

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *CMS* *WORDPRESS* PADA TOKO HAFIZD SPORT

Ilham Firdaus^{1*}, Humisar Hasugian²

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

Email: ^{1*}2012500480@student.budiluhur.ac.id, ²humisar.hasugian@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Hafizd Sport adalah salah satu dari sekian banyak toko di bidang Olahraga di daerah Cisauk, Kabupaten Tangerang. Permasalahan yang ditemukan pada toko hafizd sport, yaitu masih menggunakan sistem pembelian offline, keterbatasan menjangkau pelanggan karena media promosi yang aktif hanya WhatsApp, sedangkan media Shopee dan Instagram tidak aktif digunakan, serta pembuatan laporan yang masih menggunakan metode manual menyebabkan kesalahan informasi mengenai ketersediaan produk terhadap konsumen. Oleh sebab itu, dalam mengatasi masalah yang ada maka dibuatlah *website E-Commerce* dengan menggunakan *CMS (Content Management System)* yang bertujuan untuk memudahkan pemesanan dan pembelian produk, membuat strategi promosi dalam menjangkau pemasaran yang lebih luas, dan membuat laporan stok secara *online*. Metode yang digunakan peneliti untuk mengembangkan sistem yang dirancang yaitu menggunakan *Business Management Canvas (BMC)* dan *Fishbone* untuk memodelkan permasalahan. maka, diperlukan sebuah situs *E-Commerce* yang memanfaatkan sistem manajemen konten “CMS”. ini akan membantu dalam mengatasi masalah pada Toko Hafizd Sport. Dengan adanya *E-Commerce* pada Toko Hafizd Sport dapat membantu meningkatkan penjualan produk dan memudahkan konsumen dalam memesan dan membeli secara online. Adanya fitur rekapitulasi laporan membantu dalam membuat laporan stok. Kami melakukan promosi menggunakan strategi optimasi mesin pencari (SEO). Oleh karena itu peneliti membuat judul yaitu “Implementasi *E-Commerce* Menggunakan *CMS Wordpress* Pada Toko Hafizd Sport”.

Kata Kunci: *Website, E-Commerce, Content Management System, Hafizd Sport, Business Model Canvas*

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* USING *CMS* *WORDPRESS* AT HAFIZD SPORT STORE

Abstract-*Hafizd Sport is one of the many sports stores in the Cisauk area, Tangerang Regency. The issues identified at Hafizd Sport include the continued use of an offline purchasing system, limited customer reach due to the use of only WhatsApp as an active promotional medium, while Shopee and Instagram are not actively used, and the manual method of report creation, which leads to inaccurate information regarding product availability for consumers. Therefore, to address these problems, an E-Commerce website was developed using a Content Management System (CMS) aimed at facilitating product ordering and purchasing, creating promotional strategies to reach a wider market, and generating stock reports online. The researcher used the Business Management Canvas (BMC) and Fishbone methods to model the problems and design the system. Thus, an E-Commerce site utilizing a CMS is required to address the issues faced by Hafizd Sport. The implementation of E-Commerce at Hafizd Sport can help increase product sales and make it easier for customers to order and purchase products online. The report recapitulation feature aids in generating stock reports. We conducted promotions using search engine optimization (SEO) strategies. Therefore, the researcher has titled this work "Implementation of E-Commerce Using WordPress CMS at Hafizd Sport Store."*

Keywords: *Website, E-Commerce, Content Management System, Hafizd Sport, Business Model Canvas*

1. PENDAHULUAN

E-Commerce merupakan suatu terobosan teknologi yang mengalami perkembangan cukup pesat dalam dunia teknologi dan informasi[1]. Belanja menggunakan *E-Commerce* dapat memberikan banyak kemudahan dan lebih baik bila dibandingkan dengan cara belanja tidak memakai *E-Commerce*[2]. Cara ini masih terbilang baru, karena dengan mudah memberikan informasi dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun dengan syarat tetap tersambung dengan jaringan internet. Penjual dapat memanfaatkan *E-Commerce* untuk menunjang pemasaran dan penjualan produk. Penggunaan *E-Commerce* tidak hanya memudahkan konsumen tetapi juga pemilik usaha, misalnya dapat menjangkau pasar yang lebih besar, penghematan biaya operasional, meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan konsumen dan juga membantu dalam penyusunan laporan-laporan yang juga diperlukan dengan lebih efisien. Terdapat pula manfaat yang diberikan kepada konsumen, diantaranya yaitu memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun.

