engine Optimization.*

## **IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* BASED ON *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* AT MBUL FOODIES SHOP TO SUPPORT *MARKETING SALES***

**Abstract** - Advances in technology and information are currently growing rapidly. This progress occurs in almost all areas of human life which also includes the trade in goods and services. Most people today are looking for convenience in buying and selling activities, they are looking for easy access to price and product information, and in buying, people prefer to buy online, so a business strategy with the use of *E-Commerce* technology is considered very appropriate to support businesses in the trade sector. The existence of a website and the implementation of *E-Commerce* in a company, it will have a big impact on the company, especially in the field of product marketing. In addition, the internet has promoted people's lifestyles to fulfill their daily needs. Toko Mbul Foodies is one of the UMKM engaged in *Frozen Food* which is located on Jl. Kayu Putih No.44, RT.06 / RW.01, Pondok Cabe Udik, Kec. Pamulang, South Tangerang City. The promotion and marketing process is not optimal because it only relies on WhatsApp and Facebook Fanspage, and only buyers who already know or have bought Mbul Foodies products so that the condition of income and product sales has stagnated or not increased. In addition, the ordering process is done manually and recording the payment process is also done manually where the admin must check the proof of payment first and record it in the bukukas application. Based on this, the authors conducted research to provide solutions to problems that occurred at the Mbul Foodies store. By using the *Business Model Canvas* (BMC) methodology to analyze the business model, *Fishbone Diagram* to analyze problems, *Content Management System* (CMS) for website development, *Search Engine Optimization* (SEO) and *Marketing Mix* 4P. The final result of this research is in the form of an *E-Commerce* website that can increase sales and marketing of snacks at the Mbul Foodies shop.

**Keywords:** *E-Commerce, Business Model Canvas, Content Management System, Search Engine Optimization.*

### **1. PENDAHULUAN**

Penerapan *E-Commerce* untuk membantu memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dalam dunia bisnis. Selain itu, internet telah mempromosikan gaya hidup masyarakat untuk memenuhi kebutuhan

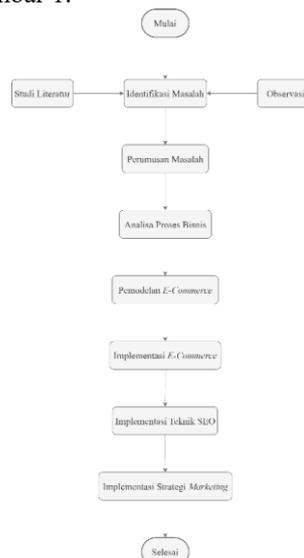
sehari-hari [1]. Oleh sebab itu, mereka yang tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi dapat dipastikan akan tertinggal [2]. Mbul Foodies merupakan usaha perseorangan yang bergerak di bidang makanan *frozen* yang berlokasi di daerah Pamulang, Kota Tangerang Selatan. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara kepada pihak manajemen Mbul Foodies didapatkan permasalahan bisnis sebagai berikut: pelanggan kesulitan dalam mengetahui informasi produk, yang mana pelanggan harus menanyakan informasi produk kepada admin, hanya dengan mengandalkan media sosial seperti whatsapp, facebook, dan instagram sehingga banyak pelanggan yang belum mengetahui Mbul Foodies, dan pencatatan rekapitulasi penjualan masih manual menggunakan *excel*. Toko Mbul Foodies juga belum menerapkan teknologi informasi berupa *E-Commerce* guna mempermudah proses penjualan, pemasaran, dan pencatatan hasil penjualan produk.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka dibutuhkan sebuah sistem informasi yang mampu menangani penjualan produk agar lebih optimal. *Electronic Commerce (E-Commerce)* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan computer [3]. Beberapa studi literatur yang terkait dengan penelitian yang penulis lakukan, antara lain : penelitian membahas tentang pembangunan sistem *E-Commerce* untuk mendukung aktivitas penjualan dan pembelian pada kustomisasi desain baju menggunakan PyroCMS [4], penelitian kedua membahas tentang perancangan dan pembangunan aplikasi *E-Commerce* pada Toko Edi Helm guna meningkatkan penjualan [5], penelitian ketiga membahas tentang perancangan web pada UMKM Bakso Aroma menggunakan *framework laravel* [6], penelitian keempat membahas tentang implementasi *E-Commerce* guna memaksimalkan promosi sebagai media penjualan dan promosi pada Toko sepatu Rapillo [7], penelitian kelima membahas tentang penerapan *E-Commerce* sebagai upaya mempertahankan penjualan pada masa pandemi pada Bellatex [8].

