

## **PENERAPAN *E-COMMERCE* DENGAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* UNTUK MENDUKUNG PENJUALAN PRODUK PADA TOKO OSTEN TANTIOUS**

Aghni Amelia Wiguna<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>1912520176@student.budiluhur.ac.id, <sup>2</sup>agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id  
(\* : corresponding author)

**Abstrak-** Teknologi informasi mampu mengintegrasikan setiap detail informasi yang sebelumnya dianggap tidak mungkin tercapai, seperti kecepatan informasi, efektivitas serta efisiensi. Teknologi informasi diaplikasikan sebagai *website* untuk transaksi jual beli secara *online*, dimana pelanggan dapat bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Osten Tantious merupakan usaha rumahan yang menjual cinnamon roll, pastel, brownies, choux dan aneka kue kering. Pemilik usaha memiliki keinginan agar para pelanggan dapat bertransaksi tanpa keterbatasan waktu dan tempat, menjangkau pasar yang lebih luas serta peningkatan penjualan sehingga usaha rumahan ini dapat berkembang. Namun pada proses bisnis terjadi kendala dalam proses pemesanan dan *display* produk yang tidak dapat dilihat secara lengkap. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu membuat sebuah *website E-Commerce* agar pelanggan dapat bertransaksi secara *online* dan melihat *katalog* produk secara lengkap, *terupdate* dan cepat. Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)*. Pada tahap implementasi sistem *E-Commerce* penulis menggunakan *Content Management System (CMS) Wordpress*, dan menggunakan strategi *SEO On Page* dan *Off Page*, agar *website* yang dikembangkan mudah ditemukan serta diakses oleh pelanggan, penerapan *4P marketing mix (price, place, product, promotion)* digunakan agar calon pelanggan tertarik berbelanja di Toko Osten Tantious. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan yaitu dengan di implementasikannya *website E-Commerce* Toko Osten Tantious, calon pelanggan dapat memesan dan melihat informasi produk secara cepat dan mudah.

**Kata Kunci:** *Business Model Canvas (BMC)*, *Content Management System (CMS)*, *Search Engine Optimization (SEO)*, Toko Osten Tantious

## **IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* WITH *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* TO SUPPORT PRODUCT SALES AT OSTEN TANTIOUS STORE**

**Abstract-** Information technology is able to integrate every detail of information that was previously considered unattainable, such as speed, effectiveness, and efficiency. Information technology is applied as a website for online buying and selling transactions, where customers can transact anytime and anywhere. Osten Tantious is a home-based business that sells cinnamon rolls, pastels, brownies, choux, and various pastries. The business owner has a desire for customers to be able to transact without time and place limitations, reach a wider market, and increase sales so that this home business can grow. However, in the business process, there are obstacles in the ordering process and product displays that cannot be seen completely. This research has the goal of creating an *E-Commerce website* so that customers can transact online and see a complete, updated, and fast product catalog. In this study, the authors used the *Business Model Canvas (BMC)* approach. At the *E-Commerce* system implementation stage, the author uses the *Content Management System (CMS) Wordpress* and uses *On-Page* and *Off-Page SEO* strategies so that the developed website is easily found and accessed by customers. The application of the *4P marketing mix (price, place, product, and promotion)* is used so that potential customers are interested in shopping at Toko Osten Tantious. This research results in the conclusion that with the implementation of the Osten Tantious Shop *E-Commerce website*, prospective customers can order and view product information quickly and easily.

**Keywords:** *Business Model Canvas (BMC)*, *Content Management System (CMS)*, *Search Engine Optimization (SEO)*, Toko Osten Tantious

---

### **1. PENDAHULUAN**

Perdagangan lewat elektronik adalah perdagangan yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi terutama internet. Perkembangan *E-Commerce (Elektronic Commerce)* saat ini sangat pesat. Proses transaksi yang cepat dengan *E-Commerce* dapat menguntungkan banyak pihak diantaranya pemilik usaha

maupun konsumen (pembeli). Salah satu manfaat *E-Commerce* yang sangat dirasakan dampaknya antara lain dapat meningkatkan penjualan produk dalam jangkaun yang luas.