Hafidz Sport adalah salah satu dari sekian banyak toko di bidang Olahraga di daerah Cisauk, Kabupaten Tangerang. Sistem yang digunakan pada Toko Hafidz Sport masih menggunakan sistem *offline*, yang dimana untuk pembelian produk konsumen diharuskan datang ke toko untuk membeli atau sekedar bertanya-tanya mengenai produk yang diinginkan. Keterbatasan media promosi yang hanya dilakukan melalui *Whatsapp*, *Instagram* dan *Shopee*. Tetapi penggunaan media *Instagram* dan *Shopee* sudah tidak aktif lagi karena kurangnya aktivitas promosi yang dilakukan pada media tersebut. Hafidz Sport hanya mengandalkan *Whatsapp*, dengan mengunggah foto pada *story*, hal ini menyebabkan promosi yang dilakukan kurang maksimal. Selain itu, kerap terjadi kesalahan informasi terhadap konsumen mengenai ketersediaan produk karena Toko Hafidz Sport mengalami kesulitan dalam pembuatan laporan yang masih menggunakan metode manual dengan tulis tangan yang dapat menyebabkan kekeliruan data.

Oleh sebab itu, dalam mengatasi masalah yang ada maka dibuatlah website *E-Commerce* dengan menggunakan CMS (*Content Management System*) yang bertujuan untuk memudahkan pemesanan dan pembelian produk, membuat strategi promosi dalam menjangkau pemasaran yang lebih luas, dan membuat laporan stok secara online. Metode yang digunakan peneliti untuk mengembangkan sistem yang dirancang yaitu menggunakan *Business Management Canvas* (BMC) dan *Fishbone* untuk memodelkan permasalahan.

Adapun penelitian terkait berdasarkan topik yang peneliti ambil, antara lain: penelitian pertama oleh Nugroho dan Irawan, tahun 2021 yang berjudul “Implementasi *E-Commerce* Menggunakan *Content Management System* (CMS) untuk Memperluas Pemasaran pada Indah Jaya Sport” memiliki masalah yang belum menggunakan teknologi untuk penyampaian data dan promosi yang menyebabkan jangkauan pasar kurang luas sehingga mengakibatkan kurangnya informasi terhadap calon pelanggan. Perbedaan penelitian sebelumnya terdapat pada penggunaan metode yang hanya menggunakan metode BMC saja sedangkan penelitian saya menggunakan metode BMC dan *Fishbone*[3].

Penelitian selanjutnya oleh Kulyubi dan Patrie, tahun 2022 yang berjudul “Implementasi *Website E-Commerce* Berbasis *Content Management System* (CMS) pada Toko F2T Sport By Yovis”. Permasalahan yang didapati adalah kurangnya jangkauan dan pemasaran yang dilakukan, konsumen perlu mengunjungi toko untuk membeli produk dan sering terjadi kekeliruan data pada saat pembuatan laporan. Perbedaan penelitian ini adalah tidak menggunakan teknik strategi *search engine optimization* (SEO) sedangkan penelitian saya menggunakan strategi SEO[4].

Penelitian berikutnya oleh Jonathan dkk, tahun 2023 yang berjudul “Implementasi *Website E-Commerce* Berbasis CMS (*Content Management System*)”. Terdapat masalah tidak ada penggunaan sistem untuk memberikan informasi mengenai detail produk, strategi promosi kurang maksimal dan tidak ada laporan penjualan. Perbedaan penelitian ini adalah tidak membahas mengenai strategi marketing sedangkan penelitian saya membahas mengenai strategi marketing[5].