Adapun beberapa perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian sebelumnya hanya membahas perancangan dan implementasi *E-Commerce* yang menggunakan PyroCMS, php, laravel, CMS hingga penerapan *Search Engine Optimization (SEO)*, sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah penerapan *Search Engine Optimization (SEO)* dan strategi *marketing mix 4P*. Adapun rumusan masalah yang harus dijawab pada penelitian ini adalah Bagaimana teknik untuk menyajikan informasi produk yang lengkap, Bagaimana teknik untuk menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas, Bagaimana teknik untuk menampilkan informasi rekapitulasi penjualan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis melakukan analisa penelitian untuk membangun sistem *E-Commerce* guna membantu Mbul Foodies untuk meningkatkan penjualan. pemasaran produk jajanan, dan menampilkan rekapitulasi dari penjualan.

## 2. METODE PENELITIAN

Tahapan penelitian menjelaskan secara menyeluruh langkah-langkah sistematis yang dilakukan dalam penelitian dari awal sampai akhir yang disajikan dalam bentuk diagram alir. Berikut ini adalah tahapan penelitian yang penulis lakukan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Berdasarkan gambar 1, maka berikut ini penjelasan mengenai tahapan-tahapan penelitian : **Tahapan Mulai** : melakukan observasi terhadap proses bisnis yang berjalan dan kondisi penerapan teknologi informasi pada di organisasi saat ini, **Tahapan Identifikasi Masalah** : Untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan selama penelitian, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut : Wawancara kepada

pemilik dari toko Mbul Foodies, Melakukan pengamatan pada toko Mbul Foodies, Studi Literatur yang mana penulis mempelajari penelitian yang terdahulu yang relevan, Analisa Dokumen pada proses bisnis yang berjalan, **Tahapan Perumusan Masalah** : Pada tahap ini didapat rumusan masalah yang akan dibahas yaitu bagaimana mengimplementasikan sebuah E-Commerce untuk menyelesaikan masalah yang ada, **Tahapan Analisa Proses Bisnis** : Dalam tahapan ini digunakan beberapa tools untuk menganalisa bisnis yaitu *Activity Diagram* yang digunakan untuk menggambarkan alur proses bisnis.

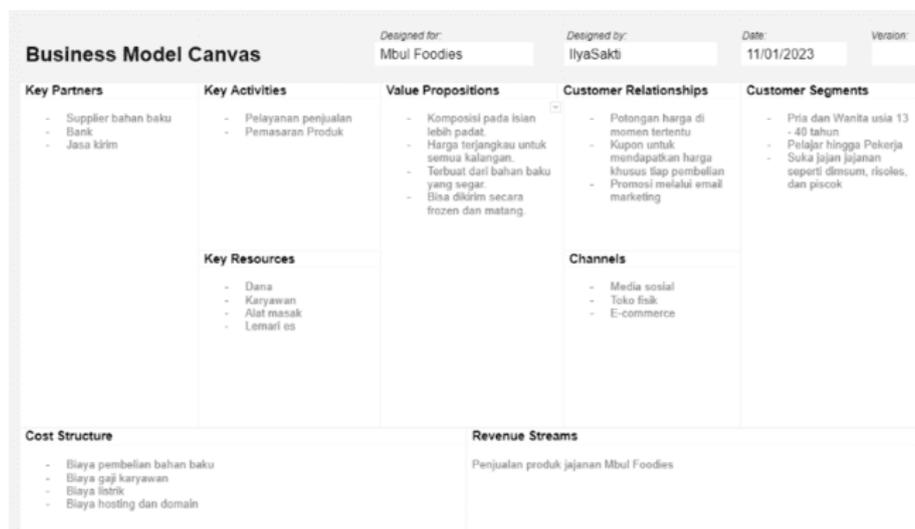
*Activity diagram* atau disebut juga dengan diagram aktivitas, merupakan diagram yang menggambarkan aliran aktivitas dalam sebuah sistem yang sedang dirancang dan bagaimana masing-masing aliran berawal, keputusan yang mungkin terjadi, dan bagaimana aktivitas tersebut berakhir [9], *Fishbone Diagram* yang digunakan untuk menganalisis masalah yang dihadapi. *Fishbone Diagram* Ishikawa diagram atau dikenal dengan fishbone diagram adalah salah satu metode dari Seven Quality Tools yang digunakan untuk mencari penyebab dari timbulnya suatu masalah [10]. *Business Model Canvas* untuk melihat gambaran ide bisnis, *Business Model Canvas* merupakan model bisnis yang terdiri dari 9 blok area aktivitas bisnis, yang memiliki tujuan memetakan strategi untuk membangun bisnis yang kuat, supaya bisa memenangkan persaingan dan sukses dalam jangka panjang [11], **Tahapan Pemodelan E-Commerce** : Dilakukan perancangan model *E-Commerce* dengan menggunakan *tools use case diagram* untuk menggambarkan antar aktor dengan sistem dan fungsi apa saja yang akan ditampilkan dalam sistem. Selanjutnya dilakukan perancangan layar untuk *website E-Commerce* menggunakan *tools* Figma, **Tahapan Implementasi E-Commerce** : Pada tahap ini implementasi *website E-Commerce* menggunakan *Content Management System (CMS) Wordpress* menggunakan *plugin Woocommerce* dan beberapa plugin pendukung lainnya, **Tahapan Implementasi Teknik SEO** : Teknik SEO yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *On-Page SEO*.

