

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* BERBASIS WEB MENGGUNAKAN *CMS* PADA TOKO TIA BUSANA DENGAN PENDEKATAN *BMC*

Rifqi Azis^{1*}, Lestari Margatama²

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

Email: ^{1*}1812500799@student.budiluhur.ac.id, ²lestari.margatama@budiluhur.ac.id
(*: *corresponding author*)

Abstrak-Tia Busana merupakan sebuah toko pakaian dewasa perempuan yang terletak di ITC, Cipulir. Tia Busana memiliki beberapa jenis pakaian dewasa perempuan berupa gamis, tunik, atasan, dan daster. Tetapi, Tia Busana menghadapi kesulitan dalam meningkatkan penjualan karena belum memanfaatkan internet sebagai alat promosi. Salah satu masalah utama yang dihadapi Tia Busana adalah keterbatasan visibilitasnya. Tanpa adanya penjualan secara *online*, Tia Busana hanya mengandalkan promosi *offline* seperti tulisan pada papan iklan. Melihat masalah yang ada pada toko Tia Busana penulis mempunyai tujuan dalam melakukan penelitian agar dapat membantu pemilik toko Tia Busana dalam menjalankan bisnisnya agar lebih berkembang dengan memanfaatkan internet sebagai media pemasaran dan memperluas jangkauan penjualan sehingga meningkatkan jumlah pelanggan pada toko Tia Busana. Untuk mengatasi masalah yang terjadi penulis memberikan solusi dengan sistem *e-commerce* menggunakan *content management system (CMS)* yang bertujuan untuk memperluas jangkauan penjualan sehingga akan mendatangkan pelanggan yang baru. Analisis metode yang digunakan penulis menggunakan *business model canvas (BMC)* dibantu dengan *teknik search engine optimization (SEO)* dalam penerapannya untuk membantu *website* tampil di halaman pertama mesin pencari. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan penjualan toko dari Tia Busana secara online yang bertujuan untuk memperluas penjualan dan mempermudah untuk melakukan promosi.

Kata Kunci: *e-commerce, content management system, wordpress, business model canvas*

IMPLEMENTATION OF WEB-BASED *E-COMMERCE* USING *CMS* IN TIA BUSANA STORE WITH *BMC* APPROACH

Abstract-Tia Busana is a women's adult clothing store located in ITC Cipulir. Tia Busana has several types of women's adult clothing in the form of dresses, tunics, tops, and daisies. However, Tia Busana faces difficulties in increasing sales because it has not used the internet as a promotional tool. One of the main problems facing Tia Busana is its limited visibility. Without online sales, Tia Busana only relies on offline promotions such as writing on billboards. Seeing the problems that exist in the Tia Busana store, the author aims to conduct research in order to help Tia Busana store owners in running their business to grow more by utilizing the internet as a marketing medium and expanding sales reach so as to increase the number of customers in the Tia Busana store. To overcome the problems that occur, the author provides a solution with an *e-commerce* system using a *content management system (CMS)* which aims to expand the reach of sales so that it will bring in new customers. Analysis of the method used by the author uses a *business model canvas (BMC)* assisted by *search engine optimization (SEO)* techniques in its application to help *websites* appear on the first page of search engines. The results obtained from this study are to increase store sales from Tia Busana online which aims to expand sales and make it easier to do promotions.

Keywords: *e-commerce, content management system, wordpress, business model canvas*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan era digital seperti sekarang, keberadaan *website e-commerce* merupakan suatu hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan atau individu untuk memperluas jangkauan penjualan. *E-Commerce* atau *Electronic Commerce* umumnya dapat diartikan sebagai proses transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik melalui aktifitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi media internet. Dalam melakukan transaksi secara online penggunaan internet menjadi pilihan untuk kemudahan dalam berbisnis. *E-Commerce* menjadi pilihan dengan adanya informasi dalam bentuk yang lebih menarik, serta dapat diakses di manapun dan kapanpun secara *online* [1].

Pemanfaatan internet sebagai media promosi dan transaksi tentunya seiring dengan *kecenderungan* anak muda yang lebih banyak berinteraksi dengan media internet, terutama media sosial. Banyak aplikasi dari pihak ketiga yang menawarkan *marketplace* yang bermunculan dengan menawarkan kemudahan serta dengan tambahan

fitur menarik. *Marketplace* saat ini sudah menyerupai toko atau mall. Banyak produk yang ditawarkan dengan berbagai pilihan dan harga. Bagi pelaku UKM, adanya *marketplace* ini dapat menjadi pilihan untuk melakukan promosi atau melakukan transaksi. Hal ini terkait dengan perubahan cara bertransaksi masyarakat yang mulai berubah dari belanja konvensional menuju transaksi yang menggunakan media internet [2].