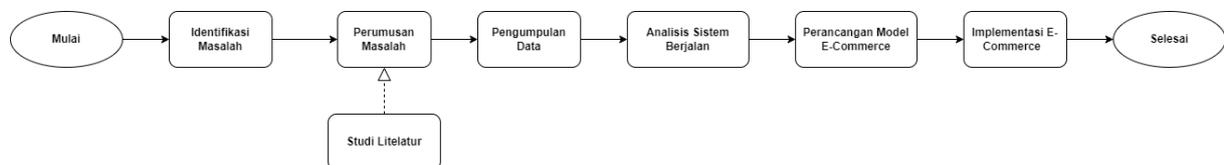
Toko Osten Tantious merupakan usaha rumahan yang menjual cinnamon roll, pastel, brownies, choux dan aneka kue kering. , proses penjualan di Toko Osten Tantious saat ini menggunakan *Whatsapp* dan *Instagram*. Pada proses bisnis berjalan Osten Tantious mengalami kendala seperti strategi pemasaran tidak efektif, dikarenakan kurangnya aktivitas promosi, sehingga informasi promo dan diskon tidak diketahui oleh pembeli, Proses pemesanan kurang maksimal karena kadang kala admin tidak dapat membalas dengan cepat, Laporan pendapatan penjualan membutuhkan waktu yang lama, ketersediaan produk tidak *up to date*, *display* produk Osten Tantious hanya sebagian yang bisa dilihat oleh pembeli.

Beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang dibahas oleh peneliti antara lain: penelitian pertama, Menghasilkan aplikasi *OSCommerce* berbasis *open source* yang layak digunakan untuk menangani permasalahan promosi dan penjualan yang lebih efektif dan efisien, sistem dibangun menggunakan *Content Management System (CMS)* [1]. Penelitian kedua, model *E-Commerce* menggunakan metode penelitian dengan data dan *flow diagram Entry Relationship Diagram (ERD)* yang dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengetahui apa saja informasi produk-produk/jasa yang ditawarkan dan memudahkan pelanggan dalam memesan produk dan jasa [2]. Penelitian ketiga, menggunakan metode penelitian *Waterfall* dalam penyelesaian masalah konsumen dapat melakukan pemesanan barang secara *online*, promosi melalui media *website* yang jangkauannya lebih luas, penyimpanan data dan pencetakan laporan lebih cepat, [3]. Penelitian keempat, model *E-Commerce* menggunakan pemodelan *Rapid Application Development (RAD)* dengan *Visual Paradigm for UML 6.4 Enterprise Edition* agar proses pemesanan produk tanpa dibatasi ruang dan waktu, [4]. Penelitian kelima, sistem dibangun dengan *PHP* serta perancangan menggunakan *Diagram Konteks* dan *Data Flow Diagram (DFD)* agar dapat memudahkan *customer* dalam berbelanja, dan admin merasa terbantu dalam pembuatan laporan [5]. Berdasarkan permasalahan diatas, maka perlu adanya *website E-Commerce* dalam proses bisnis dan penjualan agar dapat bertransaksi kapanpun dan dimanapun, hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan jangkauan promosi yang luas agar masyarakat lebih mengenal Osten Tantious dan juga produknya. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini penulis menggunakan metode pembayaran *Payment Gateway* agar pelanggan tidak perlu melakukan konfirmasi pembayaran sehingga proses penjualan lebih cepat dan efisien. Menurut Prasetio. *E-Commerce* adalah pemanfaatan teknologi digital guna efisiensi dan efektivitas proses bisnis, sehingga terjadinya transaksi atau perdagangan secara elektronik [6]. Menurut Munsarif. Jenis *E-Commerce* yaitu, *Business to Business. Business to Consumer. Customer to Customer. Customer to Business. Business to Administration. Online to Offline* [7]. Menurut Iliadi. *Wordpress* merupakan *platform Content Management System open-source* yang ditulis dalam bahasa pemrograman *PHP* dan menggunakan basis data *Mysql* [8].

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Penulis menggunakan *Business Model Canvas*. Siregar. *Business Model Canvas (BMC)* Sebuah alat bantu visual terdiri dari 9 kotak yang dirancang untuk membangun dan menggali sebuah ide bisnis serta menggambarkan cara berpikir tentang bagaimana menghasilkan pendapatan. [9]



**Gambar 1.** Menampilkan Tahapan Penelitian

### 2.2 Analisis Sistem

Tahap pertama yaitu menganalisa sistem berjalan dengan dilakukannya pengumpulan data seperti wawancara dengan pemilik , observasi keadaan bisnis dan studi literatur. Objek penelitian yaitu Toko Osten Tantious, subjek penelitian ini yaitu Nunu sebagai pemilik. Tujuannya mengetahui masalah proses bisnis berjalan.