SEO merupakan sebuah proses yang menggunakan prinsip-prinsip dasar pencarian dari sebuah mesin pencari untuk mendapatkan dan juga meningkatkan nilai indeks peringkat yang lebih tinggi untuk sebuah halaman *website* atau juga dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah akses kunjungan [12], **Tahapan Strategi Marketing** : Penerapan strategi *marketing mix* pada penelitian ini berupa pembuatan katalog produk sehingga memudahkan pelanggan dalam mengetahui informasi produk, perencanaan strategi harga berupa potongan harga dan kupon untuk momen tertentu, dan terakhir perencanaan strategi promosi berupa menggunakan *broadcast WhatsApp* dan penempatan *link* toko di Facebook. Strategi *marketing mix* merupakan perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*) yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran [13], **Tahapan Selesai** : Penulis dapat mengambil sebuah kesimpulan pada toko Mbul Foodies hasil analisis, perencanaan, dan Penerapan sistem *E-Commerce*.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Model Bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC)

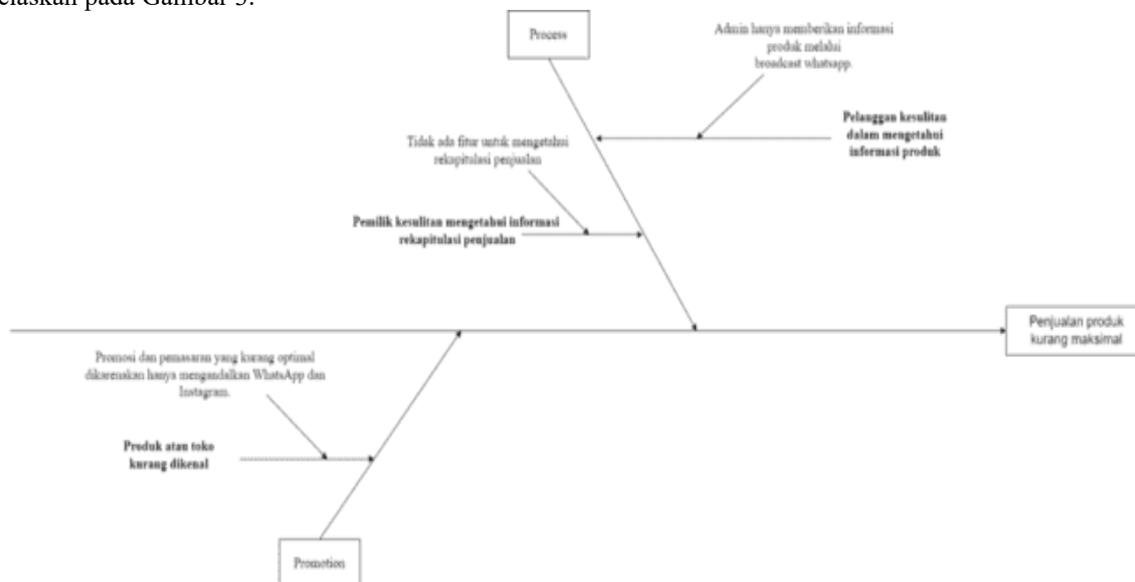
Sebelum membahas identifikasi kebutuhan sistem *E-Commerce*, penulis terlebih dahulu melakukan analisis model bisnis perusahaan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Adapun *Business Model Canvas* yang diterapkan pada Mbul Foodies dapat dijelaskan pada Gambar 2.