Tia Busana merupakan sebuah toko pakaian dewasa perempuan terletak di ITC Cipulir lantai III, yang memiliki beberapa kendala dalam menjalankan bisnisnya. Produk-produk yang ditawarkan oleh Tia Busana seperti gamis, tunik, atasan dan daster, mengalami keterbatasan penjualan pada toko fisik yang berdampak pada penurunan pendapatan. Lokasi toko yang kurang strategis dan sulit dicari, terutama dengan banyaknya persaingan yang ketat dari toko-toko sejenis di sekitarnya, semakin menyulitkan Tia Busana dalam menarik perhatian pelanggan. Penjualan masih terbatas pada toko fisik juga menjadi kendala, yang memaksa pembeli untuk hadir secara langsung di lokasi toko guna mengecek dan membeli produk yang ditawarkan. Hal ini mengakibatkan keterbatasan dalam menjangkau pasar potensial dan membuat calon pembeli menghadapi kesulitan dalam memilih berbagai jenis pakaian seperti gamis, tunik, atasan, dan daster yang ditawarkan oleh Tia Busana. Selain itu, Tia Busana menghadapi keterbatasan dalam strategi promosi, karena mereka hanya mengandalkan promosi *offline* yang terbatas penulisan pada papan iklan berbahan kardus dengan menggunakan spidol.

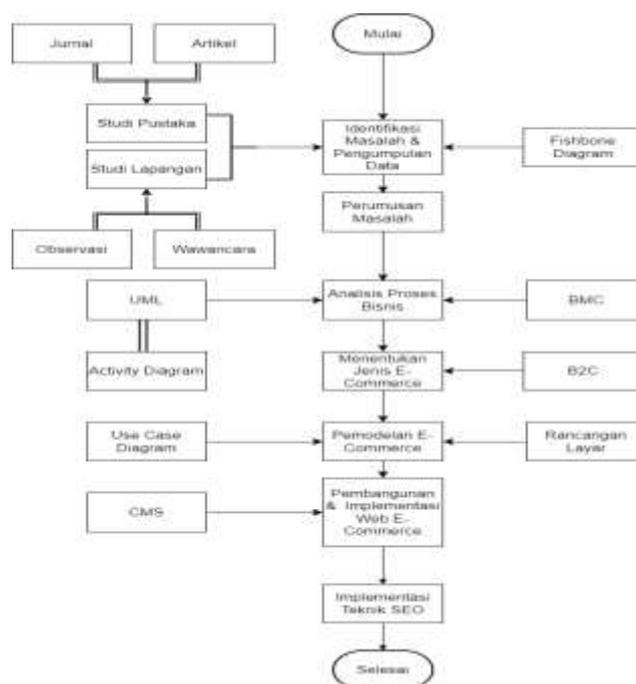
Pada penelitian sebelumnya [3] yang membahas tentang pengembangan sebuah platform *e-commerce* untuk toko furniture yang berfokus pada pengalaman pengguna. Sistem ini mencakup fungsi-fungsi untuk manajemen produk, manajemen pesanan, manajemen ulasan pesanan, dan manajemen pengguna. Penelitian ini membahas metodologi dan teknologi yang digunakan dalam pengembangan sistem, termasuk MERN stack, Azure Boards, GitHub, SonarQube, dan Selenium. Sistem yang diusulkan bertujuan untuk meningkatkan pengalaman belanja online bagi konsumen dan memberikan implikasi praktis untuk pengembangan toko furniture online yang ramah pengguna. Penelitian sebelumnya [4] merupakan implementasi metode *waterfall* dalam pengembangan sistem *Point of Sales* dan *e-commerce* dengan hasil penelitian dari jurnal ini adalah pengembangan sistem *Point of Sales* dan *e-commerce* menggunakan metode Waterfall. Sistem yang dikembangkan menggunakan HTML, CSS, Semantic UI, Angular Framework, dan Firebase sebagai database. Tujuan pengembangan sistem ini adalah untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam promosi dan pemasaran produk, serta memberikan akses mudah dan data penjualan yang terstruktur bagi pemilik toko. Pengujian sistem menunjukkan bahwa sistem berfungsi sesuai yang diharapkan. Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa aplikasi telah berhasil dikembangkan menggunakan metode *waterfall* dan memberikan manfaat seperti akses mudah, proses promosi dan pemasaran yang efisien, serta analisis data penjualan yang disederhanakan. Pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yaitu membahas tentang pengembangan *e-commerce* menggunakan *content management system (cms) wordpress* di toko Diana Kecamatan Glenmore Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan platform *e-commerce* menggunakan *CMS wordpress* untuk Diana Glenmore Store memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari informasi tentang produk yang dijual. Selain itu, manajer toko dapat melacak hasil penjualan secara otomatis. Penggunaan *e-commerce* memberikan kenyamanan bagi konsumen dan perusahaan [5].

