

PENERAPAN *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)* UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO SYAMRA COLLECTION

Muhammad Rafi Febriansyah¹, Samsinar^{2*}

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

Email: ¹2012500423@student.budiluhur.ac.id, ^{2*}samsinar@budiluhur.ac.id

(* : *corresponding author*)

Abstrak- Toko Syamra Collection merupakan sebuah toko yang bergerak dibidang pakaian modern dan pakaian muslim, berlokasi di Jl. Damai Raya, RT 09/RW 05, Petukangan Selatan, Kec. Pesanggrahan, Jakarta Selatan 12270. Adapun masalah toko ini yaitu pencatatan masih dilakukan secara sederhana dengan melakukan pembukuan sebagai media dokumentasinya, sehingga proses laporan pembukuannya memakan banyak waktu dan sering mengalami kendala seperti duplikasi data, seperti data penjualan dan pencatatan stok barang. Serta toko Syamra Collection masih kurangnya media promosi, produknya masih jarang dikenal oleh masyarakat dikarenakan pemilik hanya menggunakan instagram sebagai media pemasarannya, sehingga Syamra Collection belum menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas (BMC)* sebagai metode untuk menganalisis kinerja bisnis, diagram *fishbone* untuk menganalisis permasalahan pada sistem yang sedang berjalan, diagram *use case* untuk merancang sistem informasi dan *content management system (CMS) Wordpress* serta menggunakan plugin *Woocommerce* untuk implementasi *website e-commerce* guna memperluas *website* kemudian menggunakan teknik *search engine optimization (SEO)* untuk meningkatkan *traffic* ke *website* dan juga agar *website* mudah dicari pada mesin pencari. Hasil dari penelitian ini berupa sebuah sistem penjualan *online* atau *e-commerce* dengan *content management system (CMS)* yang dapat memenuhi kebutuhan dan memudahkan toko dalam menjalankan aktivitas bisnis seperti penjualan, stok, promosi, pengelolaan data dan transaksi *online*. Selain itu pelanggan dapat mengetahui produk-produk terbaru yang tersedia dan berbelanja dengan lebih mudah.

Kata Kunci: *Website, Content Management System, Business Model Canvas, E-Commerce, Search Engine Optimization*

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* USING *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)* TO INCREASE SALES AT SYAMRA COLLECTION STORE

Abstract- *Syamra Collection Shop is a shop engaged in modern clothing and Muslim clothing, located at Jl. Damai Raya, RT 09 / RW 05, Petukangan Selatan, Kec. Pesanggrahan, South Jakarta 12270. The problem with this shop is that the recording is still done simply by doing bookkeeping as a documentation media, so that the bookkeeping report process takes a lot of time and often experiences obstacles such as data duplication, such as sales data and recording of stock of goods. And the Syamra Collection shop still lacks promotional media, its products are still rarely known by the public because the owner only uses Instagram as a marketing medium, so Syamra Collection has not reached a wider market share. This research uses the Business Model Canvas (BMC) method as a method to analyze business performance, fishbone diagrams to analyze problems in the current system, use case diagrams to design information systems and content management systems (CMS) Wordpress and use the Woocommerce plugin for implementing e-commerce websites to expand the website then use search engine optimization (SEO) techniques to increase traffic to the website and also to make the website easily searchable on search engines. The results of this research are in the form of an online sales system or e-commerce with a content management system (CMS) that can meet the needs and facilitate stores in carrying out business activities such as sales, stock, promotions, data management and online transactions.. In addition, customers can find out the latest products available and shop more easily.*

Keywords: *Website, Content Management System, Business Model Canvas, E-Commerce, Search Engine Optimization.*

1. PENDAHULUAN

Saat ini kemajuan teknologi telah membuat pengumpulan data menjadi efisien dan efektif bagi semua orang, bukan hanya tentang mencari informasi, tapi digunakan sebagai media penjualan. Trend penjualan secara *online* yang sedang populer saat ini disebut *E-commerce* [1]. *E-Commerce* bermanfaat untuk mempermudah penjual untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, mengenalkan produknya secara *online*, pelanggan yang ingin membeli produk bisa secara mudah dan efisien berbelanja kapan saja dan dimana saja [2].

