

PENERAPAN *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *WORDPRESS* PADA SABLON CIKARANG CIBARUSAH

Shifa Hanifah¹, Lis Suryadi²

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

Email: ^{1*}shifahanifah05@gmail.com, ²lis.suryadi@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Peningkatan penggunaan teknologi informasi dalam dunia bisnis telah membuka peluang besar bagi toko-toko konvensional untuk bertransformasi menjadi bisnis berbasis online. Toko Sablon Cikarang Cibarusah, yang menyediakan layanan sablon kustomisasi seperti baju, jaket, dan almamater untuk komunitas dan pembeli yang ingin membuat barang personal, menghadapi tantangan dalam hal efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Saat ini, pemasaran masih belum dikenal luas karena media promosi hanya terbatas di sekitar toko dan menggunakan media sosial Instagram untuk pengenalan produk. Proses bisnis saat ini melibatkan pembeli yang datang langsung ke toko atau menghubungi lewat WhatsApp untuk melakukan pemesanan. Setelah pencetakan selesai, pemilik toko akan menghubungi pembeli untuk menginformasikan bahwa barang telah selesai dicetak. Tujuan penelitian ini adalah merancang sebuah situs web penjualan untuk mempermudah pengelolaan penjualan dan memperluas jangkauan agar diketahui masyarakat luas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis kebutuhan, perancangan bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dan perancangan sistem menggunakan *Unified Modelling Language* (UML). Perancangan sistem mencakup pembuatan situs web menggunakan *Content Management System* (CMS) dengan plugin *WooCommerce*, optimasi situs menggunakan *Search Engine Optimization* (SEO), serta analisis masalah menggunakan *Fishbone Diagram*. Dari penelitian menunjukkan bahwa sistem *E-Commerce* yang dikembangkan dapat memproses secara otomatis pemesanan dan pembayaran pembeli, selain itu dapat memudahkan pembeli dalam mengunggah desain, serta memberikan notifikasi status pesanan secara real-time. Sistem juga menyediakan fitur laporan yang membantu manajemen dalam menganalisis penjualan dan stok produk. Dengan adanya sistem ini, efisiensi operasional toko meningkat dan kepuasan pelanggan terjaga melalui layanan yang lebih cepat dan terstruktur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *E-Commerce* sangat efektif dalam mengatasi masalah operasional di Toko Sablon Cikarang Cibarusah. Selain itu, sistem *E-Commerce* dapat memperluas jangkauan pemasaran dan mempermudah dalam pembuatan laporan penjualan.

Kata Kunci: *E-Commerce, Business Model Canvas, Unified Modelling Language, Search Engine Optimization, Content Management System, Fishbone Diagram.*

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* USING *WORDPRESS* AT SABLON CIKARANG CIBARUSAH

Abstract-Currently, marketing is still not widely known because promotional media are only around the store and use Instagram social media for product introduction. The current business process involves buyers coming directly to the store or contacting via WhatsApp to place orders. Once printing is completed, the store owner will contact the buyer to inform them that the goods have been printed. The aim of this research is to design a sales website to facilitate sales management and expand the reach to be known by the wider community. The methods used in this research include needs analysis, business design using the *Business Model Canvas* (BMC), and system design using *Unified Modelling Language* (UML) diagrams. The system design includes building a website using a *Content Management System* (CMS) with the *WooCommerce* plugin, site optimization using *Search Engine Optimization* (SEO), and problem analysis using the *Fishbone Diagram*. The results of the research show that the developed *E-Commerce* system can automatically process buyer orders and payments, make it easier for buyers to upload designs, and provide real-time order status notifications. The system also provides reporting features that help management analyze sales and product stock. With this system, the operational efficiency of the store increases, and customer satisfaction is maintained through faster and more structured service. The conclusion of this research is that using *E-Commerce* is very effective in overcoming the operational problems of custom screen printing clothing stores at Sablon Cikarang Cibarusah. Additionally, the *E-Commerce* system can widely reach the marketing area and simplify sales report generation at Sablon Cikarang Cibarusah.

Keywords: *E-Commerce, Business Model Canvas, Unified Modelling Language, Search Engine Optimization, Content Management System, Fishbone Diagram.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin modern dapat memberikan keuntungan bagi pengusaha untuk memasarkan jasa maupun produk dengan tujuan memperluas pangsa pasar dengan jangkauan yang lebih luas [1]. Di era sekarang ini pembelian barang apapun bisa dengan mudah dengan cara online, cukup memilih barang yang kita inginkan, pesan lalu bayar, barang akan dikirimkan penjual melalui jasa pengiriman. Proses jual beli produk secara online atau transaksi yang dilakukan melalui internet antara penjual dan pembeli dikenal dengan *e-commerce* [2]. *E-commerce* adalah suatu proses transaksi yang menggunakan komunikasi seperti jaringan internet yang banyak dipakai di negara maju maupun negara berkembang, aktifitas nya tidak di batasi oleh batas geografis, sehingga pelaku bisnis bisa mencapai pasar global [3]. Salah satunya adalah bisnis *fashion* pakaian yang banyak diminati [4].