Dengan latar belakang masalah yang ada pada toko Tia Busana penulis membangun sebuah *website e-commerce* sebagai sarana penjualan produk dan media promosi yang bertujuan untuk memperluas jangkauan penjualan, dengan adanya sistem penjualan berbasis *website* pelanggan dapat lebih mudah untuk memilih dan melihat stok pakaian tanpa harus datang langsung ke toko, karena pelanggan dapat mengakses *website* dari mana saja, sehingga dapat meningkatkan pendapatan penjualan pada toko Tia Busana.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian menjelaskan secara menyeluruh melalui pendekatan yang sistematis yang merinci proses dari tahap awal sampai akhir, kemudian direpresentasikan dalam bentuk diagram alir untuk mempermudah pemahaman. Berikut adalah tahapan penelitian yang dilakukan penulis.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.2 Metode Pengumpulan Data

Pada tahap awal penelitian, dilakukan identifikasi masalah melalui studi lapangan yang terdiri dari dua kegiatan. Pertama, melakukan observasi untuk mengamati permasalahan yang dihadapi oleh pemilik toko Tia Busana yang berkeinginan memasarkan produknya melalui *platform e-commerce*. Kegiatan ke dua melakukan wawancara dengan pemilik toko Tia Busana, menggunakan serangkaian pertanyaan untuk memahami sistem penjualan yang sedang berjalan dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi. Selain itu, identifikasi masalah juga melibatkan studi pustaka, dengan memeriksa penelitian-penelitian sebelumnya dari jurnal-jurnal kampus dan artikel-artikel yang relevan di internet sesuai dengan topik yang dibahas. Informasi yang diperoleh pada tahap ini kemudian dianalisis menggunakan alat bantu *fishbone diagram* untuk mengidentifikasi akar permasalahan

2.3 Analisis Proses Bisnis

Tahapan selanjutnya adalah analisa proses bisnis yang sedang berjalan. Pada tahap ini, penulis menggunakan beberapa *tools* (alat bantu), seperti *Activity Diagram* dan *Business Model Canvas*, untuk menganalisis proses bisnis. Hasil yang diperoleh dari tahapan ini berupa diagram alur proses bisnis dan konsep-konsep bisnis.

2.4 Pembangunan dan Implementasi Web E-Commerce

Langkah berikutnya adalah tahap pembangunan dan implementasi *website e-commerce* menggunakan sistem manajemen konten WordPress dengan memanfaatkan *plugin* yang disediakan oleh WordPress, khususnya *plugin WooCommerce* dan *plugin* pendukung lainnya yang dibutuhkan untuk membangun *webstie*. Pada tahap implementasi ini, terciptalah suatu *website e-commerce* yang telah dibangun menggunakan content management system WordPress.

