

IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN PENJUALAN PADA TOKO IYON COLLECTION

Muhammad Az'zykri^{1*}, Yuliazmi²

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

Email: ^{1*}2012500860@student.budiluhur.ac.id, ²yuliazmi@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak- IYON Collection merupakan toko yang menjual pakaian wanita yang terletak di gedung Pasar Jaya, Cipulir. IYON Collection memiliki beberapa motif dan warna *dress* untuk wanita dewasa yang dijual secara retail dan grosir. Akan tetapi, IYON Collection sendiri menghadapi kesulitan dalam meningkatkan penjualan karena belum memanfaatkan teknologi internet sebagai media promosi. Masalah utama yang dihadapi IYON Collection keterbatasan dalam menggapai pelanggan yang berada di luar area Cipulir. IYON Collection hanya mengandalkan promosi yang dilakukan secara langsung di toko, dengan cara memanggil pelanggan dan menarik perhatian untuk membeli produk yang ditawarkan. Hal ini berarti IYON Collection bisa kehilangan peluang untuk menjangkau konsumen yang aktif mencari produk melalui internet. Ditambah lagi, persaingan di dunia *e-commerce* semakin sengit, dan toko yang hanya bergantung pada promosi *offline* mungkin tertinggal dari pesaing yang lebih aktif secara digital. Melihat tantangan yang dihadapi toko IYON Collection, penulis memiliki tujuan untuk melakukan penelitian agar dapat membantu pemilik toko dalam menjalankan bisnisnya lebih berkembang dengan memanfaatkan internet sebagai media penghubung dan memperluas jangkauan penjualan sehingga meningkatkan jumlah pelanggan pada IYON Collection. Untuk mengatasi masalah yang terjadi penulis memberikan solusi berupa *website e-commerce* menggunakan *Content Management System* (CMS). Dengan tujuan untuk memperluas area jangkauan penjualan sehingga mendatangkan pelanggan baru. Analisis metode yang digunakan penulis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dibantu dengan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) dalam penerapannya untuk membantu *website* toko tampil di halaman mesin pencari.

Kata Kunci : *business model canvas, content management system, e-commerce, pakaian wanita.*

IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE BASED ON WORDPRESS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM TO EXPAND SALES REACH AT IYON COLLECTION STORE

Abstract- IYON Collection is a store that sells women's clothing located in the Pasar Jaya building, Cipulir. IYON Collection offers various patterns and colors of dresses for adult women, sold both retail and wholesale. However, IYON Collection is facing difficulties in increasing sales because it has not yet utilized internet technology as a promotional medium. The main problem faced by IYON Collection is the limitation in reaching customers outside the Cipulir area. IYON Collection relies solely on direct promotion in the store by calling customers and attracting them to purchase the offered products. This means IYON Collection may miss out on opportunities to reach consumers actively searching for products online. Moreover, the competition in the *e-commerce* world is becoming increasingly fierce, and stores that rely only on *offline* promotions might lag behind competitors who are more digitally active. Considering the challenges faced by IYON Collection, the author aims to conduct research to help the store owner grow the business by utilizing the internet as a connecting medium and expanding sales reach to increase the number of customers at IYON Collection. To address the existing problems, the author provides a solution in the form of an *e-commerce website* using a *Content Management System* (CMS), aiming to expand the sales area and attract new customers. The author's analysis method uses the *Business Model Canvas* (BMC) assisted by *Search Engine Optimization* (SEO) techniques in its implementation to help the store's website appear on search engine pages.

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

1. PENDAHULUAN

Dalam era kemajuan teknologi informasi, penggunaan internet semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Persaingan di dunia bisnis pun semakin meningkat dan berpengaruh signifikan terhadap masyarakat. Penggunaan internet kini telah merasuki hampir semua aspek kehidupan manusia. Masyarakat mempertimbangkan kemajuan teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Kemajuan ini menawarkan kemudahan dan kualitas yang dianggap baik oleh masyarakat.. Dalam dunia bisnis modern, persaingan semakin ketat karena banyak perusahaan

menerapkan sistem informasi. Sistem informasi memiliki peranan yang sangat penting, terutama dengan pesatnya perkembangan suatu perusahaan atau organisasi, peranan sistem informasi menjadi semakin krusial[1]. Oleh karena itu, pengusaha harus menyadari pentingnya teknologi informasi saat ini dan bagaimana mempengaruhi bisnis mereka. Mereka juga harus tahu bagaimana memanfaatkan sistem informasi yang baik untuk mendukung bisnis mereka[2].