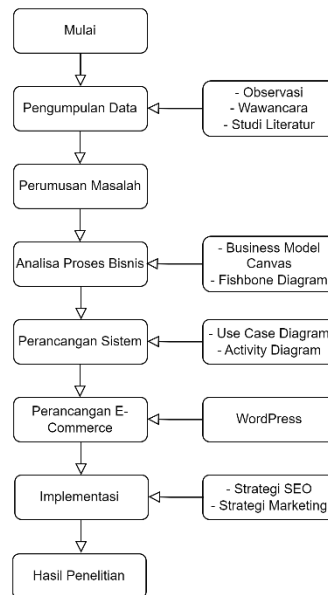
Pakaian adalah kebutuhan primer pertama karena dapat digunakan sehari-hari. Banyak jenis pakaian yang bisa digunakan contohnya adalah kaos. Kaos sablon kustomisasi ialah kaos polos yang didesain unik sesuai keinginan pelanggan sendiri bisa berupa tulisan atau gambar dan berbeda desain dengan yang lain [5]. Untuk proses biasanya melayani pemesanan secara *pre order* selama 2-3 hari tergantung banyaknya pesanan.

Sablon Cikarang Cibusah merupakan usaha perorangan dengan lingkup kecil yang bergerak di bidang jasa sablon satuan atau lusinan menjual kaos, reglan kaos, jaket, jas almamater, *hoodie*, dan kemeja PDL yang bisa kustomisasi sesuai keinginan pelanggan dengan harga yang terjangkau dan mengutamakan kualitas, untuk desain bisa dari pelanggan atau dibuatkan dari toko. Biasanya pelanggan membeli untuk keperluan kaos angkatan, komunitas, acara dll. Sablon Cikarang Cibusah memulai usahanya sejak 2016, berlokasi di Sukasari, Kecamatan Serang Baru, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, 17330. Saat ini pemasaran masih belum banyak diketahui karena media promosi hanya disekitar toko dan memanfaatkan media sosial Instagram untuk pengenalan produk. Proses bisnis saat ini pembeli datang langsung ke toko atau menghubungi lewat WhatsApp dalam melakukan pemesanan, setelah pencetakan sudah selesai, pemilik toko akan menghubungi pembeli untuk menginformasikan bahwa barang telah dicetak. Jika pembeli ingin bukti transaksi masih menggunakan nota dan pencatatan laporan dilakukan dengan menggunakan *Microsoft Excel*.

Pada penelitian [6] dengan menggunakan metode *web engineering* menggunakan tahap komunikasi pelanggan, perencanaan, pemodelan dan tes menggunakan *blackbox testing* menghasilkan *website* sebagai pemasaran yang lebih luas untuk menarik pelanggan baru dan memberikan informasi katalog produk yang dijual. Menggunakan metode *Business Model Canvas* membantu strategi bisnis yang baru dalam meningkatkan penjualan dan pembayaran sudah menggunakan *e-wallet* [7]. Dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* dan *Fishbone Diagram* menghasilkan *E-Commerce* terdapat fitur data barang untuk mempermudah toko dalam menjual produk terbaru dan dapat diakses mudah di internet [8]. Pada penelitian [9] menggunakan metode *waterfall* dan *Blackbox Testing* perancangan web *e-commerce* berbasis *woocommerce* dan metode yang digunakan menghasilkan web berjalan dengan baik dan efektif. Menggunakan metode *waterfall* menjadikan pengolahan data penjualan dalam sistem penjualan yang sudah terkomputerisasi dapat menjadi lebih efisien dan efektif, yang berarti lebih sedikit kesalahan pencatatan, lebih banyak penjualan, lebih banyak keuntungan bagi pelanggan, dan lebih sedikit biaya selama proses penjualan [10].

2. METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian proses sistematis dari awal hingga akhir penelitian, yang disajikan seperti gambar berikut:



Gambar 1. Metode Penelitian

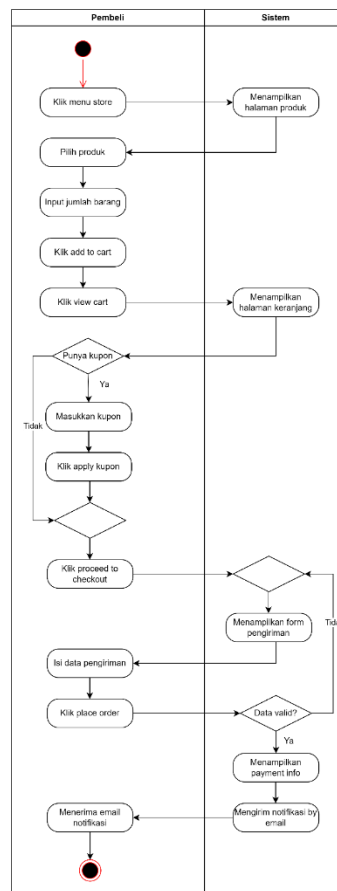
Gambar diatas menjelaskan tahap yang dilakukan selama penelitian :