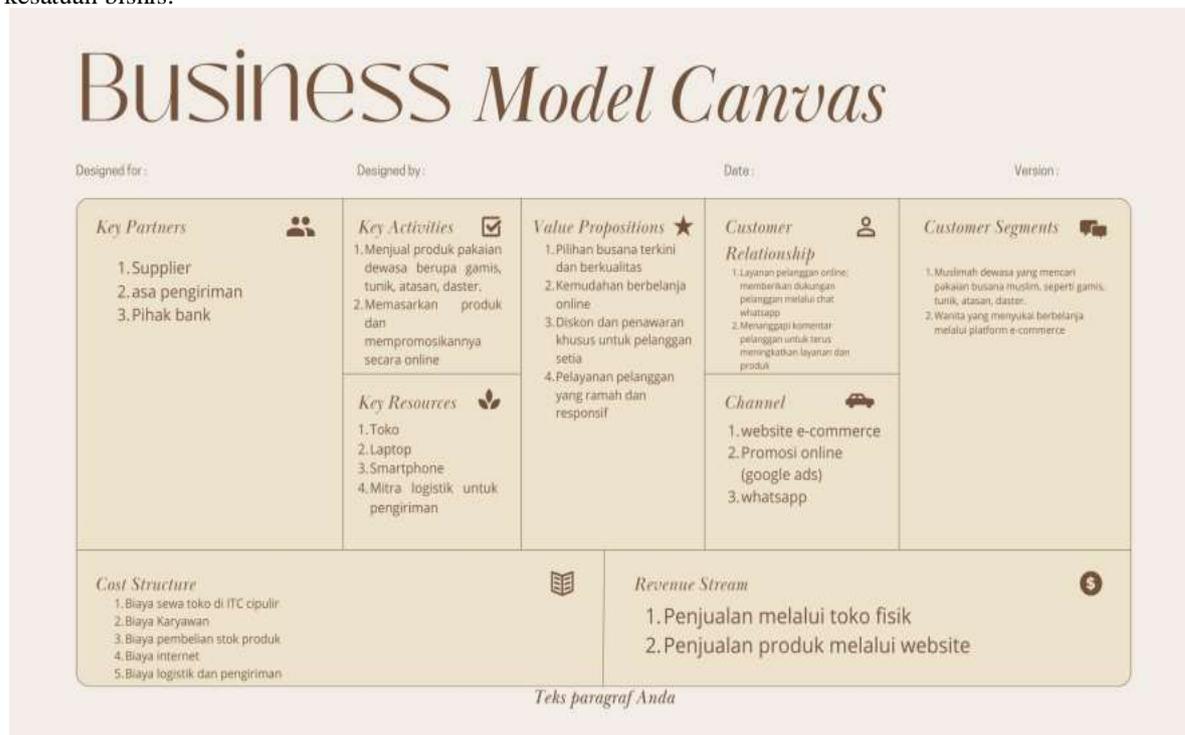
2.5 Implementasi Teknik SEO

Teknik *SEO* diterapkan pada *website e-commerce* bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada toko *online*. Teknik ini melibatkan berbagai strategi agar *website* dapat ditemukan di halaman awal mesin pencari (*search engine*). Hasil dari tahapan ini adalah *website* terindeks oleh mesin pencari dan muncul pada halaman pertama hasil pencarian. Tujuan dari *SEO* adalah menempatkan sebuah situs *website* pada posisi teratas hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu yang ditargetkan. Situs web yang menempati posisi teratas pada hasil pencarian memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung [6].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Business Model Canvas (BMC)

Menurut [7] *Business Model Canvas (BMC)* adalah model bisnis yang terdiri dari 9 blok area aktivitas bisnis dengan tujuan memetakan strategi untuk membangun bisnis yang kuat, supaya bisa memenangkan persaingan dan sukses dalam jangka panjang. *BMC* ini memiliki ciri khas dengan 9 blok model yang jika disatukan akan menjadi satu kesatuan bisnis.



Gambar 2. Business Model Canvas

Berikut merupakan penjelasan dari *Business Model Canvas (BMC)* pada toko Tia Busana :

- Key Partners**
Toko Tia Busana bekerja sama dengan *supplier* untuk memastikan ketersediaan produk, kemudian Tia Busana menggunakan kemitraan dengan jasa pengiriman untuk proses pengiriman, dan menggunakan *platform* transfer bank untuk melakukan proses pembayaran
- Key Activities**
Kegiatan yang dilakukan pada toko Tia Busana yaitu membeli produk dari *supplier* atau pemasok, dan memasarkan produk kepada pelanggan melalui *website e-commerce* Tia Busana
- Key Resources**
Sumber daya yang dibutuhkan oleh Tia Busana dalam menjalankan bisnisnya :
 - Toko fisik dan *online* melalui *website e-commerce* sebagai sarana utama untuk memasarkan produk
 - Penggunaan *laptop* untuk operasional *e-commerce* dan pembuatan laporan penjualan
 - Smartphone* digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan
 - Mitra logistik untuk pengelolaan pengiriman yang efisien.
- Value Proposition**
Toko Tia Busana menawarkan busana muslim yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga menawarkan desain sesuai tren terkini. Melalui platform e-commerce, pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan membeli produk yang diinginkan.
- Customer Relationship**
Pemilik toko yang berperan sebagai penjual menyediakan pelayanan yang ramah dengan menjelaskan model dan ukuran, serta memberikan potongan harga atau diskon kepada pelanggan.
- Channels**

Tia Busana menggunakan *website e-commerce* yang responsif, mudah digunakan, dan sebagai platform untuk memperluas jangkauan penjualan. Menggunakan promosi seperti iklan *google ads*, sebagai media promosi *online*. Dan menggunakan media sosial seperti *whatsapp* untuk berinteraksi dengan pelanggan.

g. *Customer Segments*

Toko Tia Busana berfokus pada dua segmen utama: muslimah dewasa yang mencari busana muslim modern seperti gamis, tunik, atasan, daster dan wanita yang lebih memilih berbelanja secara *online*.

h. *Cost Structure*

Biaya yang dibutuhkan Tia Busana untuk menjalankan bisnis diantaranya adalah :