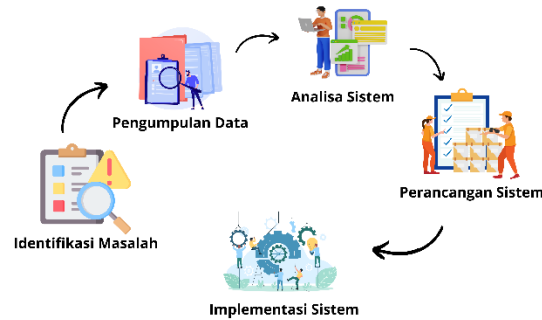
Pelaku usaha terus melakukan gebrakan untuk bersaing di era modern saat ini dengan melakukan berbagai macam inovasi terhadap produk yang dimiliki, serta melakukan promosi sebagai bentuk upaya peningkatan penjualan. Dengan tersedianya teknologi informasi menambah peluang bagi pelaku usaha dalam menjangkau pembeli secara efektif. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan cara menerapkan sistem informasi penjualan elektronik atau *e-commerce*. Oleh karena itu, *e-commerce* merupakan sistem yang harus dibangun oleh perusahaan, terutama perusahaan yang menawarkan jasa atau pemasaran kepada individu yang menjalankan bisnis mereka sendiri.[3]

IYON Collection merupakan toko yang menjual berbagai macam pakaian *dress* wanita, bertempat di gedung pasar jaya lantai AKS No 27 – 28, Cipulir, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Toko IYON Collection tidak hanya menjual produknya secara retail atau eceran, tetapi juga menjual produk secara grosir atau dalam jumlah banyak. Sistem penjualan pada toko dilakukan secara *offline* yang dimana pelanggan datang ke toko untuk membeli produk, dan menggunakan whatsapp sebagai alat komunikasi dengan pelanggan yang memesan produk. Toko IYON Collection menghadapi beberapa tantangan yaitu, penjualan masih terbatas pada toko fisik yang dimana menjadi kendala mengharuskan pelanggan untuk datang ke toko mengecek dan membeli produk yang ditawarkan, pemilik mengalami kesulitan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, dan kurangnya media promosi sebagai upaya peningkatan penjualan pada toko dan potensi mendapatkan pelanggan baru. Maka dari itu, pada penelitian kali ini memiliki tujuan yaitu memperluas area jangkauan penjualan sehingga mendatangkan pelanggan baru. Agar dapat membantu pemilik toko dalam menjalankan bisnisnya lebih berkembang dengan memanfaatkan internet sebagai media penghubung dan memperluas jangkauan penjualan sehingga meningkatkan jumlah pelanggan pada IYON Collection.

Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas mengenai implementasi *E-commerce* berbasis *Content Management System* (CMS) yang ada di masyarakat sudah pernah dilakukan. Diantaranya adalah implementasi *E-commerce* dalam bentuk website untuk penjualan produk pada toko F2T *Sport By Yovis* yang bertujuan untuk mempermudah penjualan produk pada toko tersebut[4]. Selain itu juga ada pembuatan model *E-Commerce* dengan CMS untuk meningkatkan penjualan pada toko parfum Herbal XYZ yang menggunakan metode *Business Model Canvas* sebagai cara untuk analisis model bisnis untuk diterapkan dalam CMS dengan strategi *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Marketing Mix* 4P[5]. Penelitian lain adalah penelitian mengenai perancangan website *E-Commerce* pada toko Arleus yang bertujuan untuk memudahkan pelanggan toko tersebut untuk membeli produk yang dijual serta membantu pemilik toko untuk memasarkan dan meningkatkan penjualan toko lebih baik dibanding sebelumnya[6]. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian, yaitu toko IYON COLLECTION merupakan objek yang belum pernah diteliti maupun memiliki website penjualan online.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang berkualitas harus dilaksanakan secara sistematis, dengan mengikuti rangkaian langkah penelitian yang jelas serta menetapkan metode dan tahapan yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang sedang diteliti[7]. Pada gambar 1 merupakan langkah dalam menyelesaikan penelitian ini mencakup beberapa tahapan, langkah pertama dalam penelitian ini dimulai dengan menganalisis masalah yang ada pada tempat riset, mengumpulkan data yang dibutuhkan, melakukan analisis sistem, melakukan perancangan sistem, implementasi *e-commerce*, hingga mencapai hasil yang diinginkan.



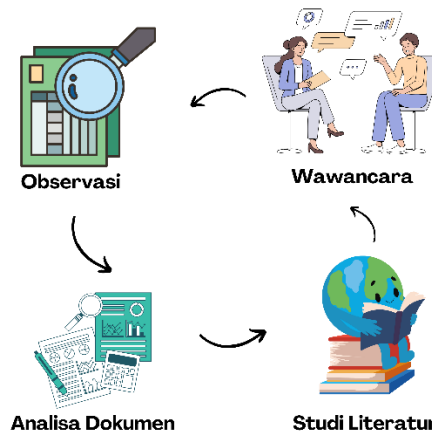
Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.1 Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, peneliti melakukan identifikasi dan mendefinisikan permasalahan proses bisnis yang terjadi pada IYON Collection. Keluaran dari proses ini adalah masalah penelitian yang dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu IYON Collection mengalami penurunan penjualan karena hanya mengandalkan toko fisik di Pasar Jaya Cipulir, yang saat ini tidak seramai sebelumnya, sehingga berdampak negatif pada penjualan. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan analisa studi literatur guna menemukan metode dan *tools* yang tepat untuk digunakan dalam penelitian.