Gambar 2. *Business Model Canvas* pada Mbul Foodies

### 3.2 Analisis Masalah menggunakan Fishbone Diagram

Pada tahapan ini, penulis melakukan identifikasi bisnis yang berjalan di Mbul Foodies dengan menggunakan pendekatan *Fishbone Diagram*. Berikut adalah hasil Analisa masalah bisnis yang berjalan di Mbul Foodies yang dijelaskan pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Analisis Masalah Dengan *Fishbone Diagram*

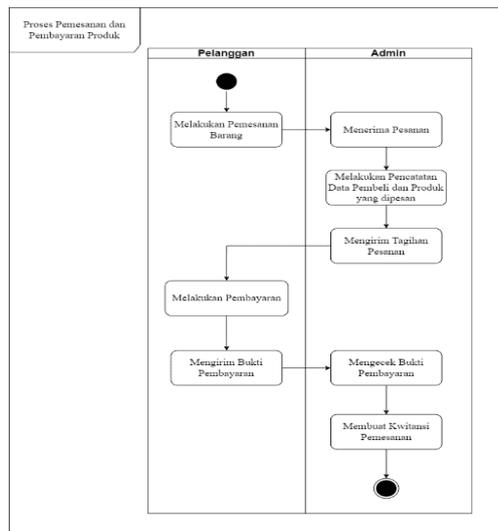
Berdasarkan hasil analisis permasalahan diatas, maka penulis memberikan solusi yang ditawarkan / identifikasi kebutuhan sistem yang selengkapnya dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1.** Solusi Kebutuhan Sistem

Kategori Masalah (Categories)	Definisi Masalah (Problem Statements)	Penyebab (Causes)	Kebutuhan Bisnis / Solusi SI/TI (IS/IT Business/ Solution)
Proses (Process)	- Pelanggan kesulitan dalam mengetahui informasi produk	- Admin hanya memberikan informasi produk melalui broadcast WhatsApp	- Sistem harus bisa menyediakan fitur untuk menampilkan informasi produk secara keseluruhan.
Proses (Process)	- Pemilik kesulitan mengetahui rekapitulasi penjualan.	- Belum tersedianya fitur untuk melakukan rekapitulasi data penjualan.	- Sistem harus bisa menyediakan fitur untuk menampilkan rekapitulasi penjualan.
Promosi (Promotion)	- Produk atau toko tidak dikenal	- Promosi dan pemasaran yang kurang optimal dikarenakan hanya mengandalkan WhatsApp dan Facebook Fanspage.	- Sistem harus bisa menggapai rank seo yang terbaik agar saat ada pembeli yang sedang mencari jadi lebih mudah dan jangkauan penjualan lebih luas.

### 3.3 Analisa Proses Bisnis menggunakan *Activity Diagram*

Berikut ini adalah Proses Pemesanan Produk dan Pembayaran Produk, pelanggan melakukan pemesanan produk kemudian admin menerima pesanan lalu dilakukan pencatatan data pembeli dan produk yang dipesan, selanjutnya admin akan membuat tagihan pesanan. Pelanggan pelanggan harus melakukan pembayaran sesuai dari tagihan pesanan. Selanjutnya admin akan melakukan pengecekan pembayaran. Pembayaran yang sudah disetujui, maka admin akan membuat kwitansi pembayaran. Adapun alur dari pemesanan dan pembayaran produk ini dijelaskan pada gambar 4.