### 2.3 Perancangan Model *E-Commerce*

Pada tahap ini *user interface* digunakan untuk perancangan antar muka dalam melakukan perancangan model sistem *E-Commerce*. Tahapan perancangan sistem sebagai berikut:

- a. Perancangan Keluaran (*Output*)  
Tahap ini tidak dapat diabaikan, karena harus menghasilkan laporan yang memudahkan pengguna yang membutuhkan. Pada tahap ini, peneliti membuat rancangan keluaran dari sistem *E-Commerce* usulan.
- b. Perancangan masukan (*Input*)  
Perancangan input bertujuan untuk menjamin inputan data yang akan diterima dan dipahami oleh pemakai mencapai keakuratan yang tinggi. Pada tahap ini, peneliti membuat rancangan masukan untuk sistem *E-Commerce* usulan.
- c. Perancangan *Database*  
*Database* sistem adalah mengintegrasikan data-data yang saling terhubung satu dengan yang lainnya. Pada tahap ini dilakukan perancangan *database* berupa pembuatan *database* dan tabel dengan kata kunci (*primary key*).

## 2.4 Implementasi *E-Commerce*

Pada tahap ini penulis menggunakan CMS untuk implementasi sistem *E-Commerce*.

- a. Membeli *web hosting* dan nama *domain*.  
Langkah awal dalam instalasi *Content Management System (CMS)* adalah membeli *web hosting*. Setelah itu, membeli nama *domain* sesuai dengan tujuan *website* dan sebisa mungkin menarik perhatian, memperhatikan penamaan yang jelas dan menggambarkan usaha atau bisnis.
- b. Instalasi *Content Management System (CMS) Wordpress*  
Diperlukan instalasi terlebih dahulu ke dalam *c-panel* yang sudah tersedia di dalam *tool hostinger* yang digunakan dengan masuk ke dalam *c-panel* dan cari instalasi otomatis di bagian *website* kemudian klik *icon Wordpress*. Lengkapi data yang dibutuhkan kemudian klik *install*.
- c. Menyesuaikan pengaturan *Content Management System (CMS)* dengan kebutuhan *website*.  
Setelah menginstal *CMS*, mengatur apa saja fitur yang dibutuhkan untuk membuat konten *website*, mengatur penampilan *website* dengan desain *template* yang tersedia maupun yang dapat dibeli.
- d. Aktivasi *plugin WooCommerce*  
Sebelum *plugin WooCommerce* dapat digunakan, *plugin* harus diaktifasi terlebih dahulu dengan cara memilih menu di sisi kiri *Wordpress* pada area admin, kemudian menambahkan *plugin* dengan klik *add new* dan cari *WooCommerce* kemudian *install*. Setelah instalasi selesai, aktifkan *WooCommerce* dengan klik *activate*.
- e. Membuat halaman toko  
Sebelum dapat melakukan transaksi jual beli, *user* diharuskan memilih dan mengunduh tema untuk membuat halaman toko *online*. Tema yang disediakan *plugin WooCommerce* sangat beragam dari yang gratis dan juga berbayar.
- f. Melakukan *setting* lokal  
Menentukan parameter bisnis yang akan digunakan dalam menjalankan toko *online* dengan cara mengatur asal bisnis, mata uang yang digunakan, jenis transaksi pembayaran, dan pengiriman produk yang dijual.

## 2.5 Search Engine Optimization (SEO)

*SEO* merupakan teknik pengaturan kata kunci (*keyword*) agar mesin pencari mudah menemukan *website* sehingga *website* dapat menduduki halaman pertama pencarian [10].

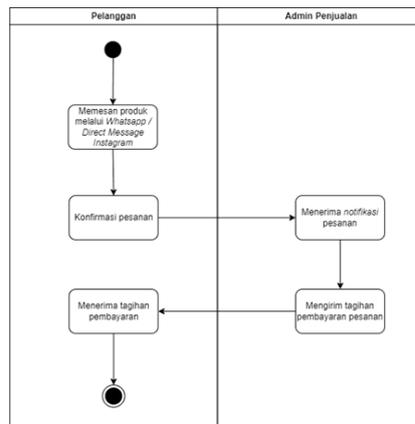
Pada penelitian ini, penulis menerapkan teknik *On Page & Off Page SEO* untuk mendukung proses penjualan dan pemasaran produk Toko Osten Tantious.

# 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

## 3.1 Proses Bisnis Sistem Berjalan

Toko Osten Tantious adalah usaha rumahan yang menjual cinnamon roll, pastel, brownies, choux dan aneka kue kering dalam proses transaksinya melalui *Whatsapp* dan *Instagram*.