2.2 Pengumpulan Data

Pada gambar 2 merupakan alur dari tahapana pengumpulan data pada penelitian ini, menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Pertama, wawancara yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan Ibu Jamirosti, pemilik toko, untuk bertukar informasi. Kedua, observasi yang melibatkan pengamatan langsung terhadap IYON Collection di Gedung Pasar Jaya, Lantai AKS No. 27-28, Cipulir, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan, guna memahami situasi dan kegiatan toko. Ketiga, analisis dokumen yang meliputi analisis terhadap nota pembayaran dari bulan Maret hingga Juni, untuk membandingkan dan mengevaluasi pola transaksi serta dinamika keuangan toko selama periode tersebut. Terakhir, studi literatur yang melibatkan review terhadap topik penelitian mengenai *e-commerce* menggunakan *content management system*.



Gambar 2. Tahapan Pengumpulan Data

2.3 Analisis Sistem

Pada analisis sistem, peneliti melakukan beberapa tahapan yang menggunakan berbagai *tools* seperti Figma dan *WordPress* untuk mempermudah analisis sistem yang ada. Berikut adalah tahapan-tahapannya :

- a. *Activity Diagram*
Activity Diagram biasanya digunakan untuk menggambarkan alur proses bisnis [8]. Untuk kasus ini digunakan sebagai penggambaran proses bisnis pada website toko IYON Collection dengan menampilkan aktivitas-aktivitas yang terdapat pada toko.
- b. *Use Case Diagram*

Use Case Diagram merupakan salah satu jenis diagram UML yang berfungsi untuk menggambarkan interaksi antara pengguna (user) dan sistem dalam suatu lingkungan tertentu[9].

- c. *Fishbone* Diagram
Fishbone Diagram berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi dan menggambarkan secara terperinci faktor-faktor yang berkontribusi pada proses bisnis sehingga dapat menentukan masalah dan solusi yang diperlukan [10].
- d. *Business Model Canvas* (BMC)
BMC adalah salah satu model yang digunakan untuk memulai usaha bisnis, baik dalam bentuk jasa maupun perdagangan[11]. Model bisnis terdiri dari sembilan komponen yang digambarkan sehingga mudah dipahami dan dipahami.

2.4 Perancangan Sistem

Pada tahap ini, menggunakan *Use Case* diagram dengan bantuan *tools* Draw.io untuk menjelaskan persyaratan fungsional sistem dari perspektif pengguna. UML adalah seperangkat teknik diagram standar yang menyediakan representasi grafis yang cukup kaya untuk memodelkan setiap proyek pengembangan sistem, mulai dari analisis hingga implementasi[12]. Selain itu, dengan menggunakan model *Use Case Diagram*, peneliti membuat *Use Case* Deskripsi untuk menjelaskan kegiatan atau perilaku sistem dari perspektif pengguna. Peneliti juga menggunakan *tools* Balsamiq sebagai sarana dalam perancangan antarmuka untuk situs web *e-commerce* pada toko IYON Collection.

2.5 Implementasi Sistem

Pada tahap ini menggunakan *tools Content Management System* (CMS) dari Wordpress dengan membaginya menjadi beberapa tahapan. Wordpress adalah aplikasi open source yang sangat populer, berfungsi sebagai *blog engine* sekaligus CMS dan saat ini, Wordpress merupakan salah satu CMS paling populer di dunia[13]. Tahapan-tahapan tersebut adalah :

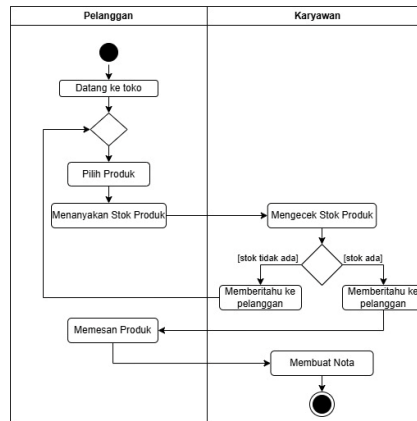
- a. *Hosting* dan *Domain*
Langkah awal dalam instalasi *Content Management System* (CMS) adalah membeli *hosting*. Pembelian *hosting* dan *domain* dilakukan melalui situs web Niagahoster dengan memilih paket web *hosting premium* selama 12 bulan seharga Rp 478.668.
- b. Instalasi *Content Management System* (CMS) Wordpress
Pada tahap ini, penulis melakukan instalasi CMS wordpress pada halaman control panel niagahoster.
- c. Instalasi *Plugin*
Setelah instalasi wordpress, hal selanjutnya yang dilakukan penulis adalah melakukan instalasi plugin-plugin yang akan digunakan seperti Woocommerce, usersWP, Elementor, Yoast SEO, Midtrans dan Ongkos kirim.id.
- d. Implementasi *Search Engine Optimization* (SEO)
Setelah SEO adalah usaha untuk meningkatkan visibilitas situs web dalam hasil pencarian mesin pencari dan memiliki tujuan agar situs web lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui mesin pencari[14]. Penulis menerapkan dua jenis strategi SEO, yaitu SEO *on-page* dengan Yoast SEO dan SEO *off-page* dengan Google Ads.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Berjalan