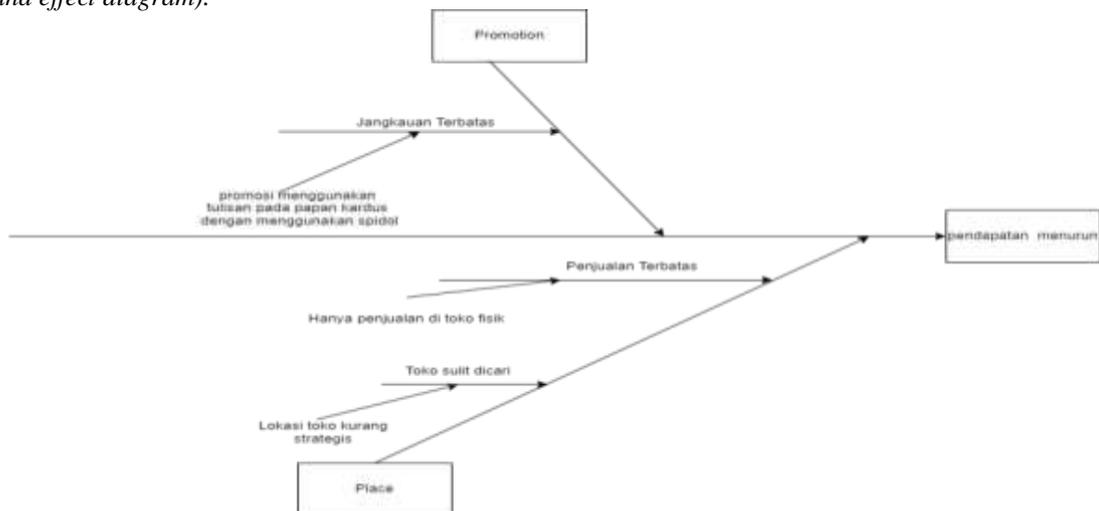
- 1) Biaya untuk sewa toko setiap bulannya.
- 2) Biaya logistik dan pengiriman produk.
- 3) Biaya internet
- 4) Biaya promosi dan pemasaran *online*.
- 5) Biaya pengembangan dan pemeliharaan *website*

i. *Revenue Streams*

Pendapatan yang diperoleh toko Tia Busana saat ini adalah hasil dari penjualan produk secara langsung pada toko fisik yang berada di ITC Cipulir dan melalui *website e-commerce*.

3.2 Fishbone Diagram

Menurut [8] *Fishbone Diagram* pertama kali dibuat oleh Dr. Kaoru Ishikawa ilmuwan atau professor yang ahli dalam manajemen kualitas dan berasal dari negara Jepang. *Fishbone* atau bisa disebut kerangka tulang ikan, tingkatan keakuratannya cukup tinggi dalam hal analisa suatu permasalahan utama, serta membutuhkan ekstra ketelitian dan analisa yang mendalam, berbagai dokumen seperti klausa dan daftar *checklists* dibutuhkan untuk mendukung metode *fishbone diagram*. *Fishbone diagram* ini bisa diperluas ke dalam diagram sebab dan akibat (*cause and effect diagram*).



Gambar 3. *Fishbone Diagram*

Berdasarkan analisis masalah yang telah dilakukan menggunakan *fishbone diagram*, berikut adalah penjelasan:

- a. *Place*, lokasi toko kurang strategis karena berada di lantai III yang letaknya di tengah toko lainnya. Sehingga, toko sulit dicari oleh pengunjung di ITC Cipulir
- b. *Place*, penjualan hanya di toko fisik yang berada di ITC Cipulir. Sehingga, penjualan terbatas di ITC Cipulir saja.
- c. *Promotion*, Promosi pada toko Tia Busana menggunakan tulisan pada papan kardus dengan menggunakan spidol yang di pasang pada toko Tia Busana. Sehingga, jangkauan terbatas hanya pada pengunjung di ITC Cipulir.

3.3 Activity Diagram

Berikut ini adalah *Activity Diagram* yang menceritakan sebuah proses bisnis usulan di Toko Tia Busana Cipulir :

a. *Activity Diagram* Proses Pemesanan Produk

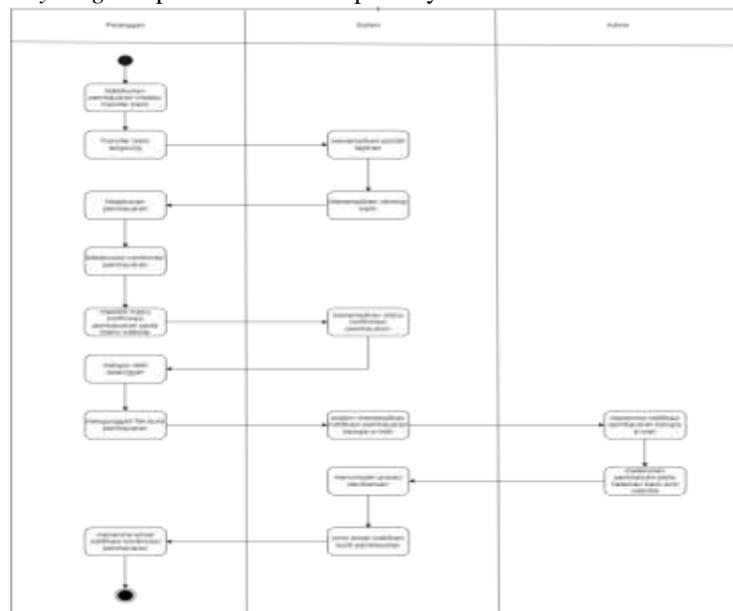
Gambar 4 adalah *activity diagram* proses bisnis pemesanan produk.



