

PENGEMBANGAN *E-COMMERCE* BERBASIS *WEBSITE* UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BATIK PADA TOKO QUEEN JAYA

Abdul Malik Fajar^{1*}, Atik Ariesta²

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

² Manajemen Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}1912500996@studentbudiluhur.ac.id, ²atik.ariesta@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak- Toko Queen Jaya yang terletak di Lantai 1 BKS No. 122-123 Pasar Cipulir, Jakarta Selatan. Toko Queen Jaya masih menggunakan metode penjualan dengan cara memasarkan secara tradisional yaitu dengan cara melakukan pendistribusian produk kepada konsumen secara langsung. Toko Queen Jaya masih membuat laporan menggunakan cara manual sehingga sering terjadi perbedaan laporan harian dan bulanan. Transaksi pada Toko Queen Jaya hanya dapat dilakukan di toko mengakibatkan banyak pelanggan batal dalam melakukan transaksi, dan juga banyaknya pesaing di sekitar Toko Queen Jaya yang menjual produk serupa. Selain itu, Toko Queen Jaya hanya memiliki *WhatsApp* sebagai media promosi serta untuk *update* produk terbaru akibatnya pelanggan Toko Queen Jaya tidak mengetahui adanya produk terbaru. Berdasarkan permasalahan yang ada pada Toko Queen Jaya, Maka peneliti mencoba membuat *E-commerce* berbasis *website*, mempromosikan produk dalam meningkatkan penjualan, dan membantu dalam pembuatan laporan transaksi online. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisa model pengembangan bisnis. *Fishbone Diagram* untuk menganalisa masalah pada sistem berjalan, *Use Case Diagram* untuk perancangan sistem informasi, dan *Content Management System* (CMS) *Wordpress* serta *plugin Woocommerce* untuk implementasi *website E-Commerce*. Hasil Dari Penelitian ini berupa *website E-Commerce* agar dapat memasarkan produk secara luas yang akan memberikan keuntungan seperti kemudahan informasi yang di dapat, kemudahan cara pembayaran, proses pemesanan yang cepat, guna meningkatkan penjualan sesuai target.

Kata Kunci: *Website, E-Commerce, Content Management System* (CMS), *Business Model Canvas* (BMC), *Fisbone*.

WEBSITE-BASED *E-COMMERCE* DEVELOPMENT TO IMPROVE BATIK BUSINESS COMPETITIVENESS AT QUEEN JAYA SHOP

Abstract- *Queen Jaya shop which is located on the 1st Floor of BKS No. 122-123 Cipulir Market, South Jakarta. Queen Jaya store still uses the sales method by marketing traditionally, namely by distributing products to consumers directly. Queen Jaya shop still makes reports using the manual method so there are often differences in daily and monthly reports. Transactions at Queen Jaya Stores can only be made in stores resulting in many customers canceling transactions, and also many competitors around Queen Jaya Stores selling similar products. In addition, Queen Jaya Stores only have WhatsApp as a promotional medium and to update the latest products, as a result, Queen Jaya Shop customers are not aware of the latest products. Based on the problems that exist in the Queen Jaya Store, the researchers tried to develop website-based E-commerce, promote products to increase sales, and assist in making online transaction reports. In this study, researchers used the Business Model Canvas (BMC) method to analyze business development models. Fishbone Diagrams for analyzing problems with running systems, Use Case Diagrams for designing information systems, and Wordpress Content Management System (CMS) and the Woocommerce plugin for implementing E-Commerce websites. The results of this study are in the form of an E-Commerce website in order to be able to market products widely which will provide benefits such as easy information obtained, easy payment methods, fast ordering processes, in order to increase sales on target.*

Keywords: *Website, E-Commerce, Content Management System* (CMS), *Business Model Canvas* (BMC), *Fisbone*.

1. PENDAHULUAN

E-commerce merupakan perangkat dari teknologi yang bersifat dinamis, yang didalamnya berisi aplikasi dan juga proses bisnis yang dapat membantu menghubungkan perusahaan, pelanggan dan juga suatu komunitas atau kelompok melalui transaksi elektronik, yang juga melakukan transaksi elektronik barang, jasa, dan informasi [1]. *E-commerce* atau biasa disebut *Electronic Commerce* merupakan suatu sistem perdagangan dengan memanfaatkan teknologi yang sudah maju didalam dunia internet[2]. Hadirnya penjualan online membuat banyak

sekali keuntungan bagi berbagai pihak terutama pelaku usaha. Tentunya dengan *E-commerce* memudahkan dalam hal bertransaksi bagi penjual maupun pembeli. Selain dalam hal transaksi antara penjual dan pembeli, konsep dalam *E-commerce* dapat meminimalisir dalam hal biaya operasional karena pelaku usaha tidak perlu mempunyai toko dalam bentuk fisik[3].