Analisis sistem yang sedang berjalan bertujuan untuk memahami dan mengidentifikasi tahapan-tahapan proses yang ada saat ini. Berikut adalah proses bisnis yang berjalan di Toko IYON Collection :

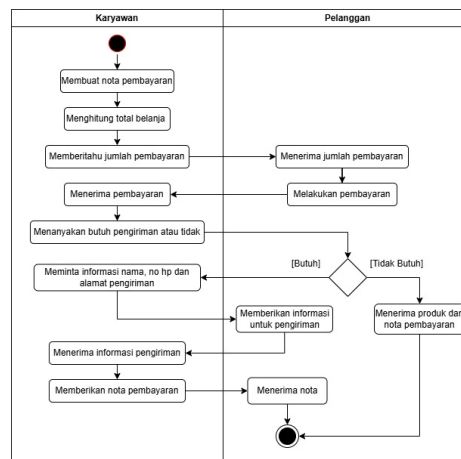
- a. Proses Bisnis Pemesanan
Berdasarkan *activity* diagram pada gambar 3, pelanggan yang datang ke toko akan melihat dan memilih produk. Pelanggan kemudian menanyakan stok kepada karyawan, yang akan memeriksa ketersediaan produk. Jika stok kosong, karyawan akan memberitahu pelanggan. Jika stok tersedia, karyawan akan menginformasikan kepada pelanggan dan membuatkan nota setelah produk dipesan.



Gambar 3. Proses Bisnis Pemesanan

b. Proses Bisnis Pembayaran

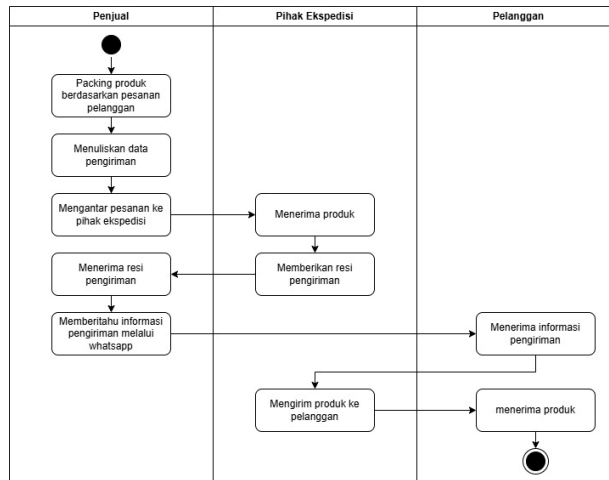
Berdasarkan *activity* diagram pada gambar 4, karyawan membuat nota pembayaran, menghitung total belanja, dan memberitahu jumlah pembayaran kepada pelanggan. Setelah pelanggan membayar, karyawan menanyakan apakah diperlukan pengiriman. Jika ya, karyawan meminta nama, nomor telepon, dan alamat pengiriman, serta menyiapkan pesanan. Pelanggan menerima bukti pembayaran berupa nota. Jika tidak memerlukan pengiriman, pelanggan langsung menerima produk dan nota pembayaran.



Gambar 4. Proses Bisnis Pembayaran

c. Proses Bisnis Pengiriman Produk

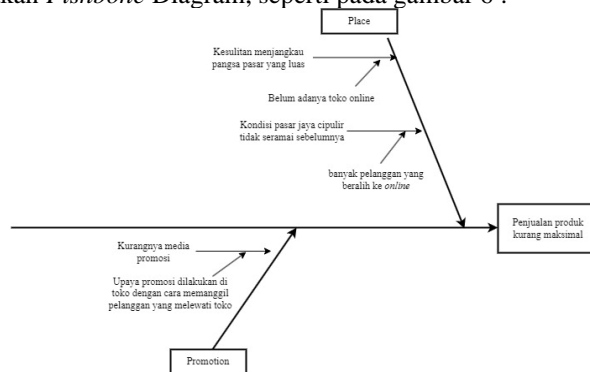
Berdasarkan *activity* diagram pada gambar 5, setelah pembayaran grosir dilakukan, karyawan segera mengepak pesanan pelanggan. Data pengiriman (nama, nomor telepon, dan alamat) ditulis pada paket dan ditempelkan. Karyawan kemudian membawa paket ke pihak ekspedisi untuk mendapatkan nomor resi, yang selanjutnya dikirimkan kepada pelanggan melalui WhatsApp. Pihak ekspedisi mengirimkan paket ke alamat pelanggan, dan pelanggan menerima produk.