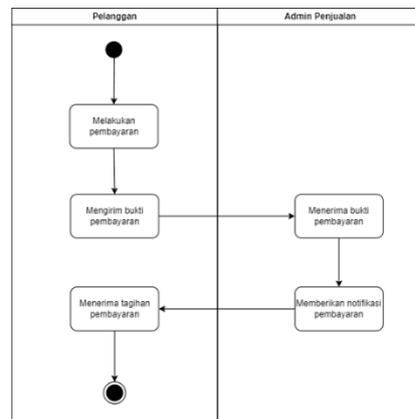
- a. Proses Pemesanan  
Pelanggan memesan produk melalui aplikasi *Whatsapp*, kemudian melakukan konfirmasi ke admin penjualan. Admin penjualan menyetujui pesanan dan melakukan konfirmasi tagihan pembayaran kepada pelanggan.



Gambar 2. Menampilkan Activity Diagram Proses Pemesanan

b. Proses Pembayaran

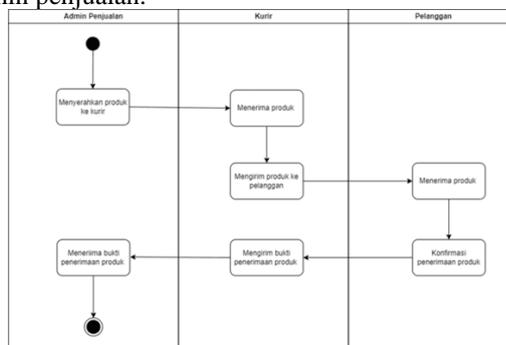
Pelanggan menyelesaikan pembayaran, kemudian mengirimkan bukti pembayaran ke admin penjualan. Selanjutnya admin penjualan akan memvalidasi pembayaran tersebut dan melakukan konfirmasi penerimaan pembayaran kepada pelanggan.



Gambar 3. Menampilkan Activity Diagram Proses Pembayaran

c. Proses Pengiriman Barang

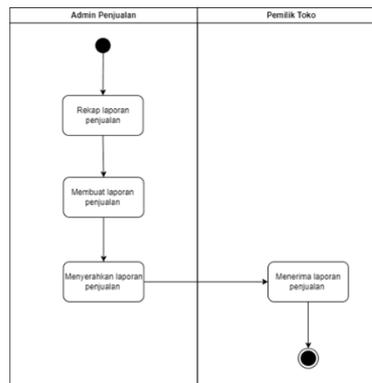
Setelah proses pembayaran selesai, admin penjualan menyiapkan produk untuk diserahkan kepada kurir, kemudian kurir akan mengirimkan produk ke alamat pelanggan. Setelah sampai di alamat pelanggan kurir akan meminta pelanggan untuk foto sebagai bukti penerimaan produk, selanjutnya kurir akan melaporkan bukti penerimaan produk kepada admin penjualan.



Gambar 4. Menampilkan Activity Diagram Proses Pengiriman Barang

d. Proses Pembuatan Laporan

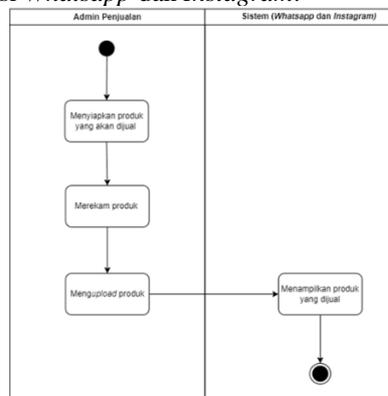
Setiap akhir bulan, admin penjualan mengumpulkan data dari *Whatsapp* dan *Direct Message Instagram* untuk membuat laporan penjualan, kemudian menyerahkan kepada pemilik Osten Tantiuous.



Gambar 5. Menampilkan Activity Diagram Proses Pembuatan Laporan

e. Proses Promosi Produk

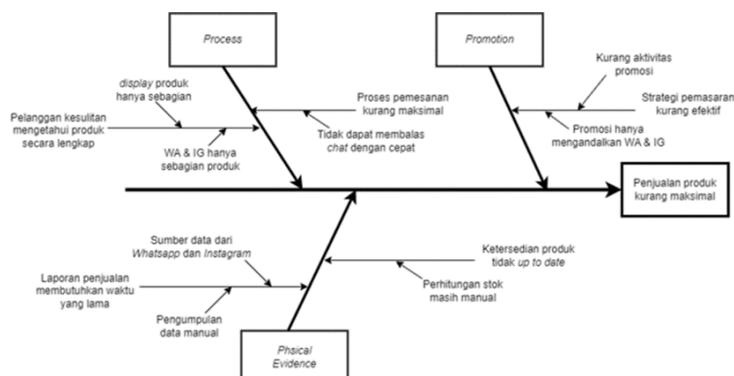
Admin penjualan menyiapkan produk yang akan dijual, merekam produk untuk kebutuhan konten, lalu meng-upload produk yang dijual di aplikasi *Whatsapp* dan *Instagram*.