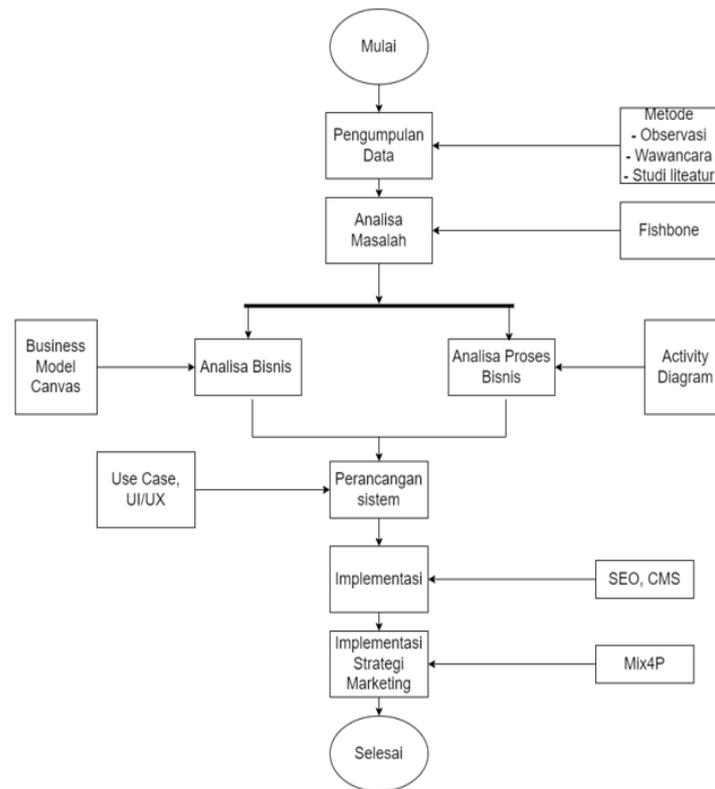
Toko Queen Jaya merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang *fashion* yang menjual produk pakaian batik. Namun, bagi pelanggan yang ingin membeli harus datang langsung ke Toko Queen Jaya yang terletak di Lantai 1 BKS No. 122-123 Pasar Cipulir, Jakarta Selatan. Toko Queen Jaya masih menggunakan metode penjualan dengan cara memasarkan secara tradisional yaitu dengan cara melakukan pendistribusian produk kepada konsumen secara langsung. Toko Queen Jaya masih membuat laporan menggunakan cara manual sehingga sering terjadi perbedaan laporan harian dan bulanan. Transaksi pada Toko Queen Jaya hanya dapat dilakukan di toko mengakibatkan banyak pelanggan batal dalam melakukan transaksi, dan juga banyaknya pesaing di sekitar Toko Queen Jaya yang menjual produk serupa. Selain itu, Toko Queen Jaya hanya memiliki *WhatsApp* sebagai media promosi serta untuk update produk terbaru akibatnya pelanggan Toko Queen Jaya tidak mengetahui adanya produk terbaru.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan studi pustaka berdasarkan 5 jurnal yang membahas mengenai *E-Commerce*. Penelitian pertama dengan permasalahan yang di hadapi adalah proses penjualan diterapkan masih eceran dan grosir kepada konsumen, keterbatasan tempat apabila ada transaksi jumlah besar, metode yang digunakan yaitu tahapan identifikasi, tahapan perancangan, tahapan desain sistem, tahapan implementasi dan tahapan pengujian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa sistem dapat diterapkan dalam Batik Widhi Nugraha agar lebih berkembang dan meningkatkan hasil pendapatan penjualan, serta dapat berdampak pada peningkatan pelanggan.[4]. Penelitian kedua dengan permasalahan yang dihadapi adalah hanya melayani langsung di toko, tidak ada media sosial, dan laporan catat masih manual. Metode yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari Penelitian diharapkan sistem ini dapat membantu perusahaan dalam menambah penghasilan dalam serta memperluas jaringan penjualan batik pekalongan toko berkah[5]. Penelitian ketiga dengan permasalahan yang dihadapi adalah memasarkan masih dengan cara tradisional dan sulit mendistribusikan batik terutama dalam jumlah besar. Metode yang digunakan yaitu observasi, studi pustaka, SDLC (*System Development Life Cycle*) untuk pengembangan sistem. Hasil dari penelitian ini dengan adanya website penjualan online dapat mempermudah pemilik toko untuk memberikan pelayanan kepada konsumen secara maksimal dan dapat dilakukan selama 24 jam[6]. Penelitian keempat dengan permasalahan sistem pemasaran masih dilakukan secara langsung dan perkembangan usaha batik tidak terlalu signifikan walaupun dikenal oleh masyarakat. Metode yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian memperluas jangkauan pemasaran, mempermudah proses transaksi dan penyampaian informasi kepada konsumen[7]. Penelitian kelima dengan permasalahan yang di hadapi adalah masih menggunakan sistem konvensional, hanya bisa melakukan transaksi ditoko, dan rentan kehilangan data yang menghambat penjualan. Metode yang digunakan yaitu analisa kebutuhan sistem dengan cara mewawancarai pemilik toko, pembuatan program dengan ERD (*Entity Relationship Diagram*), Diagram UML (*Unified Modeling Language*), dan code generation. Hasil dari penelitian dengan adanya situs website e-commerce ini penjual dapat dengan mudah mempromosikan dengan jangkauan yang lebih luas kepada masyarakat dan memudahkan pembeli untuk dapat membeli batik yang dijual di toko dengan mudah[8]. Persamaan dari penelitian sebelumnya dengan yang sekarang ialah penelitian yang dilakukan menggunakan CMS *WordPress*. *WordPress* merupakan sebuah *software* untuk membuat *website* berbasis daring yang dapat digunakan oleh siapa saja dengan gratis atau *opensource*.

Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan dan masalah yang terjadi pada Toko Queen Jaya maka peneliti membangun sistem penjualan berbasis *e-commerce* yang dimana pengembangannya peneliti menggunakan UML, *Fishbone diagram*, *business model canvas* (BMC), dan *Search Engine Optimization* (SEO). *Fishbone Diagram* digunakan untuk mendefinisikan sebab dan akibat dari permasalahan[9]. BMC digunakan untuk menganalisa model bisnis dengan penggambaran logis mengenai bagaimana suatu organisasi menciptakan, menghantarkan dan menangkap sebuah nilai[10]. SEO digunakan untuk mempermudah *website* oleh para peminta informasi di *search engine* seperti *Google*. *Website e-commerce* yang dibangun dapat memasarkan produk secara luas yang akan memberikan keuntungan seperti kemudahan informasi yang di dapat, kemudahan cara pembayaran, proses pemesanan yang cepat, guna meningkatkan penjualan sesuai target.

2. METODE PENELITIAN

Gambar 1 merupakan tahapan penelitian yang dilakukan dari awal sampai dengan selesai.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Gambar 1 adalah tahapan penelitian. Penelitian diawali dengan mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara dan studi literatur, lalu menganalisa masalah dengan dibuatkan *fishbone*, kemudian pada tahapan analisa masalah di bagi dua yaitu: analisa bisnis menggunakan *business model canvas* dan analisa proses bisnis menggunakan *activity diagram*. Dilanjutkan dengan perancangan sistem dengan membuat *use case* dan UI/UX. Pada tahapan implentasi menggunakan SEO dan CMS, dan yang terhakhir pada tahapan implementasi startegi magketing menggunakan Mix 4P.

2.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi yang dilakukan dengan adanya komunikasi antara pemilik toko, lalu ada wawancara dengan mengajukan beberapa pertanyaan dan mendapatkan data primer, dan studi literatur untuk mengetahui beberapa penelitian sebelumnya dengan topik yang sama dengan membaca buku di perpustakaan Universitas Budi Luhur dan mencari jurnal di internet.

2.2 Analisa Masalah

Pembuatan *fishbone* diagram yang dilakukan dengan mengidentifikasi masalah objek yang diteliti, menjelaskan dan merincikan masalah atau isu yang ditemukan dalam tahapan pengumpulan data. Analisa masalah dilakukan dengan mengidentifikasikan masalah utama dan menentukan kategori penyebab dari permasalahan utama. Kateogri yang digunakan adalah kateagori 8P, peneliti hanya menggunakan *promotion*, *process*, dan *physcial evidence*.

2.1.1. Analisa Proses Bisnis

Analisa proses bisnis dilakukan dengan mengetahui aktivitas proses bisnis berjalan di toko, siapa saja yang terlibat setiap aktivitasnya seperti karyawan, pelanggan dan pemilik toko. Peneliti menentukan aktivitas yang dilakukan oleh setiap aktor. Aktivitas digambarkan ke dalam *activity diagram* menggunakan *tools draw.io* untuk mengetahui urutan setiap kegiatan yang dilakukan .

2.1.2. Analisa Bisnis

Business Model Canvas (BMC) memiliki 9 bagian, yang pertama penulis lakukan dengan cara mengisi blok *Value Proposition*, kemudian dibagi menjadi dua antara faktor *internal* dan *eksternal* dari sebuah bisnis. Faktor internal yang berkaitan dengan toko yaitu *Key Partners*, *Key Activites*, *Key Resources*, *Cost Structure*. Faktor internal menungag agar *Value Propositions* dapat terpenuhi pada Toko Batik Queen Jaya. Setelah itu faktor

eksternal yang berkaitan dengan pelanggan yaitu *Customer Relationship, Channel, Customers Segments, dan Revenue Streams*. Faktor eksternal menunjang agar *value Proposition* dapat diberikan kepada customer. Kemudian digambarkan ke dalam *Business Model Canvas*

2.3 Perancangan sistem

Pada tahapan teknik perancangan sistem di Toko Queen Jaya merancang kebutuhan sistem menggunakan *Use Case Diagram* untuk menggambarkan interaksi antara aktor dan sistem yang sedang di analisis, selain itu menggunakan *use case* deskripsi untuk mendeskripsikan secara detail apa saja yang terjadi dalam setiap skenario *use case diagram*, untuk menggambarkan *use case diagram* menggunakan *tols draw.io*, selanjutnya Toko Queen Jaya merancang UI/UX untuk kebutuhan rancangan layar dalam bentuk *webiste e-commerce* menggunakan *tools Balsamiq*.