Gambar 5. Proses Bisnis Pengiriman Produk

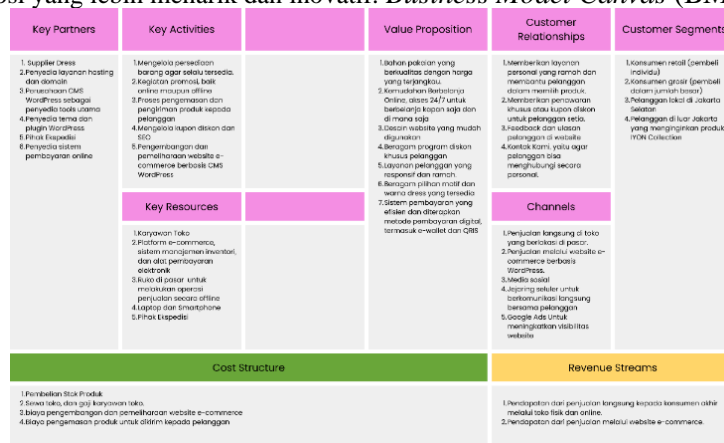
3.2 Analisis Masalah

Untuk mengetahui dan mempermudah dalam melakukan analisis masalah yang terjadi, maka penulis menggambarkan dengan menggunakan *Fishbone Diagram*, seperti pada gambar 6 :



Gambar 6. Fishbone Diagram

Berdasarkan *fishbone* diagram pada gambar 6, masalah utama yang diidentifikasi adalah penjualan produk yang kurang maksimal. Faktor penyebabnya meliputi kesulitan menjangkau pangsa pasar yang luas, belum adanya toko online, kondisi pasar Jaya Cipulir yang tidak seramai sebelumnya, serta banyak pelanggan yang beralih ke online. Kurangnya media promosi dan promosi yang hanya dilakukan di toko juga menjadi faktor penyebab. Langkah yang dapat diambil untuk mengatasi masalah ini antara lain meningkatkan kehadiran *online* dengan membuka toko *online*, mendiversifikasi media promosi melalui media sosial, iklan digital, dan *email marketing*, serta mengadakan promosi yang lebih menarik dan inovatif. *Business Model Canvas (BMC)*



Gambar 7. Business Model Canvas (BMC)

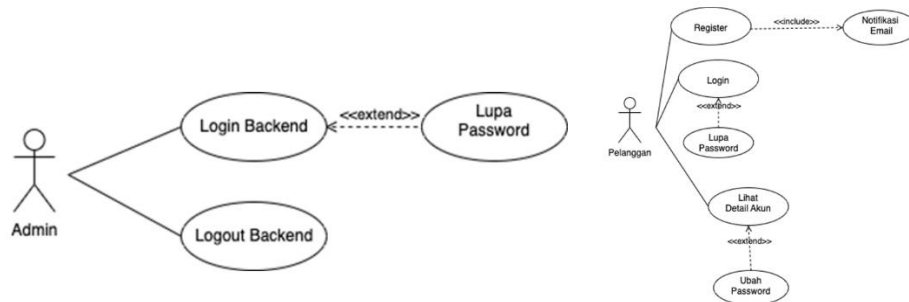
BMC pada gambar 7 menggambarkan komponen utama bisnis IYON Collection. *Key Partners* mencakup pemasok dress, penyedia layanan hosting dan domain, perusahaan CMS WordPress, penyedia tema dan *plugin*, serta pihak ekspedisi dan sistem pembayaran *online*. *Key Activities* meliputi pengelolaan inventaris, pengecekan barang, pengepakan dan pengiriman, serta pengelolaan kupon diskon dan SEO. *Key Resources* meliputi karyawan, platform *e-commerce*, sistem manajemen inventori dan pembayaran, ruko, laptop, *smartphone*, dan pihak ekspedisi. *Value Proposition* mencakup pakaian berkualitas dengan harga terjangkau, kemudahan berbelanja *online* 24/7, desain *website* yang *user-friendly*, program diskon, layanan pelanggan responsif, beragam pilihan produk, dan sistem pembayaran efisien. *Customer Relationships* berfokus pada layanan personal, penawaran khusus, feedback pelanggan, dan komunikasi melalui berbagai media. *Channels* mencakup penjualan di toko fisik, *website e-commerce*, media sosial, dan *Google Ads*. *Customer Segments* terdiri dari konsumen retail individu, konsumen grosir, pelanggan lokal di Jakarta Selatan, dan pelanggan luar Jakarta. *Cost Structure* mencakup biaya stok produk, sewa toko, gaji karyawan, pengembangan *website*, serta pengemasan dan pengiriman. *Revenue Streams* berasal dari penjualan langsung di toko fisik dan *online*, serta penjualan melalui *website e-commerce*.