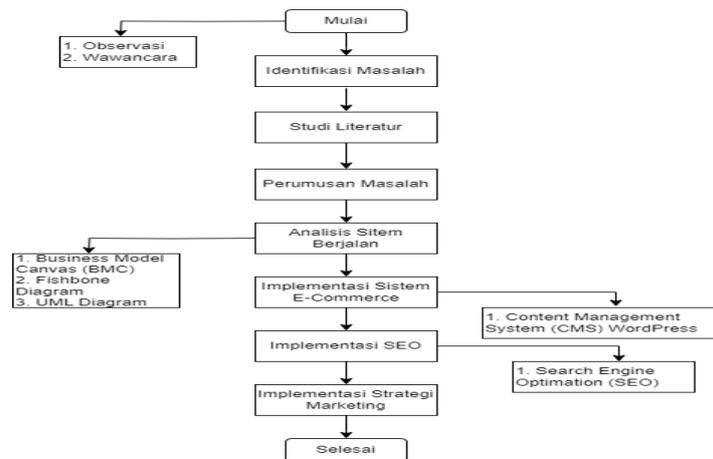
Penelitian selanjutnya oleh Febriyanto dan Li Hin, tahun 2019 yang berjudul “Pembangunan *E-Commerce* untuk Meningkatkan Omset Penjualan pada Toko Bani Ridjin Sport”. Masalah yang didapati adalah strategi penjualan yang kurang efisien. Perbedaan penelitian ini adalah tidak menggunakan teknik strategi *search engine optimization* (SEO) sedangkan penelitian saya menggunakan strategi SEO[6].

Penelitian terakhir oleh Azuri dan Hin, tahun 2024 yang berjudul “Penerapan *Web E-Commerce* dengan *Business Model Canvas* untuk Penjualan *Online* pada HJ Sportwear”. Memiliki permasalahan pada omset penjualan yang menurun karena cakupan pasar dan transaksi mengalami kegagalan yang diakibatkan karena keterbatasan metode pembayaran. Perbedaan dengan penelitian ini adalah terdapat pada penggunaan strategi marketing yang hanya menggunakan strategi *Promotion*. Sedangkan pada penelitian kali ini menggunakan strategi marketing *Price, Promotion, Product*[7].

Penelitian yang dibahas ditemukan permasalahan-permasalahan yang umum ditemukan seperti penjualan masih menggunakan sistem *offline*, kurangnya jangkauan pasar yang disebabkan terbatasnya media promosi, kesalahan data laporan penjualan yang disebabkan karena pencatatan laporan masih menggunakan sistem manual, keterbatasan metode pembayaran dan metode yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC).

2. METODE PENELITIAN

Tahapan penelitian adalah sistem yang terstruktur dalam proses penelitian yang bertujuan dalam melakukan penelitian dilakukan secara terstruktur, runtut dan juga sistematis. Berikut adalah beberapa tahapan yang dilakukan dalam penelitian:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