- a. **Pengumpulan data**
Pada tahap ini, penulis mengumpulkan informasi melalui beberapa langkah. Pertama, penulis mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung proses bisnis yang sedang berlangsung, seperti pemesanan dan kegiatan bisnis. Kedua, penulis melakukan wawancara dengan pemilik lokasi penelitian untuk memahami proses bisnis yang sedang berjalan. Terakhir, penulis melakukan tahap studi literatur dengan mencari dan membaca sumber dari jurnal serta buku yang berkaitan dengan teori penelitian untuk memecahkan permasalahan.
- b. **Perumusan Masalah**
Setelah mengumpulkan data, penulis mengidentifikasi masalah penelitian, merumuskan masalah, dan menerapkan sistem yang ditujukan untuk menyelesaikannya.
- c. **Analisa Proses Bisnis**
Analisa proses bisnis dilakukan dengan menggunakan dua alat:
 - 1) *Fishbone Diagram* untuk menganalisis penyebab dari suatu masalah. *Fishbone Diagram* dibuat dengan memulai dari masalah atau efek yang ditunjukkan pada kepala atau mulut ikan dan ditempatkan di sisi kanan.
 - 2) *Business Model Canvas* untuk membantu merangkai ide strategi bisnis yang baru dengan menggunakan 9 elemen agar lebih terstruktur.
- d. **Perancangan sistem**
Di tahap ini, penulis menyelesaikan kebutuhan perancangan sistem yang akan dibuat dengan menggunakan UML (*Unified Modelling Language*). Diagram yang dibuat meliputi *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, dan rancangan layar.
- e. **Perancangan E-Commerce**
Pada tahap ini, penulis merancang *E-Commerce* menggunakan CMS (*Content Management System*) dari *WordPress* dengan *plugin WooCommerce*, *ongkos kirim.id*, *Yoast SEO*, konfirmasi pembayaran, dan lain-lain. Penulis juga melakukan pembelian *Domain* dan *Hosting* untuk 1 tahun.
- f. **Implementasi SEO**
Pada tahap ini, penulis menggunakan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) *On Page* dengan menempatkan kata kunci pada *title*, *description* dan *tag* agar situs web dapat terindeks oleh mesin pencari sehingga pengunjung dapat menemukan situs web toko.
- g. **Implementasi Strategi Marketing**
Pada tahap ini, penulis melakukan implementasi strategi marketing menggunakan marketing mix 7P meliputi *Process* (Proses), *Product* (produk) dan *Promotion* (promosi).
- h. **Hasil Penelitian**
Pada tahap ini penulis memberikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisa Proses Bisnis

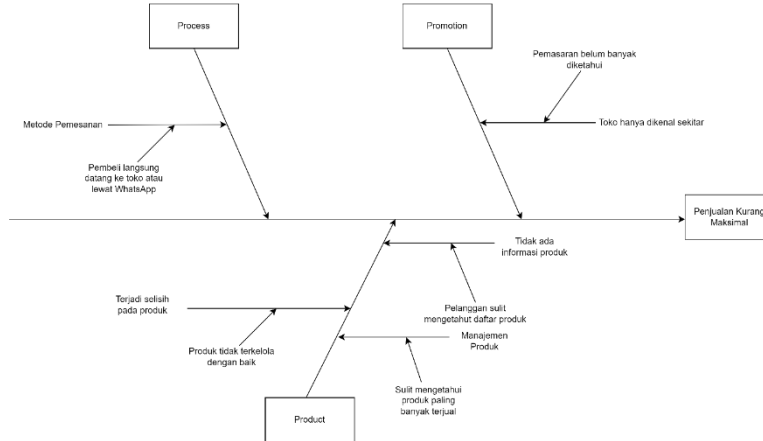
Untuk proses pemesanan produk pembeli bisa klik menu *store* pada *header website* lalu sistem akan menampilkan halaman produk, pilih produk yang diinginkan serta masukkan jumlah produk, jika sudah klik *add to cart* lalu klik *view cart* akan menampilkan halaman keranjang produk serta jumlah produk yang telah dimasukkan, selanjutnya jika pembeli punya kupon bisa masukkan kode kupon dan klik *apply coupon*, jika tidak punya klik *proceed to checkout*, lalu isi data pengiriman serta memilih ekspedisi yang ingin digunakan lalu klik *place order*, sistem akan validasi apakah sudah diisi dengan benar, jika ada yang belum isi sistem akan menunjukkan kolom yang harus isi, jika sudah diisi semua sistem akan menyimpan data dan menampilkan *payment info* yang berisi *order number*, no rekening toko serta jumlah yang harus dibayar. Sistem akan mengirimkan *email notifikasi* dan pembeli akan menerima *email notifikasi*. Proses pemesanan produk dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini



Gambar 2. Proses Pemesanan Produk

3.2. Analisis Masalah

Dalam penelitian ini penulis mendefinisikan permasalahan pada toko. Gambar 3 adalah hasil analisis masalah pada toko dengan menggunakan *Fishbone Diagram*.