Gambar 6. Menampilkan Activity Diagram Proses Promosi Produk

### 3.2 Fishbone Diagram

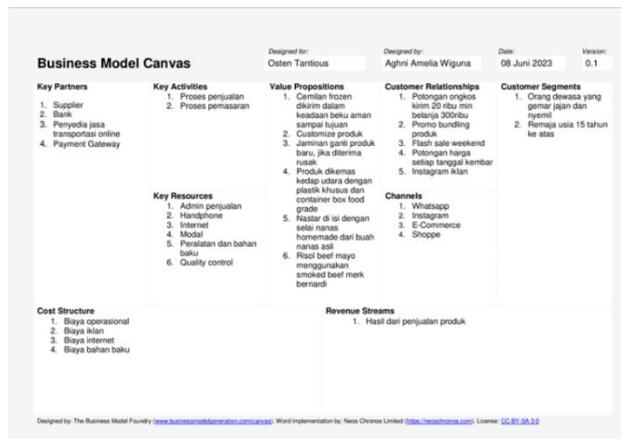
Berikut ini gambar 7 terdapat Analisa masalah Osten Tantious yang dimodelkan dengan teknik *fishbone diagram* terdiri dari kategori *Process*, *Promotion*, *Physical Evidence*. Pada kategori *Process*, masalah disebabkan oleh pelanggan kesulitan mengetahui produk secara lengkap dan proses pemesanan kurang maksimal. Pada kategori *Promotion*, masalah disebabkan oleh strategi pemasaran kurang efektif. Pada kategori *Physical Evidence*, masalah disebabkan oleh laporan penjualan membutuhkan waktu yang lama dan ketersediaan produk tidak *up to date*.



Gambar 7. Menampilkan Analisa masalah dimodelkan dengan Fishbone Diagram

### 3.3 Business Model Canvas (BMC)

Gambar 8 yaitu *Business Model Canvas* Toko Osten Tantious terdiri dari 9 kotak mencakup 4 bidang utama pada suatu bisnis yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur dan kelangsungan *financial*.



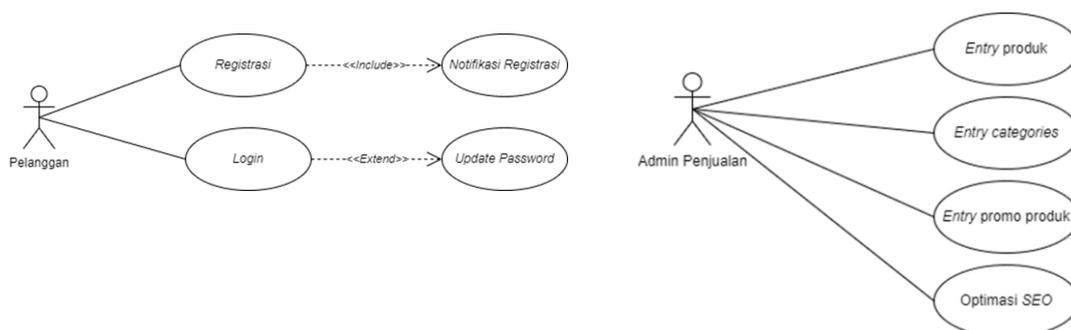
Gambar 8. Menampilkan Business Model Canvas