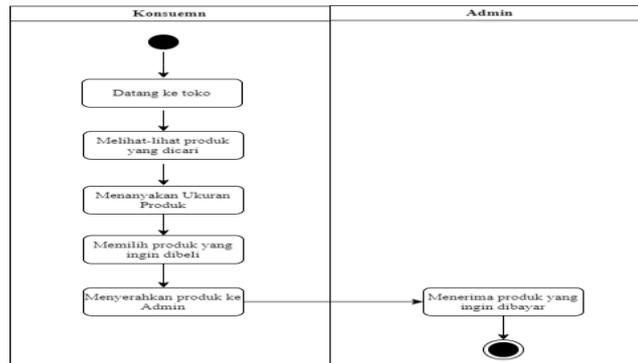
Berdasarkan **Gambar 1.** diatas, berikut adalah uraian mengenai tahapan penelitian yang telah dilakukan: **Tahapan Mulai:** Peneliti melakukan observasi pada Toko Hafizd Sport yang beralamat Jl. Raya Cisauk-Legok No.5 Rt.01/05 kel. Situgadung kec. Pagedangan. dan wawancara terhadap pemilik toko Bapak Heri Gunawan mengenai proses dan kondisi bisnis yang ada di Hafizd Sport, **Tahapan Identifikasi Masalah:** Peneliti menganalisis masalah yang ada di Toko Hafizd Sport dengan menganalisa dokumen pencatatan penjualan, **Tahapan Studi Literatur:** Peneliti meninjau studi literatur terkait dengan topik penelitian mengenai pembahasan *E-Commerce* menggunakan *Content Management System (CMS)* [8], **Tahapan Perumusan Masalah:** Langkah selanjutnya adalah perumusan masalah untuk mengetahui alasan kenapa *website E-Commerce* menjadi solusi yang baik untuk menangani permasalahan yang terjadi, **Tahapan Analisis Sistem Berjalan:** Peneliti melakukan analisis sistem berjalan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*, *Fishbone Diagram* dan *Activity Diagram*. Membuat *Business Model Canvas (BMC)* dengan cara membangun kerangka bisnis sebagai proses untuk menganalisis model bisnis pada Toko Hafizd Sport [9]. *Fishbone Diagram* dibuat setelah melakukan wawancara mengenai permasalahan yang terjadi pada Toko Hafizd Sport [10] dan *Activity Diagram* dibuat dengan melakukan observasi terhadap proses bisnis yang terjadi, **Tahapan Implementasi Sistem:** Pada tahapan ini, pelaksanaan implementasi sistem menggunakan *Wordpress* versi 6.5.5 sebagai *CMS (Content Management System)* yang menjadi platform pembuatan website penjualan pada Toko Hafizd Sport[11], **Tahapan Implementasi Search Engine Optimization (SEO):** Pada tahapan ini, dilakukan pendaftaran *domain* pada *google search console* dan mentautkan *sitemap XML* pada *sitemaps google search console*, kemudian melakukan implementasi *Search Engine Optimization (SEO)* pada produk yang akan diterbitkan[12], **Tahapan Implementasi Strategi Marketing:** Strategi marketing 4P (*product, price, place, promotion*)[13]. Pada Toko Hafizd Sport strategi yang digunakan adalah Strategi produk (*product*) dengan menjual produk original dan bervariasi. Strategi harga (*price*) dilakukan dengan melakukan perbandingan harga terhadap toko pesaing dan melakukan diskon pada periode tertentu. Strategi promosi (*promotion*) dengan memberikan promo diskon potongan harga berupa kupon dan gratis biaya ongkir pada periode tertentu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Sistem Berjalan

Analisis sistem berjalan bertujuan untuk mengetahui rangkaian sistem yang berjalan saat ini sebelum diusulkan menjadi sistem usulan yang akan dikembangkan. Berikut adalah rangkaian sistem berjalan saat ini pada Toko Hafizd Sport:

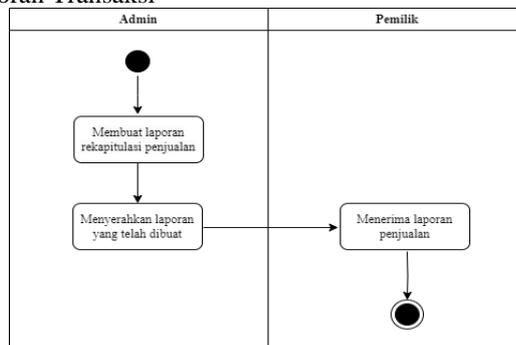
- a. *Activity Diagram* Proses Pemesanan Produk



Gambar 2. Activity Diagram Proses Pemesanan Produk

Berdasarkan *activity* pada Gambar 2, Konsumen datang ke Toko Hafizd Sport, lalu mencari dan memilih produk yang diinginkan kemudian menanyakan perihal size sepatu kepada admin toko, jika ada maka konsumen melanjutkan ke proses pembayaran dibagian kasir.