Gambar 3. *Fishbone Diagram*

Pada gambar 3 berisi analisis masalah terdiri dari 3 kategori yaitu : *Process*, *Promotion* dan *Product*.

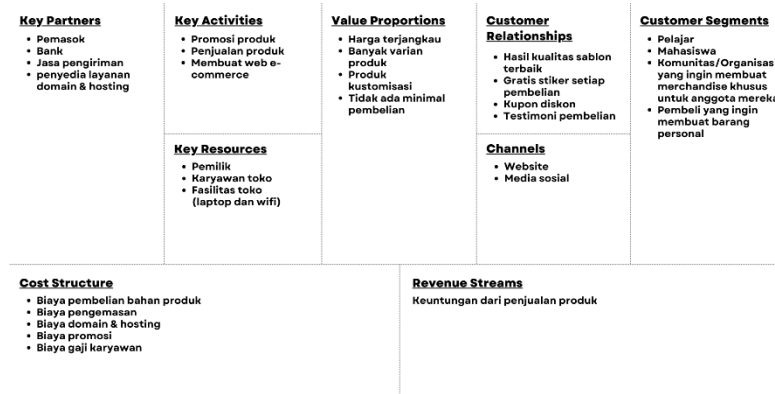
- a. Kategori *Process* :
 - 1) Pemesanan dilakukan dengan pembeli datang ke toko atau menghubungi lewat WhatsApp.
- b. Kategori *Promotion* :
 - 1) Pemasaran belum banyak diketahui karena masih dikenal sekitar toko.
- c. Kategori *Product* :
 - 1) Tidak ada informasi produk sehingga pembeli sulit mengetahui produk apa saja yang dijual.
 - 2) Manajemen produk karena sulit mengetahui produk paling banyak terjual.
 - 3) Terjadi selisih pada penjualan produk dikarenakan produk tidak dikelola dengan baik.

3.3. Business Model Canvas (BMC)

Untuk membangun sistem *E-Commerce* penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisis dan mengevaluasi ide bisnis yang tepat. BMC dapat dilihat pada gambar 4. *Business Model Canvas* mempunyai sembilan elemen, yaitu :

- a. *Value Propositions* : memberikan harga terjangkau yang masih bisa dibeli oleh pelajar, tidak hanya kaos saja ada banyak varian produk mulai dari jaket, almamater, dll, produk yang dibeli bisa berupa kustomisasi sesuai permintaan pembeli dan tidak ada minimal pembelian.
- b. *Customer Segments* : pembeli dari pelajar, mahasiswa, komunitas/organisasi yang ingin membuat *merchandise* khusus untuk anggota mereka dan pembeli yang ingin membuat barang personal.
- c. *Customer Relationships* : hasil kualitas sablon yang terbaik, setiap pembelian akan mendapatkan gratis stiker, kupon diskon jika pembelian terbanyak dan testimoni di sosial media atau *website*.
- d. *Channels* : *website* dan media sosial.
- e. *Key Activities* : promosi produk, penjualan produk dan membuat web *e-commerce*.
- f. *Key Resources* : pemilik, karyawan dan fasilitas toko (laptop dan *wifi*).
- g. *Key Partners* : pemasok bahan, bank, jasa pengiriman dan penyedia layanan *domain & hosting*.
- h. *Cost Structure* : biaya pembelian produk dari pemasok, biaya pengemasan, biaya *domain & hosting*, biaya promosi dan biaya gaji karyawan.

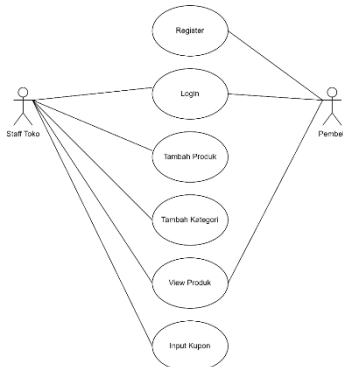
i. *Revenue Stream* : keuntungan dari penjualan produk.