3.3 Use Case Diagram

Use case diagram pada toko IYON Collection terdapat 3 bagian, yaitu *use case diagram master*, *use case diagram transaksi*, dan *use case diagram laporan*.

a. Use Case Diagram Master

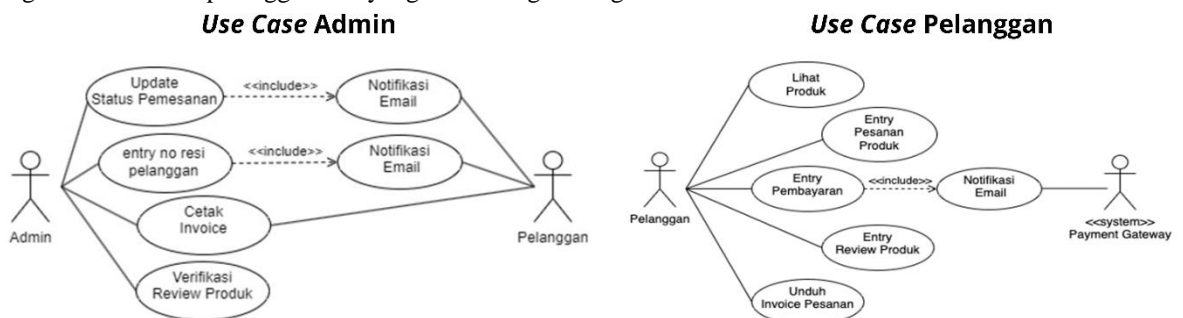
Pada gambar 8 terdapat *use case diagram master* pelanggan dan admin berfungsi untuk menggambarkan aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan dan admin didalam penggunaan fungsionalitas sistem.



Gambar 8. Use Case Diagram Master Admin dan Pelanggan

b. Use Case Diagram Transaksi

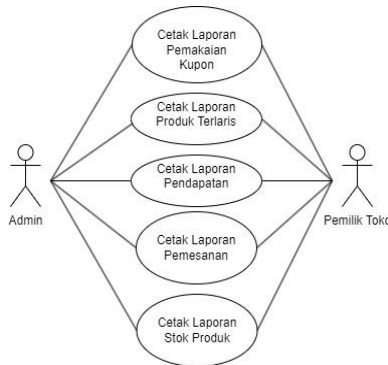
Pada gambar 9 terdapat *use case diagram transaksi* pelanggan dan admin untuk menggambarkan aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan dan yang berhubungan dengan transaksi didalam sistem.



Gambar 9. Use Case Diagram Transaksi Admin dan Pelanggan

c. Use Case Diagram Laporan

Use Case diagram laporan hanya memiliki satu sisi yaitu dari sisi admin, yang dimana admin dapat melakukan beberapa kegiatan seperti cetak laporan produk terlaris, cetak laporan pendapatan, cetak laporan pemesanan, cetak laporan pemesanan, cetak laporan stok produk dan cetak pemakaian kupon. Gambar 10 merupakan *use case diagram laporan*

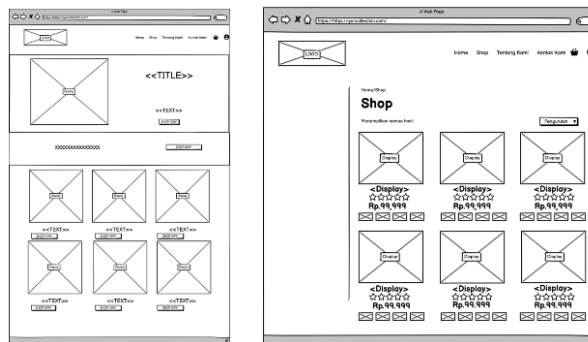


Gambar 10. Use Case Diagram Laporan

3.4 Rancangan Layar

a. Rancangan Layar *Home* dan *Shop*

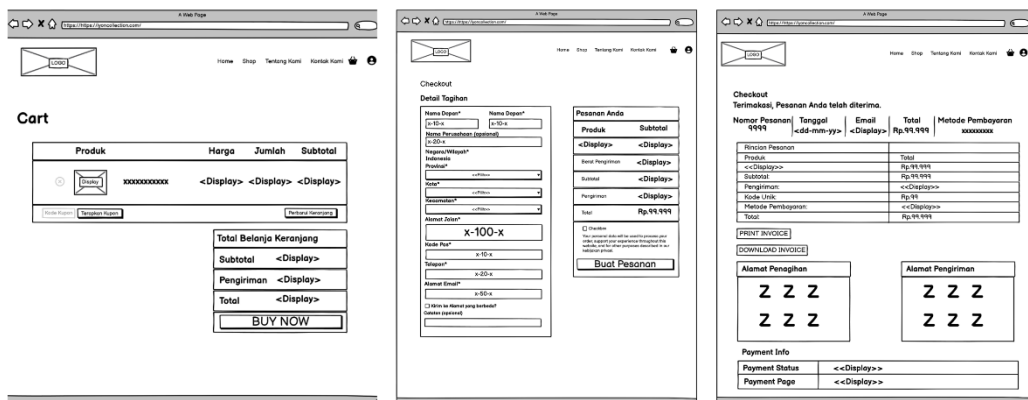
Berdasarkan gambar 11, halaman awal yang diakses pengguna di *website* Toko IYON Collection berfungsi untuk menjelajahi produk-produk yang tersedia. Lalu dilanjutkan halaman *Shop* untuk menampilkan daftar produk IYON Collection.