2.4 Implementasi Sistem

Pada tahapan Implementasi sistem di Toko Queen Jaya menggunakan *Wordpress* dan mengisntallnya sebagai *Content Managemen System (CMS)* untuk membuat *e-commerce* dan yang dibutuhkan Toko Queen Jaya adalah menggunakan domain dan *hosting*. Setelah itu Selanjutnya Toko Queen Jaya menggunakan teknik *Search Engine Optimization (SEO)* dengan tujuan memudahkan mesin pencari untuk menemukan *website* dan menempatkan di halaman pertama di mesin pencari dengan *keyword* yang ditentukan user, untuk implementasi pada Toko Queen Jaya menggunakan *SEO On-page* yang dipakai denganbantuan *plugin* di dalam *woocomerce* yaitu *Yoast SEO*.

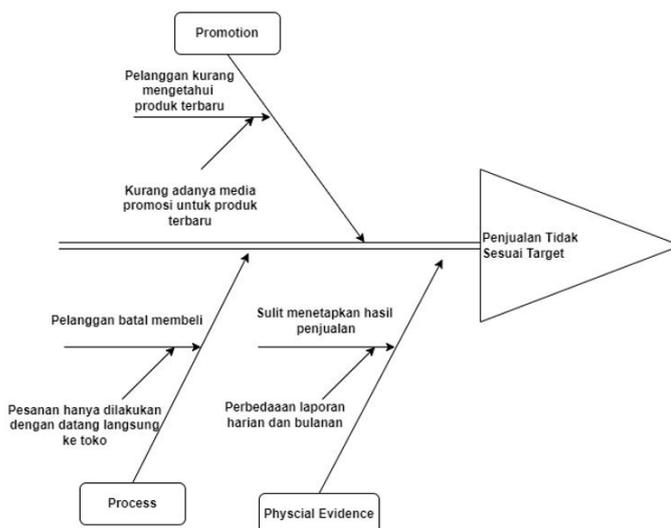
2.5 Strategi Marketing

Penjualan adalah sebuah sistem yang melibatkan sumber daya di dalam suatu organisasi, prosedur, data, maupun sarana pendukung untuk mengoperasikan sistem penjualan, sehingga menghasilkan informasi yang berguna bagi pihak manajemen di dalam pengambilan suatu keputusan yang diinginkan. Strategi *marketing 4p* adalah kumpulan komponen dasar yang menjadi patokan awal bagi bisnis agar konsumen mau membeli produknya dan bagian tersebut terdiri dari 4 bagian yaitu *product, price, place, dan promotion*[11].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN.

3.1 Analisa Masalah

Berisi penjelasan lengkap mengenai hasil analisis masalah yang terjadi di sistem berjalan menggunakan pendekatan fishbone diagram berikut diagram dapat di lihat pada gambar 2



Gambar 2. Fishbone Diagram

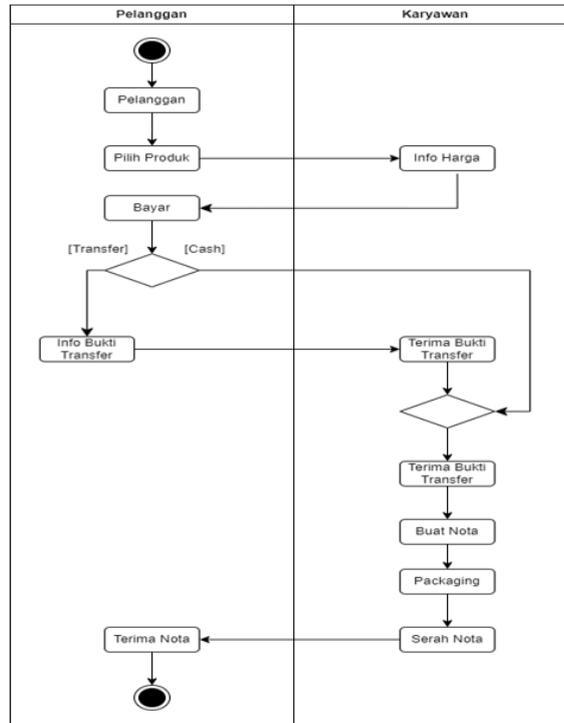
Gambar 2 adalah *Fishbone Diagram* dengan masalah utama penjualan tidak sesuai target. Penyebab dari masalah utama diletakkan pada setiap kategori. Katagori *promotion* pelanggan mengetahuinya produk terbaru sebab kurang media promosi. Kategori *process* pelanggan batal membeli sebab pesanan hanya dilakukan dengan datang

ke toko langsung. Katagori *physcial evidence* sulit menetapkan hasil penjualan sebab pembuatan laporan harian dan bulanan masih manual.