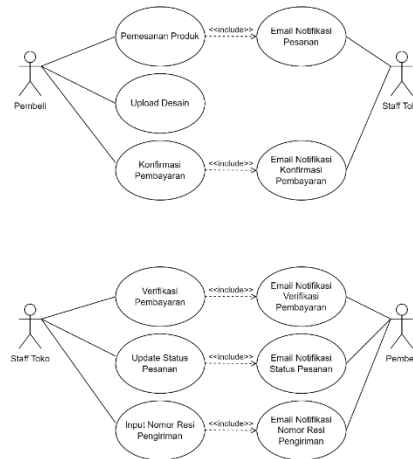
Gambar 4. *Business Model Canvas*

3.4. Use Case Diagram

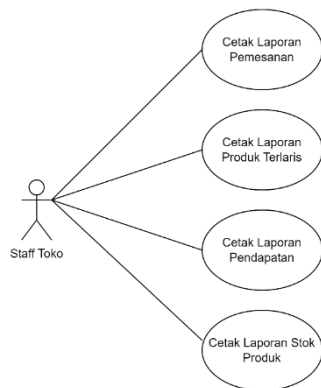
Perancangan sistem yang diusulkan pada penelitian ini menggunakan *Use Case Diagram* untuk memodelkan kebutuhan fungsional sistem dari sudut pandang pengguna. Pada gambar 5 terdapat *use case diagram master* interaksi aktor dan *use case*, aktor staff toko dapat melakukan *login*, tambah produk, tambah kategori, *view* produk dan membuat kupon serta aktor pelanggan dapat melakukan *register*, *login* dan *view* produk. Pada gambar 6 terdapat *use case diagram* transaksi, aktor pembeli dapat melakukan pemesanan produk, *upload* desain dan konfirmasi pembayaran, selanjutnya aktor staff toko dapat melakukan verifikasi pembayaran, *update* status pesanan dan *input* nomor resi pengiriman. Pada gambar 7 terdapat *use case diagram* laporan, aktor staff toko dapat melakukan cetak laporan pemesanan, produk terlaris, pendapatan dan stok produk pada toko.



Gambar 5. *Use Case Diagram Master*



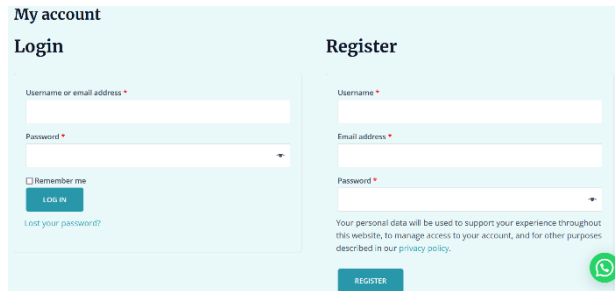
Gambar 6. *Use Case Diagram Transaksi*



Gambar 7. *Use Case Diagram Laporan*

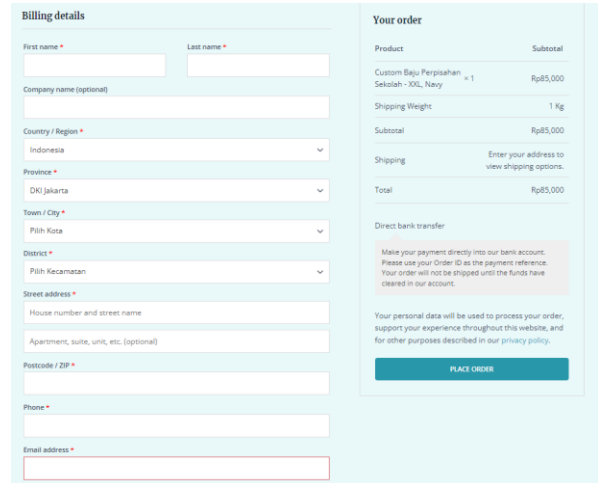
3.5. User Interface & User Experience Design

Berikut ini tampilan terkait *User Interface* sistem yang telah dibuat, yaitu berupa tampilan grafis yang terhubung langsung dengan pengguna. Pada gambar 8 terdapat tampilan *my account* yang dapat digunakan pembeli untuk *login* dan *register* akun sebelum pemesanan produk. Pada gambar 9 terdapat tampilan *checkout* pembeli harus mengisi data diri dan alamat pengiriman produk.



The screenshot shows a 'My account' section with two columns. The left column is for 'Login' and contains fields for 'Username or email address', 'Password', a 'Remember me' checkbox, and a 'LOG IN' button. Below it is a link for 'Lost your password?'. The right column is for 'Register' and contains fields for 'Username', 'Email address', and 'Password', along with a 'REGISTER' button and a WhatsApp icon. A privacy policy notice is also present at the bottom of the register section.