- Customer Segments*, Berikut ini adalah segmentasi pelanggan yang ditargetkan pada Toko Osten Tantious: Orang dewasa yang gemar jajan dan nyemil, Remaja usia 15 tahun ke atas.
- Value Propositions*, ini adalah nilai ditawarkan oleh Toko Osten Tantious dalam menjalankan bisnisnya: Cemilan frozen dikirim dalam keadaan beku aman sampai tujuan, *Customize* produk, Jaminan ganti produk baru jika diterima rusak, Produk dikemas kedap udara dengan plastik khusus dan *container box food grade*, Nastar di isi dengan selai nanas *homemade* dari buah nanas asli, Risol *beef mayo* menggunakan *smoked beef merk bernardi*.
- Channels*, Berikut ini adalah cara Toko Osten Tantious untuk menyampaikan produk kepada pelanggan: *Whatsapp, Instagram, E-Commerce, Shoppe*.
- Customer Relationship*, Berikut ini adalah cara Toko Osten Tantious menjalin hubungan dengan pelanggan: Potongan ongkos kirim 20 ribu minimal belanja 300 ribu, *Promo bundling* produk, *Flash sale weekend*, Potongan harga setiap tanggal kembar, *Instagram* iklan.
- Revenue Streams*, Berikut ini adalah sumber pendapatan pada Toko Osten Tantious: Hasil dari penjualan produk.
- Key Resources*, Berikut ini adalah sumber daya yang digunakan oleh Toko Osten Tantious: Admin penjualan, *Handphone*, Internet, Modal, Peralatan dan bahan baku, *Quality control*.
- Key Activities*, Berikut ini adalah aktivitas-aktivitas yang dilakukan pada Toko Osten Tantious: Proses penjualan, Proses pemasaran.
- Key Partners*, Berikut ini adalah cara Toko Osten Tantious menjalin kerjasama dengan pihak terkait untuk mendukung kegiatan bisnis: *Supplier, Bank, Penyedia jasa transportasi online, Payment gateway*.
- Cost Structure*, Berikut ini adalah struktur biaya yang dikeluarkan oleh Toko Osten Tantious: Biaya operasional, Biaya iklan, Biaya internet, Biaya bahan baku.

### 3.4 Use Case Diagram

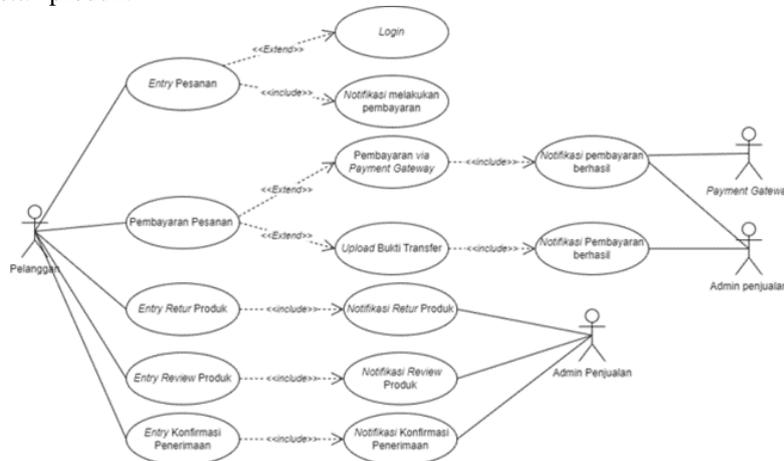
*Use Case Diagram* pada *website* Osten Tantious dibagi menjadi tiga bagian yaitu *Use Case Diagram master*, *Use Case Diagram transaksi*, *Use Case Diagram laporan*.

Pada *Use Case Diagram Master*, menggambarkan interaksi antara *actor* dengan *use case*. *Actor* pelanggan melakukan *registrasi* dan *login*, selanjutnya menggambarkan *actor* admin penjualan saat *entry* produk, *entry categories*, *entry* promo produk dan *optimasi SEO*.

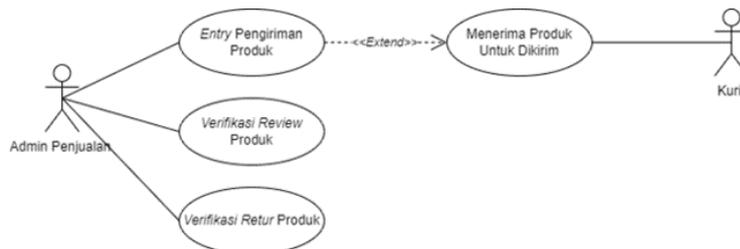


Gambar 9. Menampilkan Use Case Diagram Master

Pada *Use Case Diagram* transaksi, menggambarkan identifikasi kebutuhan *system transaksional* pada *actor* pelanggan mencakup: *entry* pesanan, pembayaran pesanan, *entry retur* produk, *entry review* produk, *entry* konfirmasi penerimaan. Pada *actor* admin penjualan mencakup: *entry* pengiriman produk, verifikasi review produk, verifikasi retur produk.

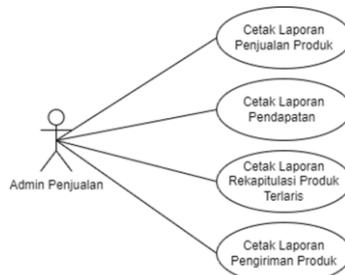


**Gambar 10.** Menampilkan *Use Case Diagram* Transaksi



**Gambar 11.** Menampilkan *Use Case Diagram* Transaksi

Pada *Use Case Diagram* laporan menggambarkan saat *actor* admin penjualan melakukan cetak laporan penjualan produk, cetak laporan pendapatan, cetak laporan rekapitulasi produk terlaris dan cetak laporan pengiriman produk setiap bulan.