3.2. Analisa Proses Bisnis dan Analisa Bisnis

3.2.1. Analisa Proses Bisnis

Gambar 3 menjelaskan bagaimana sistem berjalan saat ini pada Toko Queen Jaya menggunakan *activity diagram*

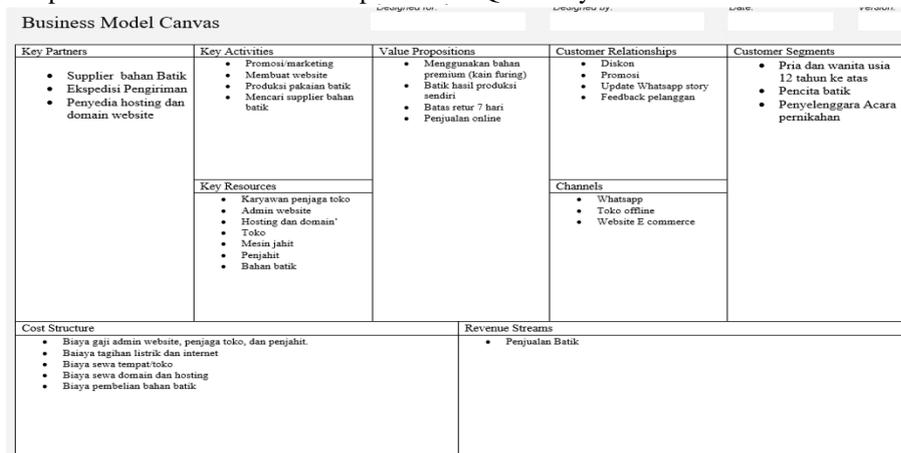


Gambar 3. Activity Diagram Proses Bisnis

Pada gambar 3 adalah *activity diagram* proses bisnis menjelaskan, pelanggan datang ke toko lalu memilih produk, setelah itu jika pelanggan sudah memilih produk karyawan memberi info harga barang yang sudah di pilih selanjutnya pelanggan bisa langsung bayardengan metode *transfer* dan *cash*. Setelah itu Karyawan akan mencatat nama pembeli dan pakaian yang terjual untuk didata lewat pembukuan, kemudian karyawan *packing* pakaian dan buat nota pelanggan dan pelanggan menerima pakaian bersama nota.

3.2.2. Analisa Bisnis

Gambar 4 merupakan *business model canva* pada Toko Queen Jaya.

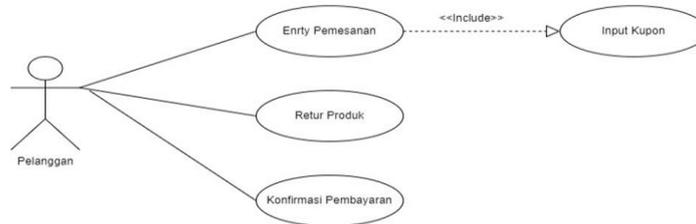


Gambar 4. Business Model Canva

Gambar 4 adalah *Business Model Canvas* (BMC) terdapat 9 (Sembilan) bagian yang berisi *Value Propostion* dari Toko Queen Jaya adalah nilai yang diberikan kepada pelanggannya. *Customer Segment* dari Toko Queen Jaya adalah Bagian mengenai target pasar dari pelanggan Toko Queen Jaya. *Customer Relationship* adalah menjaga relasi dengan pelanggan ataupun untuk mendapat pelanggan baru. *Channels* adalah tempat pelanggan menjangkau produk atau pelayanan dari Toko Queen Jaya. *Key Partners* adalah aktivitas rekan kerja sama saat memulai bisnis pada Toko Queen Jaya. *Key Activities* adalah tindakan dalam mewujudkan pengoprasian agar bisnis tersebut bekerja. *Key Resource* adalah sumber daya yang diperlukan agar bisnis dapat berjalan baik sesuai dengan tujuannya. *Cost Structure* adalah biaya yang dikeluarkan oleh Toko Queen Jaya dalam pelaksanaan proses bisnis diantaranya. *Revenue Stream* adalah pendapatan yang diterima Toko Queen Jaya didapatkan dari hasil penjualan batik.

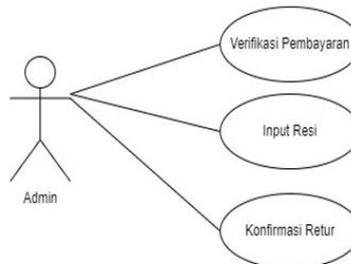
3.3. Use Case Diagram

Gambar 5 terdapat 3 *Use Case* yang ada pada *Use Case diagram* Transaksi, yaitu: entry pemesanan, retur produk, dan konfirmasi pembayaran. Semua aktifitas *Use Case* transaksi terjadi pada *website*. Setelah pelanggan melakukan *entry* pemesanan dapat menambahkan kupon jika ada lalu pesan, selanjutnya jika pelanggan konfirmasi pembayaran maka akan ganti status di *website*.