Gambar 8. Tampilan Layar *Login* dan *Register*

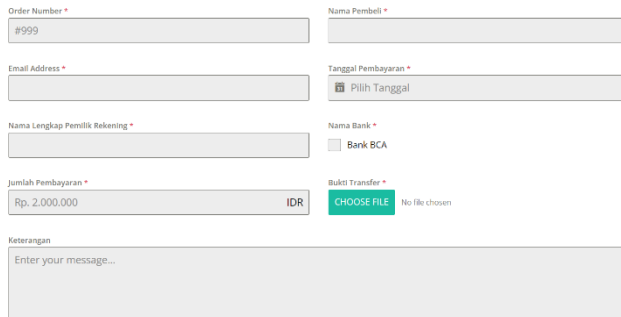


The screenshot shows a checkout page divided into two main sections. The left section, 'Billing details', includes fields for 'First name', 'Last name', 'Company name (optional)', 'Country / Region' (set to Indonesia), 'Province' (DKI Jakarta), 'Town / City' (Pilih Kota), 'District' (Pilih Kecamatan), 'Street address', 'Apartment, suite, unit, etc. (optional)', 'Postcode / ZIP', 'Phone', and 'Email address'. The right section, 'Your order', shows a summary: 'Product: Custom Baju Perpisahan Sekolah - XXL, Navy' for Rp85,000, 'Shipping Weight: 1 Kg', 'Subtotal: Rp85,000', and 'Total: Rp85,000'. It also includes a 'Direct bank transfer' section with instructions and a 'PLACE ORDER' button.

Gambar 9. Tampilan Layar *Checkout*

Pada gambar 10 terdapat tampilan yang digunakan pembeli setelah melakukan pembayaran untuk mengisi formulir konfirmasi pembayaran. Pada gambar 11 terdapat tampilan yang digunakan pembeli untuk mengunggah desain yang akan dicetak.

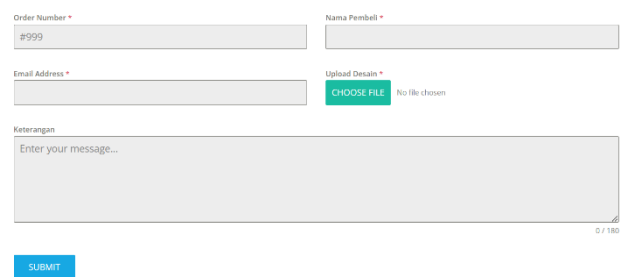
Konfirmasi Pembayaran



The screenshot shows a 'Konfirmasi Pembayaran' form with fields for 'Order Number' (#999), 'Email Address', 'Nama Lengkap Pemilik Rekening', 'Jumlah Pembayaran' (Rp. 2.000.000 IDR), and 'Keterangan'. It also includes a 'Nama Pembeli' field, a 'Tanggal Pembayaran' field with a date picker, a 'Nama Bank' dropdown (Bank BCA selected), and a 'Bukti Transfer' field with a 'CHOOSE FILE' button.

Gambar 10. Tampilan Layar Konfirmasi Pembayaran

Upload Desain



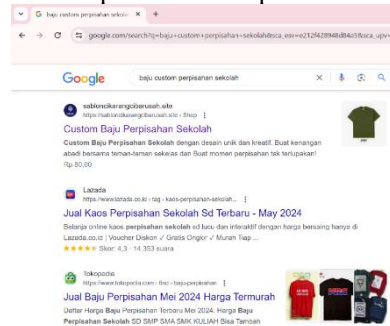
The screenshot shows an 'Upload Desain' form with fields for 'Order Number' (#999), 'Email Address', and 'Keterangan'. It features a 'Nama Pembeli' field, a 'Upload Desain' field with a 'CHOOSE FILE' button and 'No file chosen' text, and a 'SUBMIT' button at the bottom.

Gambar 11. Tampilan Layar Unggah Desain

3.6. Strategi SEO

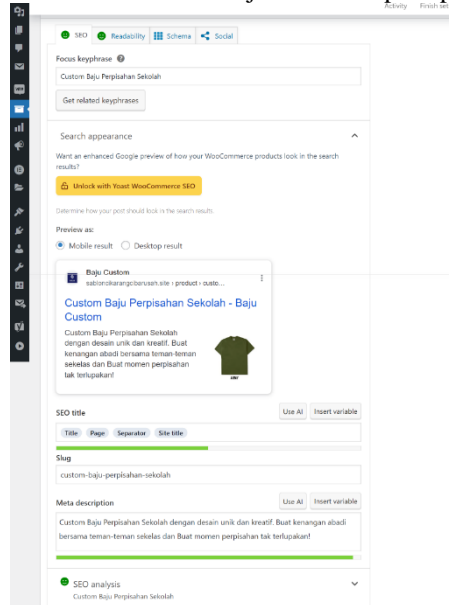
Dengan menggunakan SEO on Page berikut ini langkah-langkah yang digunakan :

- Menggunakan kata kunci yang tepat dalam *title*, *slug* dan *meta description* halaman produk yang ingin dijual membuat web muncul di mesin pencari. Pada tanggal 23 Mei 2024 pukul 10.13, dengan kata kunci “baju custom perpisahan sekolah” web tersebut tampil di halaman pertama Google seperti dilihat pada gambar 12.