Gambar 11. Rancangan Layar *Home* dan *Shop*

b. Rancangan Layar Keranjang, *Checkout* dan Detail Pesanan

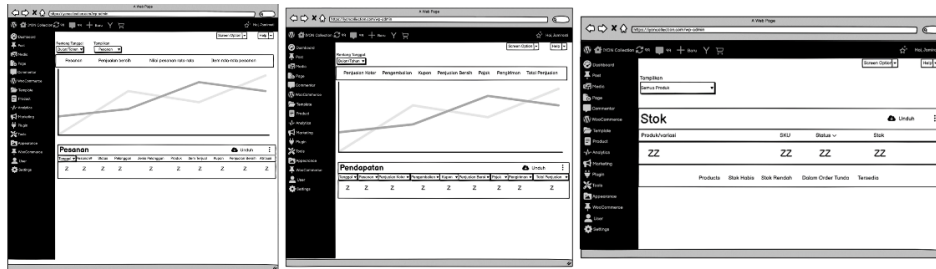
Gambar 12 menunjukkan halaman keranjang belanja yang menampilkan produk-produk yang telah ditambahkan oleh pengguna untuk dibeli. Selain itu, halaman *checkout* mencakup informasi pengiriman dan proses pembayaran. Terdapat juga halaman detail pesanan yang menampilkan ringkasan dan status pesanan pengguna.



Gambar 12. Rancangan Layar Keranjang, *Checkout* dan Detail Pesanan

c. Rancangan Layar Laporan

Gambar 13 menampilkan laporan penjualan produk toko, laporan pendapatan dari data pendapatan toko, dan laporan stok produk yang ada di toko.



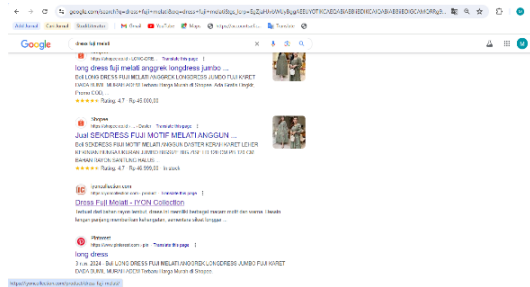
Gambar 13. Rancangan Layar Laporan Penjualan, Produk dan Stok Toko

3.5 Strategi SEO dan Marketing

Strategi SEO untuk IYON Collection mencakup penggunaan Yoast SEO dan Google Ads. Strategi marketing difokuskan pada pemanfaatan Google Ads untuk mempromosikan koleksi daster wanita dari toko IYON Collection. Berikut adalah tampilan dari SEO dan Marketing yang digunakan :

a. Yoast SEO

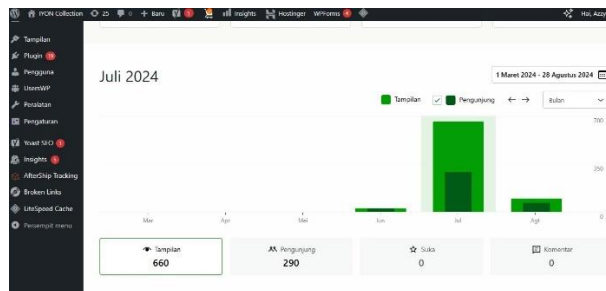
Pada gambar 14 merupakan merupakan hasil dari keyword yang bisa digunakan untuk mencari website IYON Collection di pencarian google



Gambar 14. Hasil Pencarian Kata Kunci Produk

b. Google Ads

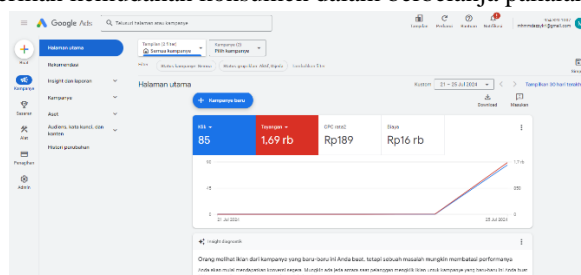
Berdasarkan pada gambar 15, hasil dari SEO dengan menggunakan google ads telah meningkatkan traffic di website toko IYON COLLECTION.



Gambar 15. Hasil Kata Kunci Menggunakan Google Ads

c. Strategi Marketing

Pada gambar 16 merupakan hasil strategi marketing menggunakan Google Ads menargetkan kampanye iklan kepada wanita yang aktif mencari produk dress rumahan atau daster melalui media online dengan memberikan kemudahan konsumen dalam berbelanja pakaian.