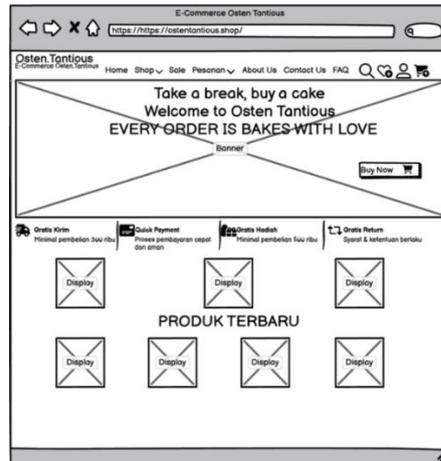


**Gambar 12.** Menampilkan *Use Case Diagram* Laporan

### 3.5 Rancangan Layar

#### a. Rancangan layar halaman *Home*

Halaman saat pelanggan pertama kali membuka *website* Osten Tantious



Gambar 13. Menampilkan Rancangan Layar Home

b. Rancangan layar halaman Checkout

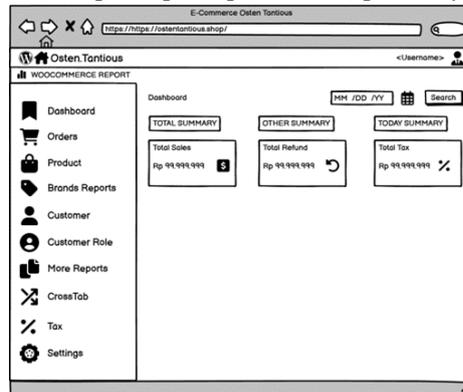
Halaman saat pelanggan ingin melakukan pemesanan produk di website Osten Tantious



Gambar 14. Menampilkan Rancangan Layar Checkout

c. Rancangan layar halaman Laporan Pendapatan

Halaman untuk menampilkan informasi laporan pendapatan sesuai periode yang diinginkan.



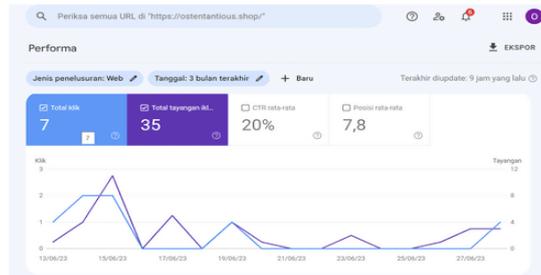
Gambar 15. Menampilkan Rancangan Layar Laporan Pendapatan

### 3.6 Implementasi SEO

a. On Page

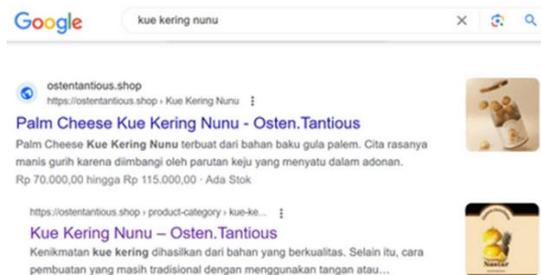
Gambar 16 menggambarkan hasil pengujian kinerja website selama periode 13 Juni 2023 hingga 27 Juni 2023 yang menghasilkan data sebagai berikut : total *click* 7 orang, total *impressions* 35 orang, *Average CTR* = 20%. dan *Average Position* = 7,8.

Data tersebut memberikan informasi tentang bagaimana kinerja website Toko Osten Tantious dalam hasil penelusuran mesin pencari selama periode waktu tersebut. *Average CTR* dan *Average Position* menjadi indikator penting untuk memahami tingkat keterlihatan dan posisi website di hasil pencarian, sementara total klik dan *impressions* membantu mengukur seberapa menarik dan relevan website bagi para pengguna.