Gambar 4. Activity Diagram Pemesanan dan Pembayaran Produk

### 3.4 Pemodelan Sistem E-Commerce menggunakan Use Case Diagram

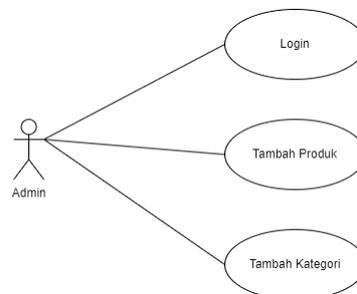
Use Case Diagram untuk menggambarkan interaksi antar aktor dengan sistem E-Commerce. Berikut ini adalah model fungsionalitas sistem E-Commerce:

#### a. Use Case Diagram Master

Pada use case diagram master ini dibagi menjadi dua sisi yaitu sisi Admin dan Pelanggan. Berikut ini merupakan use case diagram master pada Toko Mbul Foodies:

##### 1. Use Case Diagram Master Admin

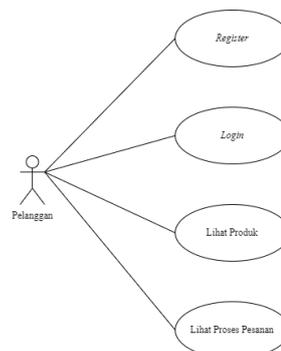
Pada use case diagram master dari sisi admin ini mempunyai beberapa aktivitas yang dapat dilakukan oleh admin seperti use case login, use case tambah produk, dan use case tambah kategori. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Use Case Diagram Master Admin

##### 2. Use Case Diagram Master Pelanggan

Pada use case diagram master dari sisi admin ini mempunyai beberapa aktivitas yang dapat dilakukan oleh admin seperti use case register, use case login, use case tambah produk, dan use case tambah kategori. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Use Case Diagram Master Pelanggan

b. *Use Case Diagram* Transaksi

Pada use case diagram transaksi ini dibagi menjadi dua sisi yaitu sisi Admin dan Pelanggan. Berikut ini merupakan use case diagram master pada toko Mbul Foodies:

1. *Use Case Diagram* Transaksi Admin

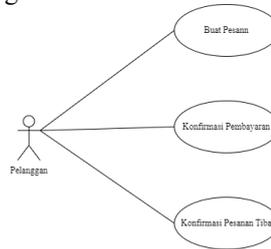
Pada *use case diagram* transaksi dari sisi admin ini mempunyai beberapa aktivitas yang dapat dilakukan oleh admin seperti *use case* ubah pesanan. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. *Use Case Diagram* Transaksi Admin

2. *Use Case Diagram* Transaksi Pelanggan

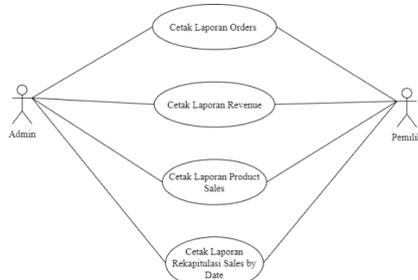
Pada *use case diagram* transaksi dari sisi pelanggan ini mempunyai beberapa aktivitas yang dapat dilakukan oleh admin seperti *use case* buat pesanan, *use case* konfirmasi pembayaran, *use case* konfirmasi pesanan produk. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. *Use Case Diagram* Transaksi Pelanggan

c. *Use Case Diagram* Laporan

*Use case diagram* laporan yang dijalankan oleh pemilik dan admin toko terdiri dari: *use case* cetak laporan orders, *use case* cetak laporan revenue, *use case* cetak laporan sales, *use case* cetak laporan rekapitulasi sales by date. Selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 9.



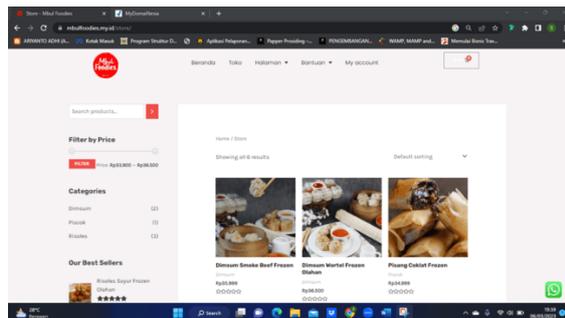
Gambar 9. *Use Case Diagram* Laporan

### 3.5 *User Interface* Sistem *E-Commerce* pada Mbul Foodies

Berikut adalah tampilan layar pada halaman *website E-Commerce* pada Mbul Foodies. Pada gambar 10, dapat dilihat beranda pada tampilan *website E-Commerce* Mbul Foodies yang menampilkan informasi mengenai produk jajanan. Sedangkan di gambar 11 adalah tampilan pada menu toko yang menyajikan informasi terkait produk yang dijual.