b. Activity Diagram Proses Laporan Transaksi

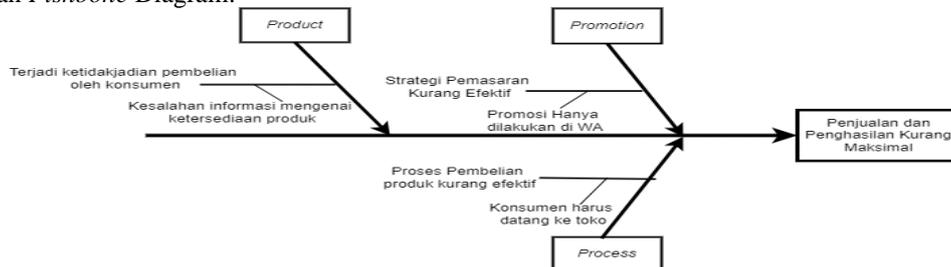


Gambar 3. Activity Diagram Proses Laporan Transaksi

Berdasarkan *activity* pada Gambar 3. Admin toko membuat laporan sesuai dengan kuitansi setiap perhari tersebut yang akan di rekapitulasi penjualan setiap bulannya ke pemilik toko.

3.2 Analisis Masalah

Berdasarkan Gambar 4. Berikut adalah hasil analisa masalah pada Hafizd Sport yang digambarkan menggunakan *Fishbone* Diagram:



Gambar 4. Fishbone Diagram

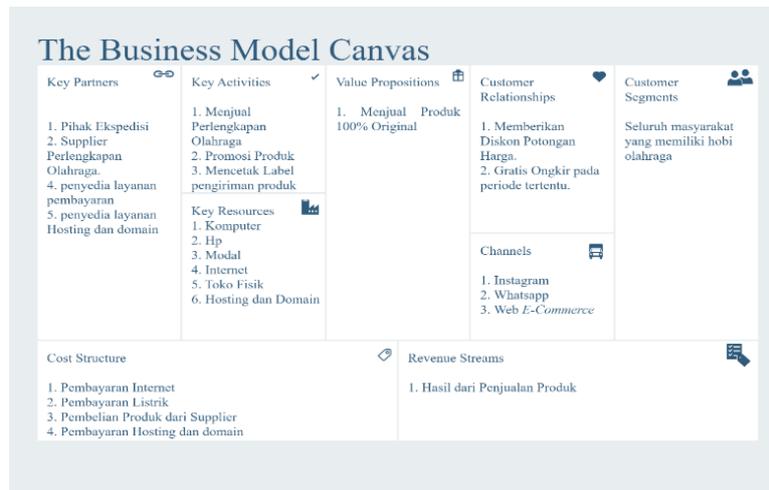
Pada Gambar 4. di atas adalah hasil analisa masalah pada Hafizd Sport yang digambarkan menggunakan *Fishbone* Diagram dengan deskripsi analisis *Fishbone* berdasarkan Tabel 1. sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi *Fishbone* Diagram

Kategori Masalah	Permasalahan	Penyebab	Solusi /Identifikasi kebutuhan Sistem
Product	Konsumen tidak jadi membeli produk	Kesalahan informasi mengenai produk	Sistem <i>E-Commerce</i> Harus yang dapat menyediakan informasi ketersediaan produk

<i>Promotion</i>	Strategi Pemasaran Kurang Efektif	Promosi hanya dilakukan melalui media <i>whatsapp</i> .	Sistem <i>E-Commerce</i> Harus yang dapat menyediakan fitur promosi produk
<i>Process</i>	Proses pembelian produk kurang efektif	Konsumen harus datang ke toko	Sistem <i>E-Commerce</i> Harus yang dapat menyediakan fitur pembelian secara online

3.3 Business Model Canvas (BMC)



Gambar 5. Business Model Canvas

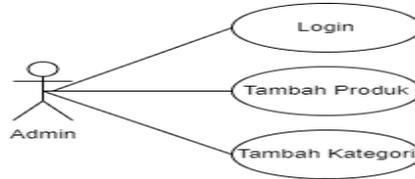
Pada Gambar 5. Adalah hasil dari analisa model bisnis pada Toko Hafizd Sport yang menggunakan metode *Business Model Canvas (BMC)*. Berikut ini merupakan penjelasan dari *Business Model Canvas* yang terdapat pada Toko Hafizd Sport.:

- Value Propositions*
Toko Hafizd Sport menjual produk dengan kualitas original.
- Customer Relationships*
Demi menjaga hubungan dengan konsumen, Toko Hafizd Sport memberikan kode promo diskon harga dan gratis ongkir serta untuk menarik konsumen.
- Customer Segments*
Target pasar dari Toko Hafizd Sport mencakup berbagai kalangan tidak harus atlet tetapi non-atlet juga, serta semua gender dan kalangan usia yang memiliki hobi olahraga juga menjadi target pasar dari Toko Hafizd Sport.
- Channels*
Dalam menjual produk melalui beberapa media seperti Whatsapp, Instagram dan website *E-Commerce*.
- Key Activities*
Kegiatan yang dilakukan di Toko Hafizd Sport selain menjual produk, promosi produk dan pencetakan label pengiriman produk produk.
- Key Partners*
Hafizd Sport bekerja sama dengan supplier perlengkapan olahraga, pihak ekspedisi, penyedia layanan pembayaran dan penyedia layanan *domain* dan *hosting*.
- Key Resources*
Hafizd sport memiliki sumber daya yang tersedia yaitu komputer, handphone, internet dan modal yang memadai, toko fisik, hosting dan domain
- Cost Structure*
Pengeluaran yang dikeluarkan secara rutin pada Toko Hafizd Sport meliputi biaya internet, listrik, pembelian stok produk, *domain* dan *hosting*
- Revenue Streams*
Sumber pendapatan Toko Hafizd Sport berasal dari penjualan produk pada toko *online*.

3.4 Use Case Diagram

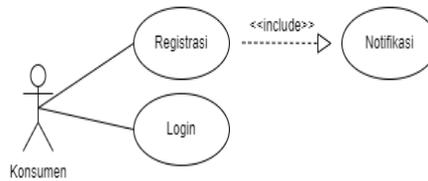
Use case diagram pada Toko Hafizd Sport terdapat 3 jenis, yaitu: *use case diagram master*, *use case diagram transaksi*, *use case diagram laporan*.

a. Use Case Diagram Master



Gambar 6. Use Case Diagram Master Admin

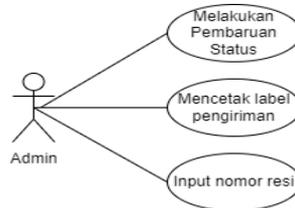
Berdasarkan **Gambar 6**. Pada bagian Master, Admin dapat melakukan login, tambah produk dan tambah kategori. Berdasarkan



Gambar 7. Use Case Diagram Master Konsumen

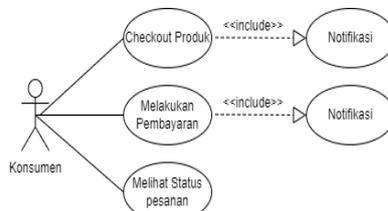
Gambar 7. Pada bagian Master, Konsumen dapat melakukan registrasi akun yang dimana setelah registrasi akan mendapatkan notifikasi *email* dan konsumen dapat melakukan *login*.

b. Use Case Diagram Transaksi



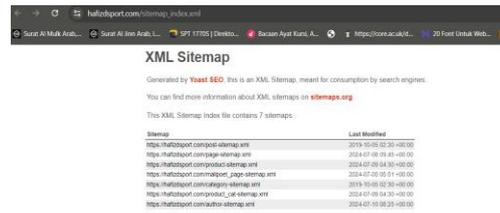
Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi Admin

Berdasarkan **Gambar 8**. Pada bagian Transaksi, Admin dapat melakukan pembaruan status, Mencetak label pengiriman dan *input* nomor resi.



Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi Konsumen

Berdasarkan **Gambar 9**. Pada bagian Transaksi, Konsumen dapat melakukan *checkout* produk, melakukan pembayaran dan melihat status pesanan.