Gambar 4. *Activity Diagram* Proses Pemesanan Produk

b. *Activity Diagram* Proses Konfirmasi Pembayaran

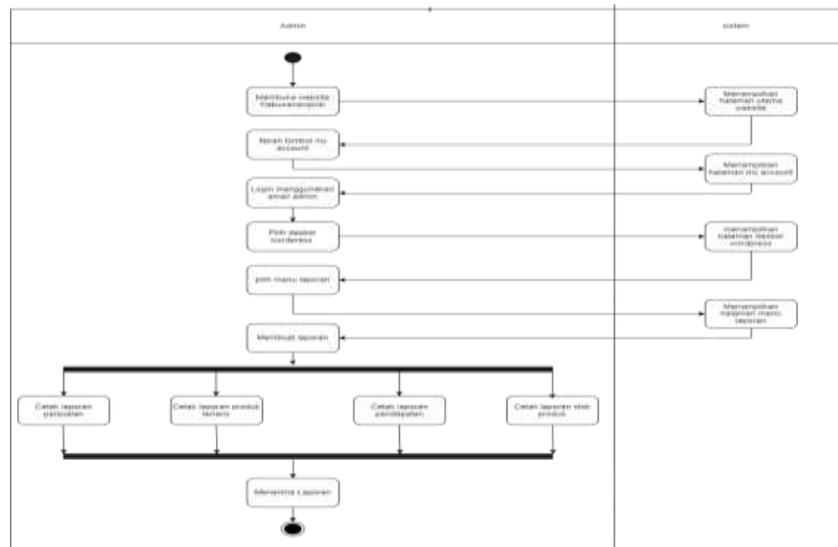
Gambar 5 adalah *activity diagram* proses konfirmasi pembayaran.



Gambar 5. *Activity Diagram* Konfirmasi Pembayaran

c. *Activity Diagram* Proses Pembuatan Laporan

Gambar 6 adalah *activity diagram* proses pembuatan laporan.



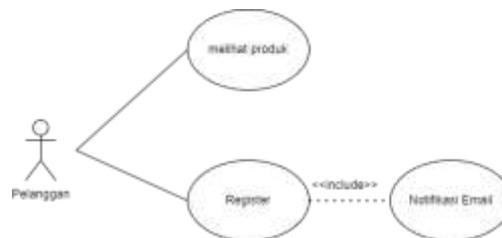
Gambar 6. Activity Diagram Proses Pembuatan Laporan

3.4 Use Case Diagram

Use case diagram pada toko Tia Busana terdapat tiga bagian, yaitu: use case diagram master, use case diagram transaksi, dan use case diagram laporan.

a. Use Case Diagram Master Pelanggan

Berikut ini yaitu Gambar 7, mengenai use case diagram master pelanggan, memiliki fitur register dan melihat produk serta mendapat menerima notifikasi email.



Gambar 7. Use Case Diagram Master Pelanggan

b. Use Case Diagram Transaksi

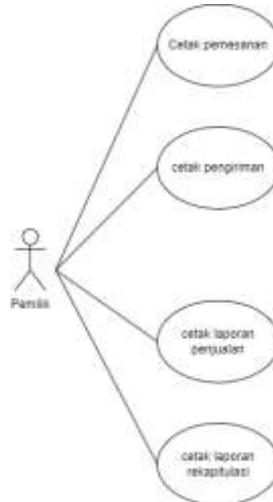
Berikut ini yaitu Gambar 8, mengenai use case diagram transaksi pelanggan, memiliki fitur pilih melihat produk, entry pesanan, menerima pesanan, konfirmasi pembayaran, update status pesanan dan terima pesanan.



Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi

c. *Use Case Diagram* Laporan

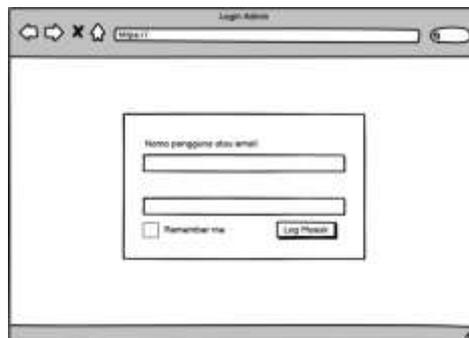
Berikut ini yaitu Gambar 9, mengenai *use case diagram* laporan, memiliki fitur cetak pesanan, cetak pengiriman, cetak laporan penjualan, dan cetak laporan rekapitulasi.