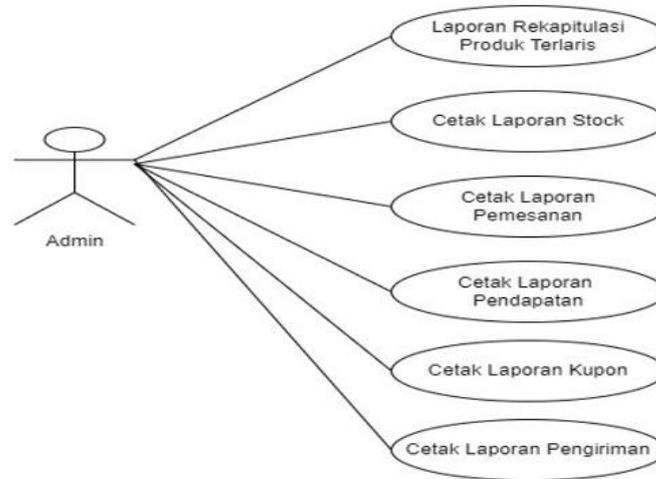
Gambar 5. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

Gambar 6 terdapat 3 *use case* pada *use case diagram* transaksi, yaitu: verifikasi pembayaran. Input resi dan konformasi retur. *Use case* diagram transaksi ini di jalankan pada *website*. Admin akan memverifikasi pembayaran, lalu menginput resi dan konfirmasi retur jika semua pembayaran berhasil.



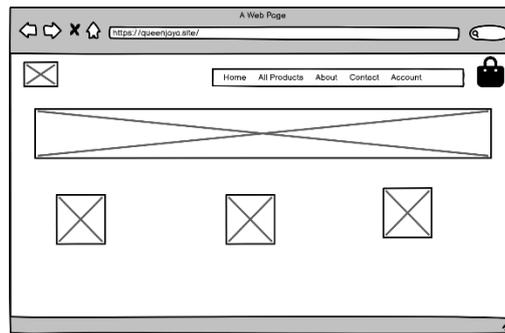
Gambar 6. Use Case Diagram Admin Transaksi

Gambar 7 terdapat use case diagram laporan yang terdiri dari Laporan rekapitulasi produk terlaris, laporan stock, laporan pemesanan, laporan pendapatan, laporan kupon, laporan pengiriman. Masing- masing laporan tersebut akan di unduh oleh admin melalui back-end webiste.



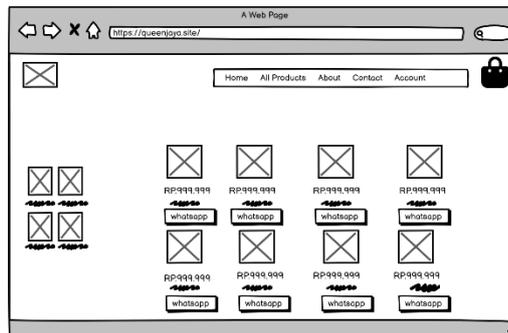
Gambar 7. Admin Laporan

3.4. Rancangan Layar



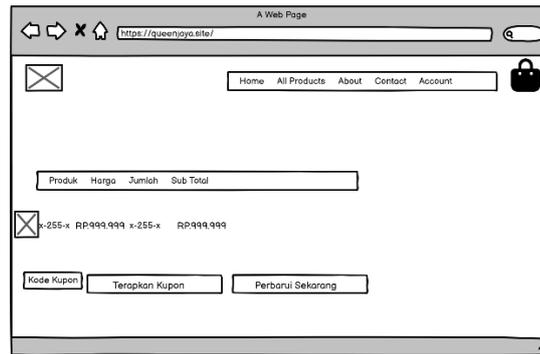
Gambar 8. Home

Gambar 8 menampilkan Rancangan Layar Home memberikan gambaran informasi kepada pengunjung tanpa harus menjelajahi setiap halaman dalam website tersebut. Rancangan Layar home dengan tampilan yang sederhana ada foto sampul, logo toko, dan produk- produk tertentu yang berada di *homepage*.



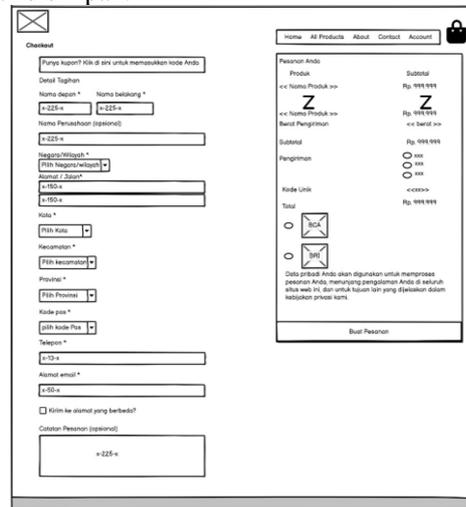
Gambar 9. Shop

Gambar 9 menampilkan Rancangan Layar shop memberikan gambaran informasi kepada pengunjung mengenai produk-produk, kategori produk yang berada di halaman *all products*.