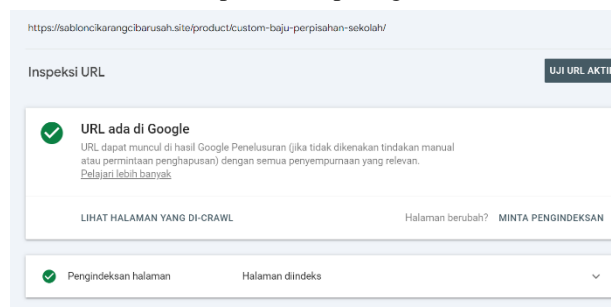
Gambar 12. Hasil Pencarian Google

- b. Menggunakan bantuan *plugin* Yoast SEO untuk menentukan *analysis results* pada bagian *problems* masih menunjukkan indikator berwarna merah yang perlu diperbaiki seperti *keyphrases*, *image keyphrases*, *title*, *slug url*, deskripsi dan *tags* sampai indikator berwarna hijau semua seperti pada gambar 13



Gambar 13. *Analysis* Yoast SEO

- c. Mendaftarkan *website* pada *Google Search Console* untuk memantau perkembangan *website*, menambahkan *sitemaps* pada peta situs yang didapatkan dari Yoast SEO agar *website* terindeks di mesin pencari. Indeks *Google Search Console* dapat dilihat pada gambar 14

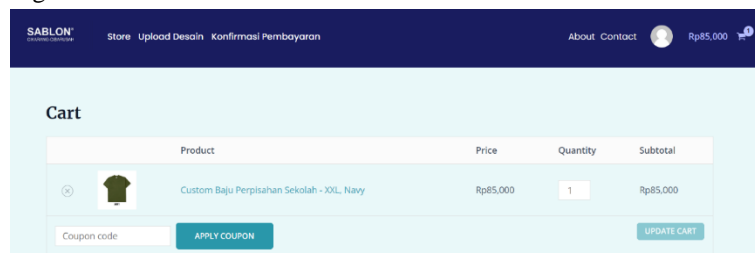


Gambar 14. Indeks *Google Search Console*

3.7. Strategi Marketing

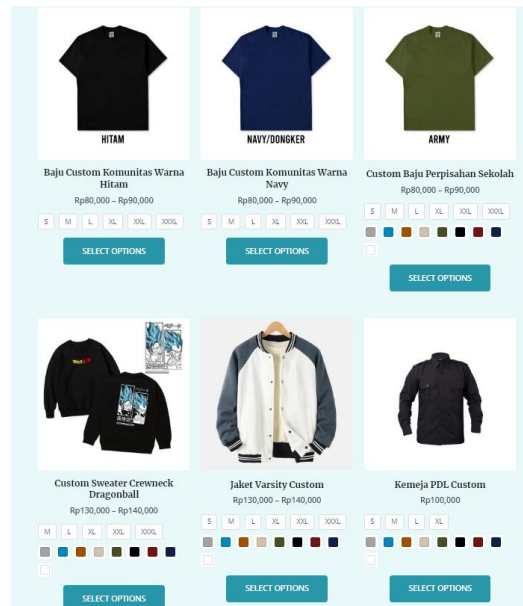
Pada penelitian ini penerapan strategi marketing yang akan digunakan yaitu marketing Mix 7P meliputi *Process*, *Product* dan *Promotion*. Berikut ini penjelasan strategi yang akan digunakan :

- 1) Strategi marketing *process*, pemesanan dapat dilakukan melalui web dengan adanya fitur keranjang seperti pada gambar 15



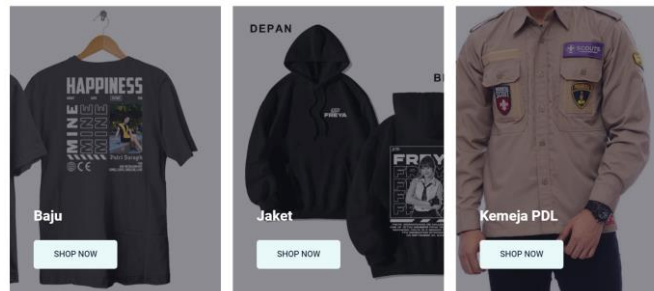
Gambar 15. Fitur Keranjang

- 2) Strategi marketing *product*:
 - Menghasilkan informasi katalog produk, pembeli bisa memilih ukuran dan warna produk seperti pada gambar 16.