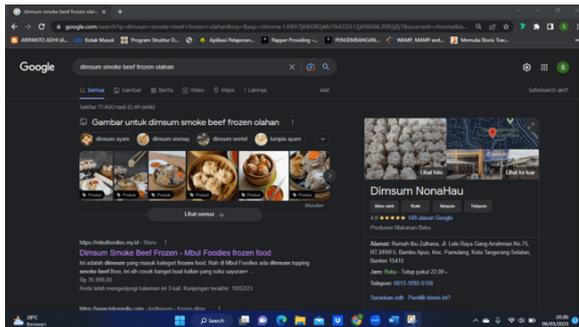
Gambar 10. Halaman Beranda



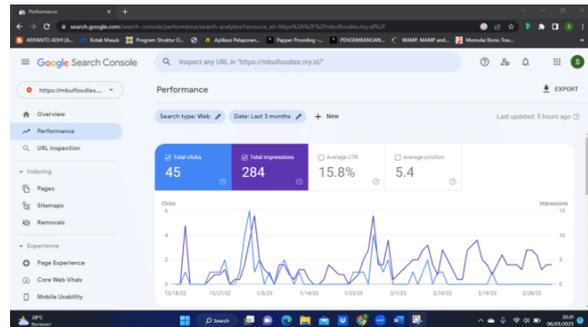
Gambar 11. Halaman Toko

### 3.6 Implementasi Search Engine Optimization (SEO)

Implementasi dari penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) melalui teknik *On-page* SEO menggunakan *Plugin* Yoast SEO yang terdapat dalam CMS Wordpress. Penulis memulai dengan menginstall Yoast SEO dan melakukan penyesuaian dari pengaturan Yoast SEO serta konten yang di unggah. Pilih *Google Verification Code* untuk memasukkan kedalam *Google Search Console*. Kemudian masukkan *sitemap* dari Wordpress kedalam *Google Search Console*. Kemudian masukkan *link* yang akan kita naikkan ke situs pencarian dengan mengklik *request indexing*. Hasil pencarian pada situs pencarian dapat dilihat pada gambar 12 dan hasil penerapan SEO pada *google search console* pada gambar 13.



Gambar 12. Hasil Pencarian Kata Kunci di Google



Gambar 13. Hasil Penerapan pada Google Search Console

### 3.7 Implementasi Strategi Marketing Mix 4P

Strategi yang diterapkan pada toko Mbul Foodies adalah menggunakan strategi *marketing mix/marketing* 4P. Dari *product, price, place,* dan *promotion* pada penelitian ini hanya membahas tentang *product, price,* dan *promotion*. Adapun hasil implementasi dari strategi *marketing mix* 4P dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Strategi Marketing Mix 4P

No	Komponen 4P	Strategi marketing yang diusulkan	Hasil Penerapan
1	Strategi Produk ( <i>Product</i> )	- Memperbanyak variasi produk - Melengkapi informasi tentang produk	
2	Harga ( <i>Price</i> )	- Memberikan potongan harga - Memberikan kupon pada momen tertentu	
3	Strategi Promosi ( <i>Promotion</i> )	- Memberikan informasi tentang toko Mbul Foodies	

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penulis membangun sistem website *E-Commerce* ini sebagai solusi untuk mengembangkan penjualan pada toko Mbul Foodies yang kurang dikenal masyarakat umum. Sistem *E-Commerce* ini juga dibuat untuk menjawab permasalahan yang ada pada toko Mbul Foodies dan dapat disimpulkan sebagai berikut: Dengan adanya katalog produk berupa halaman produk dan informasi produk yang lengkap, dapat menyajikan informasi yang lengkap sehingga pelanggan tidak perlu menunggu waktu untuk menanyakan kepada admin terlebih dahulu, dengan penerapan website *E-Commerce* pada toko Mbul Foodies dan juga penerapan mix marketing 4P dan SEO dapat meningkatkan penjualan dan lebih dikenal luas oleh masyarakat umum, dan dengan adanya rekapitulasi penjualan, informasi terkait penjualan dapat di akses dari admin maupun pemilik.