Gambar 10. Keranjang Belanja

Gambar 10 menampilkan Rancangan Layar keranjang belanja memberikan informasi tentang produk-produk yang pengunjung simpan dengan memilih produk dan simpan pada keranjang belanja, lalu pada keranjang belanja ini bisa melihat total harga yang sudah disimpan.

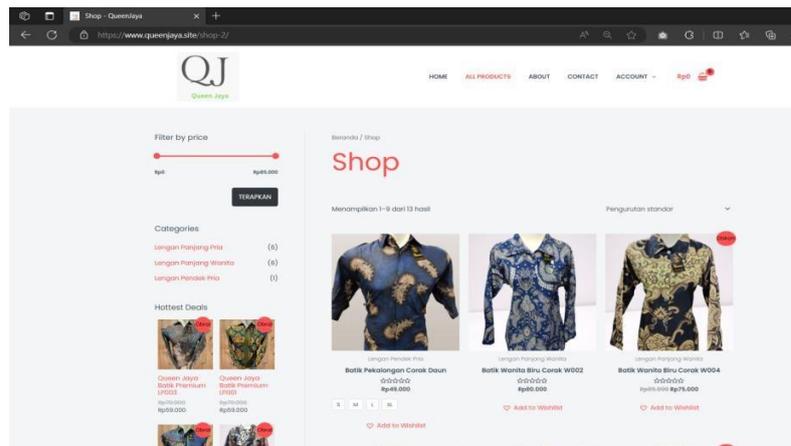


Gambar 11. Check-out.

Gambar 11 menampilkan Rancangan Layar *Check-out* memberikan informasi tentang pengisian data pengunjung telah *check-out* dari keranjang belanja. Pengunjung lalu mengisi data lengkap untuk proses pengiriman sesuai alamat yang di tuju, lalu memilih jenis pengiriman, dan memilih metode pembayaran untuk proses *check-out*.

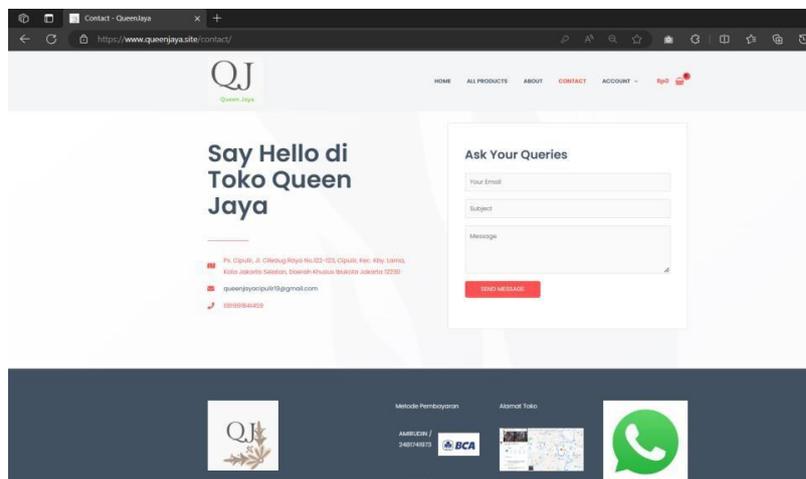
3.5. Implementasi Web E-Commerce

Gambar 12 dan 13 merupakan tampilan halaman-halaman website yang ada di Toko Queen Jaya.



Gambar 12. Tampilan Halaman Produk Website

Gambar 12 menyajikan tampilan halaman produk website yang berisi produk produk yang di sajikan oleh Toko Queen Jaya.

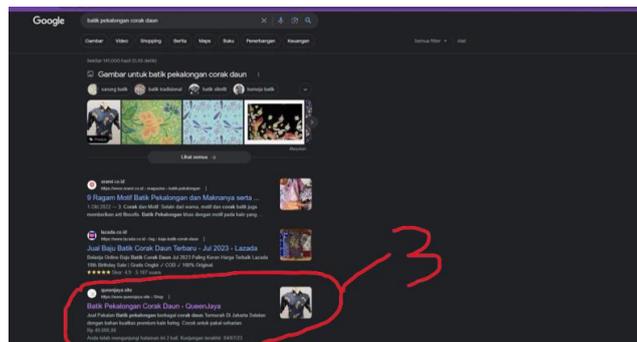


Gambar 13. Tampilan Contact Website

Gambar 13 menyajikan tampilan *contact website* yang berisi alamat toko *offline* Queen Jaya, alamat *e-mail*, nomer toko dan kalom pertanyaan untuk para pelanggan.