Gambar 16. Menampilkan Hasil Pengujian Kinerja Website Osten Tantious

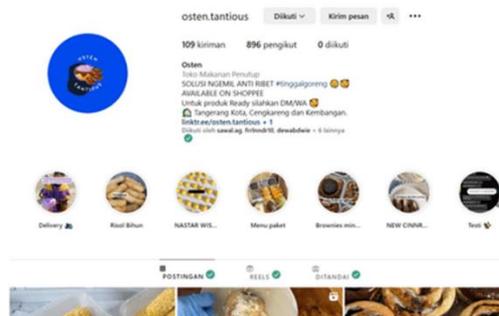
Gambar 17 adalah hasil pencarian kata kunci pada *Google Search* yang dilakukan pada 29 Juni 2023 pukul 02.06 WIB menggunakan kata kunci {kue kering nunu}.



Gambar 17. Menampilkan Hasil Pencarian Kata Kunci pada mesin pencari *Google*

b. *Off Page*

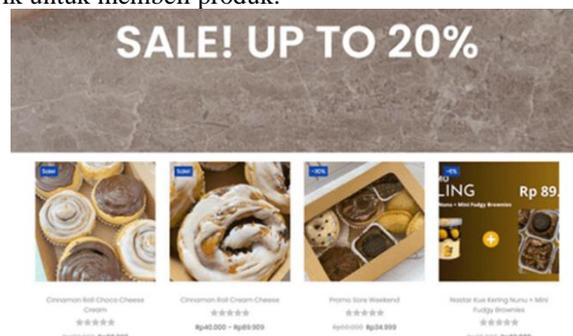
Membuat konten *social media* untuk menarik, memperoleh, dan melibatkan target *audience* yang jelas dan dipahami dengan tujuan mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan.



Gambar 18. Menampilkan Sosial Media Instagram Osten Tantious

### 3.7 Implementasi Strategi Marketing

Berikut ini hasil implementasi strategi *marketing*, halaman *website* menampilkan *catalog* produk yang sedang diskon, agar pelanggan tertarik untuk membeli produk.



Gambar 19. Menampilkan Strategi Marketing Produk

#### 4. KESIMPULAN

Dengan diterapkannya strategi *teknik SEO (Search Engine Optimization) On Page* kata kunci, calon pelanggan mudah menemukan Osten Tantious yang menjual makanan pendamping serta mengetahui informasi promo dan diskon yang sedang berlangsung, dengan adanya fitur keranjang belanja dan *checkout* proses pemesanan menjadi maksimal tanpa harus menghubungi admin terlebih dahulu, dengan adanya fitur cetak laporan membantu admin penjualan dalam pembuatan laporan, dengan adanya fitur katalog produk pelanggan mudah untuk mengetahui stok produk apa saja yang masih tersedia, informasi produk Osten Tantious dapat dilihat dengan lengkap dan jelas, dengan adanya fitur pembayaran menggunakan *payment gateway* proses pemesanan menjadi cepat dan efisien. Saran yang dapat diberikan penulis yaitu melakukan peningkatan fitur yang masih manual menjadi otomatis, perlu adanya pelatihan kepada admin mengenai penggunaan *website*, serta dilakukan pemeliharaan perangkat lunak dan keras secara rutin agar *website* terus berkembang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. Ramadhanti, "Implementasi E-Commerce Dengan Content Management System (CMS) OSCommerce Pada Situs Penjualan (Studi Kasus : Toko Cahaya Komputer)," 2020. [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika>
- [2] J. Bisnis, D. Pemasaran, S. Santosa, and H. Ismaya, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan CMS Wordpress Pada Toko Importir Laptop Bandung," vol. 11, no. 1, 2021.
- [3] S. Handayani, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta," 2018.
- [4] M. Hasanudin, H. M. Khoirudin, W. A. Amroni, and S. Silen, "Aplikasi E-Commerce Sistem Informasi Penjualan Rolling Door Berbasis Rapid Application Development," vol. 12, no. 1, 2019.
- [5] P. Hendriyati and A. Yusta, "Impelementasi Aplikasi E-Commerce Berbasis Web," 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.stmikgici.ac.id/>
- [6] A. dkk Prasetio, *Konsep Dasar E-Commerce*, Cetakan 1. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [7] M. Munsarif and dkk, *Pengantar E-Commerce*, Cetakan 1. Yayasan Kita Menulis, 2022.
- [8] J. Iliadi, *Mudah Berbisnis Online dengan Wordpress dan WooCommerce*, Cetakan Februari 2022. GUEPEDIA, 2021.
- [9] O. M. Siregar and dkk, *Penerapan Bisnis Model Canvas Sentral UMKM*. Medan, Sumatera Utara: Penerbit Puspantara, 2020.
- [10] Budiartawan, "Pengertian, Jenis, Manfaat dan Cara Kerja SEO (Search Engine Optimization)," *Teknologi Informasi & Komunikasi UNDIKSHA*, Oct. 31, 2022.