Gambar 9. *Use Case Diagram* Laporan

3.5 Rancangan Layar

Rancangan layar *website* Tia Busana Cipulir disusun dengan detail untuk memastikan pengguna dapat dengan mudah memahami setiap menu. Dengan demikian, pengguna dapat dengan mudah mengakses fitur dan informasi produk.



Gambar 10. Rancangan Layar Login

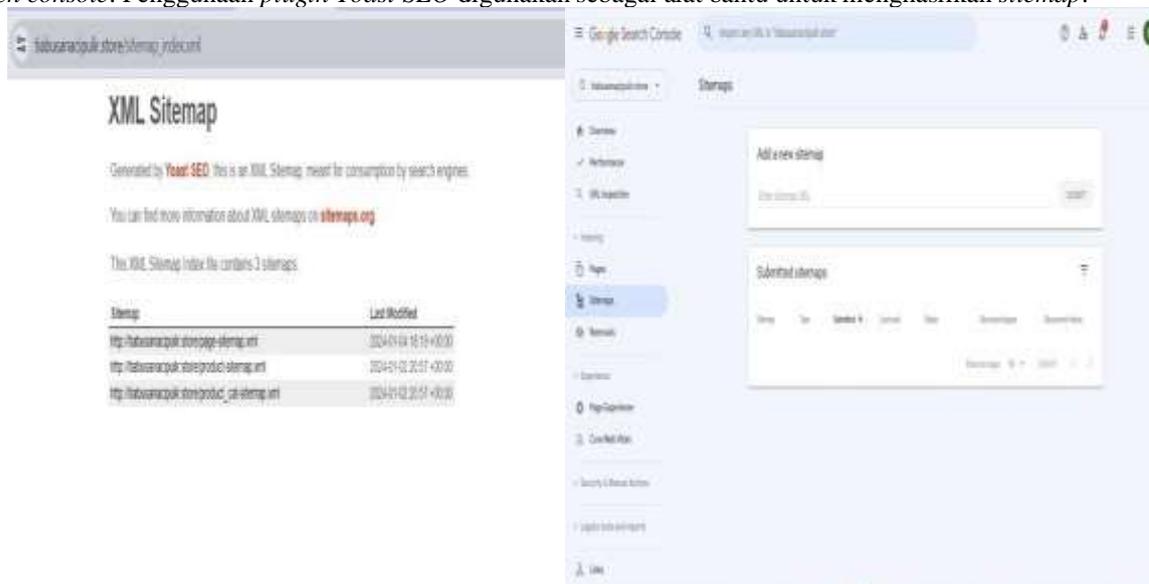


Gambar 11. Rancangan Layar Pesanan

3.6 Optimalisasi SEO

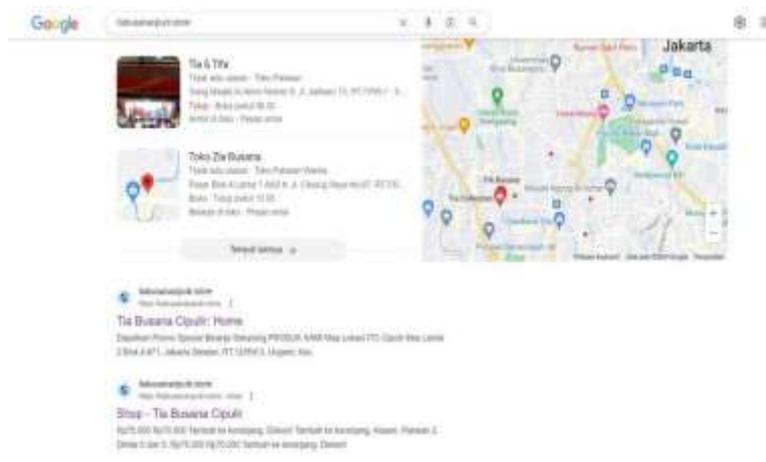
Setelah selesai membangun situs *website* pada toko Tia Busana, tahapan selanjutnya adalah melibatkan optimalisasi *SEO*. Penggunaan *Plugin Yoast SEO* menjadi langkah efektif dengan memberikan saran dan panduan langkah-langkah yang diperlukan untuk mempercepat indeksasi oleh mesin pencari Google. Langkah selanjutnya

merupakan konfigurasi *sitemap* dari *website* Tiabusanacipulir.shop ke dalam konfigurasi *sitemap* dari *google search console*. Penggunaan *plugin Yoast SEO* digunakan sebagai alat bantu untuk menghasilkan *sitemap*.