Adapun saran yang dapat penulis berikan untuk toko Mbul Foodies dalam upaya agar sistem berjalan dengan baik ialah: Dengan adanya implementasi website *E-Commerce* ini diharapkan menjadi bahan timbangan untuk toko Mbul Foodies dalam mengembangkan bisnisnya, membuat ads pada google agar mudah di cari dan ada dihalaman pertama pada search engine google, dan membuat WhatsApp Business agar pelanggan mudah mengetahui informasi produk toko Mbul Foodies.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Gunawan, M. S. Mubarak, N. Anbar, and R. Sanjaya, "Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Umkm Rumah Sayur Lembang Menggunakan Metode Analisis Swot," *J. Teknol. Dan Open Source*, vol. 3, no. 1, pp. 1–13, 2020, doi: 10.36378/jtos.v3i1.526.
- [2] M. D. Firmansyah, Saddam, S. Bachtiar, S. Sfenrianto, and E. R. Kaburuan, "Sales Information System Using Web for Small Business Service) Sales Information System Using Web," *Int. J. Mech. Eng. Technol.*, vol. 10, no. 03, pp. 1696–1702, 2019.
- [3] Sugeng, "E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran," *J. Sist. Inf. Univ. Suryadarma*, vol. 4, no. 1, 2017, doi: 10.35968/jsi.v4i1.81.
- [4] P. lucky tirna Irawan and D. Rozando, "Rancang Bangun Sistem E-Commerce Clothing Store dan Modul Custom Design Lab Terintegrasi," *Smatika J.*, vol. 10, no. 01, pp. 1–9, 2020, doi: 10.32664/smatika.v10i02.397.
- [5] A. D. Putra and A. D. Putra, "Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm," *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 1, no. 1, pp. 17–24, 2020, doi: 10.33365/jatika.v1i1.145.
- [6] Ahmad Zaini Muchtar and Sirojul Munir, "Perancangan Web E-Commerce Umkm Restoran Bakso Arema Menggunakan Framework Laravel," *J. Teknol. Terpadu*, vol. 5, no. 1, pp. 26–33, 2019.
- [7] D. D. Kurniawan and A. Widjaja, "Implementasi E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas Pada Toko Sepatu Rapillo," *Bit (Fakultas Teknol. Inf. Univ. Budi Luhur)*, vol. 18, no. 2, p. 80, 2021, doi: 10.36080/bit.v18i2.1696.
- [8] F. N. Anisa and H. Irawan, "Penerapan E-Commerce Sebagai Solusi Mempertahankan Usaha di Era Pandemi COVID-19 Studi Kasus Bellatex," *Senamika*, no. September, pp. 611–623, 2021, [Online]. Available: <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/senamika/article/view/1710%0Ahttps://conference.upnvj.ac.id/index.php/senamika/article/download/1710/1384>
- [9] M. Alda, "Sistem Informasi Penjualan Ban Berbasis Android Pada Express Ban," *INTI Nusa Mandiri*, vol. 14, no. 2, pp. 153–162, 2020, doi: 10.33480/inti.v14i2.1130.
- [10] Y. A. Sujarwo and A. Ratnasari, "Aplikasi Reservasi Parkir Inap Menggunakan Metode Fishbone Diagram dan QR-Code," *J. Sisfokom (Sistem Inf. dan Komputer)*, vol. 9, no. 3, pp. 302–309, 2020, doi: 10.32736/sisfokom.v9i3.808.
- [11] T. Kusriyanti, "Perancangan Strategi Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas Pada Leora Design Interior & Furniture," *J. Manaj. Pendidik. dan Ilmu Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 506–515, 2020, doi: 10.38035/JMPIS.
- [12] B. R. Halilintar and D. Ariyus, "Implementasi Seo (Search Engine Optimization) Pada Website Age (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan Serp (Search Engine Result Page) Studi Kasus : Website Gallery," *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Multimed. 2018*, vol. 6, no. 1, pp. 1–3–13, 2018, [Online]. Available: <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/seminasteknomedia/article/view/2065>
- [13] D. Riandika and A. U. Hamdani, "Implementasi E-Commerce Dengan Teknik SEO dan Strategi Pemasaran 4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Aksesoris Motor Pada XYZ Motoshop," *J. Media Inform. Budidarma*, vol. 4, no. 3, p. 785, 2020, doi: 10.30865/mib.v4i3.2242.