Gambar 16. Hasil Strategi Marketing

4. KESIMPULAN

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

- a. Dengan adanya *website e-commerce*, pelanggan IYON Collection dapat dengan mudah melakukan pembelian secara *online* tanpa harus datang ke toko fisik yang berada di gedung Pasar Jaya Cipulir, dan menjadi solusi untuk meningkatkan pendapatan penjualan. Selain itu, adanya fitur laporan pendapatan, produk, stok produk dan penjualan terlaris membantu pemilik toko untuk menganalisis data penjualan ditoko.
- b. Penerapan fitur SEO dan Google Ads pada *website e-commerce* IYON Collection memudahkan peningkatan penjualan produk yang lebih luas, serta memperluas area promosi melalui internet.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. Wahyudin and D. N. Rahayu, "Analisis Metode Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Website: A Literatur Review," *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 15, no. 3, pp. 26–40, 2020, doi: 10.35969/interkom.v15i3.74.
- [2] Farhatun Nisaul Ahadiyah, "Perkembangan Teknologi Infomasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online," *INTERDISIPLIN J. Qual. Quant. Res.*, vol. 1, no. 1, pp. 41–49, 2023, doi: 10.61166/interdisiplin.v1i1.5.
- [3] Wirhan Fahrozi, Samsir, and D. I. Gunawan HTS, "Penerapan E-Commerce Pada Toko Bunga Underwear," *U-NET J. Tek. Inform.*, vol. 4, no. 1, pp. 19–24, 2020.
- [4] A. N. Kulyubi and H. Patrie, "Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System (Cms) Pada Toko F2T Sport By Yovis," *Semin. Nas. Mhs. Fak. Teknol. Inf. Jakarta-Indonesia*, vol. 1, no. 1, pp. 1191–1200, 2022.
- [5] S. A. H. Munabari and A. U. Hamdani, "Model E-Commerce Berbasis Content Management System Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Parfum Herbal XYZ," *Pros. Semin. Nas.*, no. September, pp. 1777–1786, 2022, [Online]. Available: <https://senafiti.budiluhur.ac.id/index.php/senafiti/article/view/174%0Ahttps://senafiti.budiluhur.ac.id/index.php/senafiti/article/download/174/138>
- [6] H. Irawan and M. N. I. Wicaksono, "Merancang Bangun Web E-Commerce Menggunakan Wordpress Studi Kasus Toko Arleuis," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, pp. 9–18, 2022, doi: 10.36080/idealis.v5i1.2882.
- [7] R. Ramadhan and I. Novita, "Perancangan E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Space Vapor Store," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 152–156, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.2111.
- [8] M. Rahmawati and Y. Yaumaidzinnaimah, "Sistem Informasi Penggajian Karyawan Berbasis Java Desktop," *INOVTEK Polbeng - Seri Inform.*, vol. 6, no. 1, p. 51, 2021, doi: 10.35314/isi.v6i1.1856.
- [9] S. Pranoto, S. Sutiono, Sarifudin, and D. Nasution, "Penerapan UML Dalam Perancangan Sistem Informasi Pelaporan Dan Evaluasi Pembangunan Pada Bagian Administrasi Pembangunan Sekretariat Daerah Kota Tebing Tinggi," *Surpl. J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 384–401, 2024, [Online]. Available: <https://qjurnal.my.id/index.php/sur/article/view/866>
- [10] Ahadya Silka Fajaranie and A. N. Khairi, "Pengamatan Cacat Kemasan Pada Produk Mie Kering Menggunakan Peta Kendali Dan Diagram Fishbone Di Perusahaan Produsen Mie Kering Semarang, Jawa Tengah," *J. Pengolah. Pangan*, vol. 7, no. 1, pp. 7–13, 2022, doi: 10.31970/pangan.v7i1.69.
- [11] A. Suarni, F. Adzim, M. N. Abdi, and A. A. Adiningrat, "Training Bisnis Model Canvas (BMC) Bagi Petani Buah Naga Masa Pandemi Covid-19 Desa Caramming Bulukumba," *J. Abmas Negeri*, vol. 1, no. 1, pp. 11–19, 2020, doi: 10.36590/jagri.v1i1.88.
- [12] T. Arianti, A. Fa'izi, S. Adam, and M. Wulandari, "Perancangan Sistem Informasi Perpustakaan Menggunakan Diagram Uml (Unified Modelling Language)," *J. Ilm. Komput. Tera[an dan Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 19–25, 2022, [Online]. Available: <https://journal.polita.ac.id/index.php/politati/article/view/110/88>
- [13] A. K. Nalendra, M. N. Fuad, M. Mujiono, D. Wahyudi, and P. B. Utomo, "Pelatihan Pembuatan Website Profile untuk Peternak Ikan KOI Kota Blitar Berbasis Wordpress," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 105–112, 2022, doi: 10.55506/arch.v1i2.38.
- [14] D. Putri and N. M. I. Pratiwi, "Optimalisasi Strategi Digital Marketing Graha Office: Meningkatkan Brand Awareness Melalui Social Media Optimization (Smo) Dan Search Engine Optimization (Seo) Di Pt Otak Kanan," *GEMAH RIPAHA J. Bisnis*, vol. 4, no. 01, pp. 14–21, 2024, doi: 10.69957/grjb.v4i01.1500.