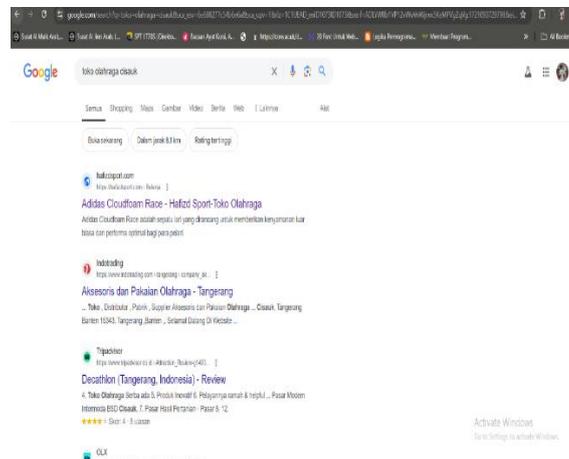
Gambar 13. Sitemap Website Hafizd Sport

Berdasarkan **Gambar 13**, terdapat daftar Sitemap XML pada website Hafizd Sport yang nantinya akan di tautkan pada Sitemap Google Search Console.



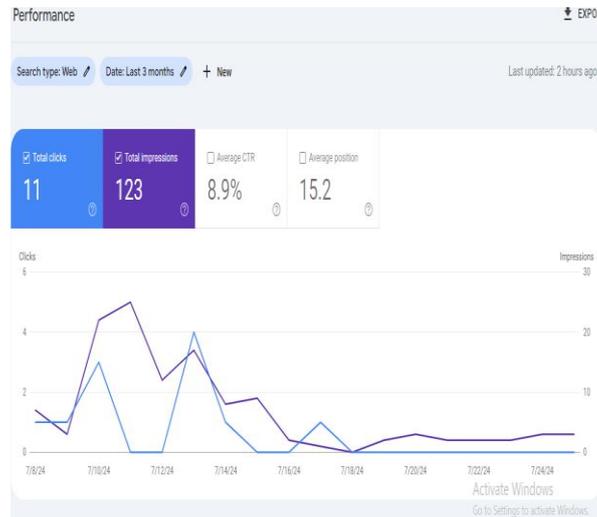
Gambar 14. Menyesuaikan Kata Kunci

Berdasarkan **Gambar 14**, Terdapat penyesuaian kata kunci pada slug produk sesuai dengan aturan SEO.



Gambar 15. Hasil Strategi SEO

Berdasarkan pada **Gambar 15**, pada hasil SEO ini menunjukkan bahwa Toko Hafizd Sport muncul pada Halaman kedua dengan kata kunci “toko olahraga cisauk” pada jam 8.36 pagi, hari selasa, tanggal 16 Juli 2024.



Gambar 16. Grafik Performa Website

Berdasarkan pada **Gambar 16.** tampilan performa *website* Toko Hafizd Sport pada menu *Performance* pada *website google search console* pada hari Jumat tanggal 26 Juli 2024.

3.7 Strategi Marketing

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan di Toko Hafizd Sport melalui penerapan strategi pemasaran 4P, yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi, di media *E-Commerce*.

a. Produk (*Product*)

Dalam strategi marketing bagian *product*, *website* Hafizd Sport menyediakan produk yang original dan lebih bervariasi yang tentu nya sedang banyak dicari-cari. Untuk memudahkan pencarian produk, *website* Hafizd Sport menyediakan fitur kategori.

b. Harga (*Price*)

Dalam penerapan strategi marketing bagian *price*, Toko Hafizd Sport menawarkan harga produk yang lebih murah dibanding harga produk di toko lain

c. Promosi (*Promotion*)

Dalam pelaksanaan strategi marketing *promotion* ini, Toko Hafizd Sport memberikan promo diskon potongan harga berupa kupon dan gratis biaya ongkir pada periode tertentu.

4. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini peneliti menemukan permasalahan yang ada pada Toko Hafizd Sport dan didapatkan beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

- Adanya fitur kategori pada *website E-Commerce*, memudahkan konsumen dalam menemukan produk yang dicari secara online pada Toko Hafizd Sport.
- Implementasi strategi *Search Engine Optimization (SEO)* pada fitur tambah produk, dengan mengikuti aturan *Search Engine Optimization (SEO)* yang dapat menjangkau lebih banyak konsumen dengan meningkatkan kunjungan pada mesin pencari pada Toko Hafizd Sport.
- Adanya fitur rekapitulasi laporan stok, dapat membantu Toko Hafizd Sport memberikan informasi mengenai ketersediaan produk dan membuat laporan stok secara *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hermiati, Reza, Asnawati, and I. Kanedi, "Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP Dan Database Mysql," *Jurnal Media Infotama*, vol. 17, no. 1, pp. 54–66, 2021.
- [2] G. Melisa and I. Anastasia Sitanggang, "PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE INEED.ID," *Jurnal Teknik Informatika*, vol. 14, no. 1, pp. 19–23, 2022.
- [3] A. Nugroho and H. Irawan, "Implementasi E-Commerce Menggunakan Content Management System (CMS) Untuk Memperluas Pemasaran Pada Indah Jaya Sport," *INDONESIA JOURNAL INFORMATION SYSTEM (IDEALIS)*, vol.

- 4, no. 4, pp. 137–146, 2021, [Online]. Available: <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/indexAgyNugroho>|<http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/index>
- [4] A. N. Kulyubi and H. Patrie, “IMPLEMENTASI WEBSITE E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA TOKO F2T SPORT BY YOVIS,” *Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI) Jakarta-Indonesia*, vol. 1, no. 1, pp. 1191–1200, 2022.
- [5] J. Jonathan, I. Rahdiana, and F. Aprilyani, “Implementasi Website E-Commerce Berbasis CMS (Content Management System) Pada Toko Olahraga Xyz,” *JURNAL SISTEM INFORMASI STMIK ANTAR BANGSA*, vol. 12, no. 1, pp. 17–27, 2023.
- [6] G. Takbir Febriyanto and L. Li Hin, “Pembangunan E-Commerce Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Bani Ridjin Sport,” *Jurnal IDEALIS*, vol. 2, no. 5, pp. 162–168, 2019.
- [7] R. H. Azuri and L. L. Hin, “Penerapan Web E-Commerce Dengan Business Model Canvas Untuk Penjualan Online Pada Hj Sportswear,” *Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, vol. 3, no. 1, pp. 367–377, 2024.
- [8] D. Azharudin, R. Nuansa Ramadhon, and L. ode Amril, “Perancangan Aplikasi CMS Berbasis Web,” *Karimah Tauhid*, vol. 2, no. 5, pp. 1360–1371, 2023.
- [9] I. A. Purwaningsih, A. S. Diky, F. Royhaan, W. H. Ifa, and Y. Riskawati, “Peningkatan Pengetahuan dan Kemampuan UMKM dalam Pembuatan Bisnis Model Canvas,” *Jurnal Bina Desa*, vol. 4, no. 2, pp. 172–176, 2022.
- [10] K. A. Julianto, A. Nugroho, and J. M. Tengah, “Analisis Kegagalan Rem Kendaraan Penumpang Menggunakan Metode Fishbone Di Bengkel Berkah Mandiri Semarang”. 2021.
- [11] P. Natasya *et al.*, “Perancangan Dan Pembuatan Company Profile Berbasis Website Menggunakan CMS Wordpress Pada Kafe Kajja Korean Street Food Di Garut,” *Applied Business and Administration Journal*, vol. 2, no. 1, pp. 91–99, 2023.
- [12] R. Yesputra, J. E. Hutagalung, and E. Saputra, “Workshop Pemahaman Search Engine Optimization Untuk Optimalisasi Website Desa Di Kabupaten Batubara,” *Jurnal Bangun Abdimas*, vol. 1, no. 1, pp. 29–39, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.bangunharapanbangsa.com/index.php/abdimas>
- [13] A. R. Vildayanti, “Analisis Strategi Marketing Mix (4p) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jasa Periklanan Bigevo Di Jakarta Selatan Tahun 2019,” *Jimek : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, vol. 3, no. 2, pp. 247–272, 2020, [Online]. Available: <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>