3.6. Strategi SEO

Dalam melakukan startegi SEO, install plugin Yoast SEO, daftarkan properti pada *google search console*, dan meminta kode verifikasi *google*. Pada penelitian ini juga melakukan optimalisasi SEO pada konten dan halaman dalam meningkatkan pengunjung tahapannya sebagai berikut: nama produk, deskripsi produk, gambar produk, tag produk, frasa kunci utama, judul SEO, deskripsi meta, hasil analisis yoast SEO, hasil analisa keterbacaan, dan hasil SEO.



Gambar 14. Hasil SEO

Gambar 14 menampilkan Hasil SEO dilakukan pencarian untuk produk barang dengan kata kunci “batik pekalongan corak daun” tampil pada halaman ke dua pada *google*.

3.6. Strategi Marketing

Pada penelitian ini Toko Queen Jaya menggunakan strategi *marketing* 4P *Mix* dalam *website E-Commerce*. Strategi *marketing* 4P *Mix* yaitu *product*, *price*, dan *promotion*. Membuat kategori dari *product* agar pelanggan mudah mencari produk, lalu memberikan diskon pada harga agar terlihat menarik secara psikologis, dan melakukan promosi pada *whatsapp* dengan membuat promosi toko, kemudian produk ditambah *link website* toko agar pelanggan dapat mengakses *e-commerce* Toko Queen Jaya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah di selesaikan, pembahasan serta penyelesaian masalah yang dilakukan dengan berbagai metode pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa *webiste e-commerce* yang telah dibangun pada Toko Queen Jaya diperlukan untuk meningkatkan penjualan produk, tidak perlu datang langsung ke toko karena adanya *e-commerce*. Pemilik toko juga di fasilitasi cetak laporan pada sistem *e-commerce*. Pemilik toko Queen Jaya dapat mendapatkan manfaat dari *webiste E-Commerce* yaitu, meningkatkan pemasaran dengan merekomendasikan toko Queen jaya kepada banyak orang dan memberikan pelatihan kepada admin dan pelanggan tentang situs *e-commerce* untuk mempermudah transaksi berbelanja *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Wulandari and G. Gata, “Penerapan E-Commerce Untuk Penjualan Rokok Elektrik (Vape) Menggunakan Content Management System Wordpress Pada Toko Vape Grande,” *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 545–551, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1717.
- [2] N. M. Widani, A. P. Abiyasa, G. Sri Darma, and A. Fredy Maradona, “Menguji Ketajaman Implementasi E-Commerce Dalam Penjualan Kamar Hotel di Bali,” *J. Manaj. Bisnis*, vol. 16, no. 2, p. 79, 2019, doi: 10.38043/jmb.v16i2.2042.
- [3] A. Zein, E. S. Eriana, S. Farizy, and G. N. Persada, “Pembuatan Website CMS (Content Management System) Pada SMK Muhammadiyah Parung Bogor,” *J. Ilmu Komput.*, vol. IV, no. 1, pp. 70–75, 2021.
- [4] N. Ahlina Febriyati and M. Y. Arnol, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Berbasis Web Pada Batik Widi Nugraha Ngawi,” *JIKO (Jurnal Inform. dan Komputer)*, vol. 3, no. 3, pp. 153–158, 2020, doi: 10.33387/jiko.v3i3.2270.
- [5] A. Nurhansah and Y. Santoso, “Implementasi E-Commerce Berbasis Cms (Content Management System) Pada Batik Pekalongan Toko Berkah,” *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 431–435, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1997.
- [6] Normah, B. Rifai, S. Vambudi, and R. Maulana, “Analisa Sentimen Perkembangan Vtuber Dengan Metode Support Vector Machine Berbasis SMOTE,” *J. Tek. Komput. AMIK BSI*, vol. 8, no. 2, pp. 174–180, 2022, doi: 10.31294/jtk.v4i2.
- [7] 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.
- [8] A. Wibowo, A. S. Hidayat, and E. Rahmawati, “Pembangunan Aplikasi E-Commerce Pemasaran Batik pada Toko Batik Rifqi,” *J. Comput. Syst. Informatics Vol.*, vol. 1, no. 2, pp. 46–53, 2020.
- [9] Faisal, A. Diana, and D. R. Utari, “Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Wordpress Pada Toko Pesona Tanaman,” *J. IKRAITH-INFORMATIKA*, vol. 5, no. 3, pp. 121–131, 2021.
- [10] A. R. Fadillah and L. Fajarita, “Perancangan Dan Pembangunan Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Jaket Kulit Naufal,” *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 85–91, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1568.
- [11] F. M. A. Poluan, S. L. Mandey, and I. W. J. Ogi, “Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Instant Alvero),” *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis Dan Akunt.*, vol. 7, no. 3, pp. 2969–2978, 2019.