Gambar 12. Optimasi *SEO* pada *Google Search Console*

Berikut merupakan hasil dari *keyword* yang bisa digunakan untuk mencari *website* Tia Busana Cipulir di pencarian *google*.



Gambar 13. Hasil Pencarian *Google*

3.7 Strategi Marketing

Strategi *marketing* yang akan digunakan pada toko Tia Busana adalah strategi *marketing Mix 4P* (*Product, Price, Promotion, dan Place*) merupakan pendekatan yang efektif untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran dengan tujuan untuk mencapai kesuksesan dalam tujuan pemasaran.

a. *Product* (produk)

- 1) Tia Busana dapat menambah variasi produk yang ditawarkan pada *website e-commerce*, menambah koleksi terbaru yang hanya tersedia secara online.

b. *Price* (Harga)

- 1) Menentukan harga yang sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan.
- 2) Menerapkan kebijakan harga yang jelas dan transparan, termasuk ongkos kirim agar pelanggan dapat menghitung total biaya dengan jelas.

c. *Promotion* (Promosi)

- 1) Mengadakan promosi khusus seperti potongan harga pada hari-hari perayaan, seperti hari potongan

harga pada hari kemerdekaan, hari lebaran, potongan harga akhir tahun dan sebagainya.

d. *Place* (Tempat)

- 1) Menyediakan akses mudah bagi pelanggan melalui *webiste e-commerce* Tiabusanacipulir.store
- 2) Menawarkan pengiriman produk yang cepat dan aman ke berbagai daerah dengan bekerja sama melalui jasa pengiriman.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan selama penulisan yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dengan adanya *website e-commerce*, pelanggan Tia Busana dapat dengan mudah melakukan pembelian secara *online* tanpa harus datang ke toko fisik yang berada di ITC Cipulir, dan menjadi solusi utama untuk meningkatkan pendapatan penjualan. Selain itu, adanya fitur laporan pendapatan, produk, stok dan penjualan terlaris membantu pemilik toko untuk menganalisis data penjualan secara efektif.
- b. *Website e-commerce* Tia Busana Cipulir tidak hanya memberikan bukti penjualan kepada pelanggan, tetapi juga mengirimkan notifikasi *e-mail* dengan informasi pembayaran yang rinci.
- c. Penerapan fitur *SEO* pada *website e-commerce* Tia Busana Cipulir memudahkan peningkatan penjualan produk yang lebih luas, dan memperluas area promosi melalui pemasaran internet.
- d. Fitur tampilan stok produk yang memberikan kejelasan kepada pelanggan, memungkinkan pelanggan untuk langsung melakukan pembelian tanpa harus menanyakan ketersediaan stok kepada admin Tia Busana.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Padillah. (2022). IMPLEMENTASI E-COMMERCE DENGAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA DISTRO BETAWI BOYS. INDONESIA JOURNAL INFORMATION SYSTEM (IDEALIS), 30.
- [2] Muhammad Sholeh 1, J. T. (2020). PENDAMPINGAN KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT DENGAN MEMANFAATKAN MARKETPLACE SEBAGAI MEDIA PEMASARAN. Jumal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ, 159.
- [3] Piyoshila. (2022). ECOMMERCE PLATFORM FOR FURNITURE STORE. INTERNATIONAL JOURNAL OF ENGINEERING AND MANAGEMENNT RESEARCH, 12.
- [4] Ramayanti, D. (2023). IMPLEMENTASI METODE WATERFALL DALAM PENGEMBANGAN SISTEM POINT OF SALES DAN E-COMMERCE, 4.
- [5] Prasetyo, Y. (2022). PENGEMBANGAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS DI TOKO DIANA KECAMATAN GLENMORE, 1.
- [6] Ahmad Arifin, N. D. (2019). Analisis Penerapan Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Traffic Website Berbayar dan Tidak Berbayar. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, 46.
- [7] Kusriyanti, T. (2020). PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN MODEL BUSINESS MODEL CANVAS PADA LEORA DESIGN INTERION & FURNITURE. JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL, 528-529.
- [8] Farid Sukmana, B. F. (2023). IMPLEMENTASI ISO 9126 DAN FISHBONNE ANALISIS PADA SISTEM PERPUSTAKAAN SEKOLAH DI UPT SD NEGRI 27 GRESIK. JIPI (Jumal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika, 346-347.
- [9] Andayaningtyas, Y. P. (2022). Pengembangan E-Commerce Menggunakan Content Management System (CMS) Wordpress di Toko Diana Kecamatan Glenmore. Teknik industri, Sistem informasi dan Teknik informatika, 14-17.
- [10] Basorudin, G. E. (2022). Perancangan dan Implementasi Sistem Operasi Linux Debian untuk Konfigurasi Content Management System (CMS) Wordpress Dengan Winscp . BULLETIN OF COMPUTER SCIENCE RESEARCH, 22.