Gambar 16. Katalog Web

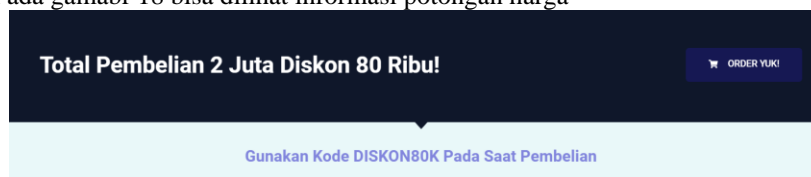
- Pada website sudah tersedia pilihan pada kategori produk seperti pada gambar 17



Gambar 17. Kategori Produk

3) Strategi marketing *promotion*:

- Memberikan potongan harga dengan minimal pembelian di *website* untuk menarik pembeli. Pada gambar 18 bisa dilihat informasi potongan harga



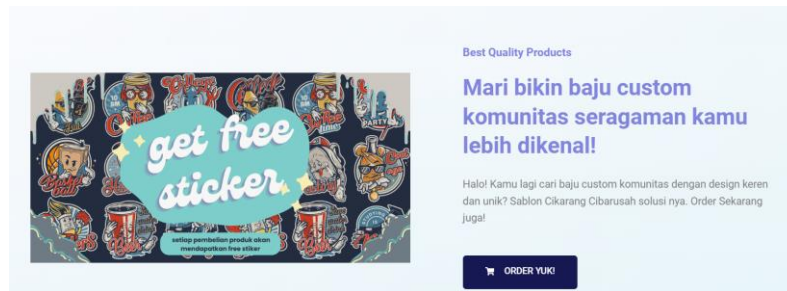
Gambar 18. Potongan Harga

- Menggunakan Facebook sebagai sarana promosi seperti pada gambar 19



Gambar 19. Promosi Facebook

- Memberikan bonus stiker gratis pada setiap pembelian produk seperti pada gambar 20



Gambar 20. Promosi Pada Website

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan, Sablon Cikarang Cibarusah sudah memiliki web, dengan adanya web pembeli dapat dengan mudah melihat katalog produk yang dijual, pembeli tidak perlu berkomunikasi langsung untuk mendapatkan informasi produk karena semua stok produk disertai dengan informasi harga, ukuran dan warna. Dengan menerapkan teknik SEO, web dapat terindeks oleh mesin pencari Google, memungkinkan pembeli menemukan produk lebih mudah saat mencari di Google. Dengan adanya fitur manajemen laporan pada web mempermudah pemilik untuk melihat laporan penjualan dan produk terkelola dengan baik. Dengan menerapkan strategi marketing mix 7P seperti kupon diskon, bonus untuk pelanggan dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pengenalan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kharisma, D., Saniati, and Neneng, "Aplikasi *E-Commerce* Untuk Pemesanan *Sparepart* Motor Berbasis Web Menggunakan Framework CodeIgniter," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 3, pp. 83–89, 2022.
- [2] Musthofa, N., and Adiguna, M. A., "Perancangan Aplikasi *E-Commerce Spare-part* Komputer Berbasis Web Menggunakan CodeIgniter Pada Dhamar Putra Computer Kota Tangerang," *Jurnal Ilmu Komputer dan Science*, vol. 1, pp. 199–207, 2022.
- [3] Mubarak, M. M., "*E-Commerce* Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah," *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol. 2, pp. 2493–2500, 2022.
- [4] Natalia, N., Isa, I. G. T., Goro, I., and Jalil, A., "Aplikasi Manajemen Data Konsumen dan Layanan Pemesanan Pakaian Berbasis Web," *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 4, pp. 64–76, 2022.
- [5] Tamsir, N., and Soetikno, Y. J. W., "Aplikasi Penjualan Baju Kaos Berbasis Web dan Android," *Prosiding Seminar Ilmiah Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, vol. X, pp. 1–8, 2021.
- [6] Mulyanto, A. and Setiawan, W., "Penerapan Metode Web Engineering Menggunakan Laravel 5 Dalam Pengembangan Penjualan Toko Online Hijapedia Berbasis Website Di Cikarang Bekasi," *Jurnal Informatika SIMANTIK*, vol. 5, pp. 18–23, 2020.
- [7] Aliwinoto, C., Hedyani, M., and Malinda, M., "Analisis Business Model Canvas Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Jif Bandung, Indonesia," *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan*, vol. 1, pp. 173–182, 2022.
- [8] Atmaja, S. R. S., and Gata, G., "Penerapan CMS Untuk Website *E-Commerce* Pada Chaca Collections," *Prosiding SISFOTEK*, vol. 6(1), pp. 53–57, 2022.
- [9] Julianto, A. and Anshori, I.F., "Sistem Informasi Penjualan Laptop Berbasis *WooCommerce* (Studi Kasus PT. Portalbiz Nusantara)," *Jurnal Informatika*, vol. 7, pp. 202–209, 2023.
- [10] Sari, E.P., Pudjiarti, E. and Susanti, H., "Sistem Informasi Penjualan Pakaian Wanita Berbasis Web (*E-Commerce*) Pada Pt. Bunitop Indonesia," *Jurnal Teknologi Informasi Mura*, vol. 12, pp. 1–13, 2020.