E-commerce menghubungkan perekonomian domestik dengan perdagangan internasional. Oleh karena itu,

tidak hanya tentang prinsip-prinsip perdagangan internasional saja, tetapi juga bagaimana membuat kebijakan pengelolaan nasional suatu negara, khususnya di bidang telekomunikasi, jasa keuangan, pelayaran dan distribusi [3]. Dalam hal ini pentingnya penggunaan internet dalam proses jual beli *online*. Begitu banyak orang memanfaatkan hal ini untuk membuka peluang bisnisnya tidak hanya melakukan penjualan secara *offline* tetapi juga secara *online* agar mendapatkan pendapatan yang lebih menguntungkan.

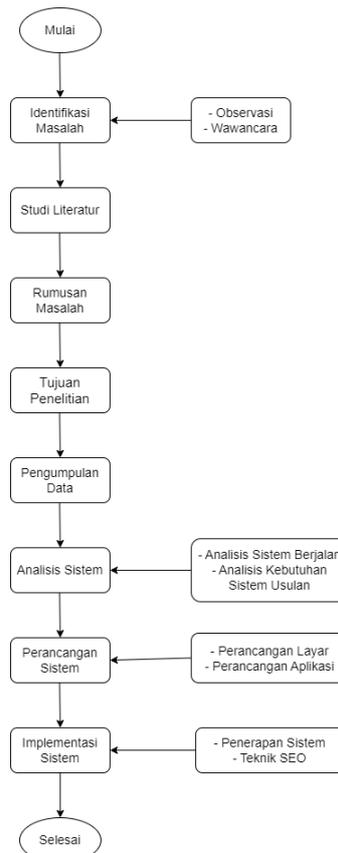
Toko Syamra *Collection* merupakan sebuah toko yang bergerak dibidang pakaian modern dan pakaian muslim, berlokasi di Jl. Damai Raya, RT 09/RW 05, Petukangan Selatan, Kec. Pesanggrahan, Jakarta Selatan 12270. Adapun masalah toko ini yaitu pencatatan masih dilakukan secara sederhana dengan melakukan pembukuan sebagai media dokumentasinya, sehingga proses laporan pembukuannya membutuhkan waktu yang lama dan sering terjadi pencatatan data yang berulang, seperti data penjualan dan pencatatan stok barang. Serta Toko Syamra *Collection* masih kurangnya media promosi, produknya masih jarang dikenal oleh masyarakat dikarenakan pemilik hanya menggunakan instagram sebagai media pemasarannya, sehingga Syamra *Collection* belum menjangkau pangsa pasar yang lebih luas.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [4] dengan judul “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Metode *Waterfall* (Studi Kasus PT. Riau Pos Intermedia)”. Pada penelitian ini masalah yang dihadapi yaitu Riau Pos ingin meningkatkan sistem penjualan surat kabar dengan menggunakan sistem informasi yang canggih. Dalam karya ini, penulis membahas tentang perancangan sistem informasi penjualan surat kabar. Pengumpulan data menggunakan observasi langsung dan wawancara dengan Riau Pos dan metode *waterfall* dalam pengembangan sistem. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada PT Riau Pos Intermedia, pembelian koran di Riau Pos masih dilakukan secara manual yaitu dengan menelepon PT Riau Pos via kantor Riau Pos. Tujuan dari penelitian ini adalah karena masih dengan cara manual maka dikembangkan sistem informasi pembelian majalah kertas di internet. Sistem informasi ini dapat dirancang untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi perusahaan dan meningkatkan penjualan dengan perusahaan lain, sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian di Toko Syamra *Collection* tidak hanya berfokus pada stok barang tetapi pada penjualan, promosi, manajemen data dan transaksi secara *online* dengan menggunakan *content management system*. Penelitian kedua yang dilakukan oleh [5] dengan judul “Penerapan *E-commerce* Menggunakan *Content Management System* (CMS) Pada Toko Combi Shop”. Pada penelitian ini permasalahan yang terjadi adalah toko Combi Shop tidak memberikan informasi mengenai data transaksi produk, pesanan dan laporan penjualan sehingga menyebabkan pemilik kesulitan dalam memperoleh informasi laporan. Kendala lainnya adalah pelanggan tidak dapat memperoleh informasi produk dan persediaan produk banyak sehingga pelanggan kehabisan produk dan menghubungi Combi Shop. Tujuan dari penelitian ini adalah menggunakan metode *business model canvas* untuk analisis bisnis. Salah satu solusi yang dapat digunakan pada toko *online* adalah dengan meningkatkan jumlah pelanggan dan menyertakan produk yang muncul di *website* setiap hari. Dari *website* ini toko menerima data transaksi dan data transaksi yang dikumpulkan berguna bagi pemilik usaha untuk mengambil keputusan. Selain itu, pelanggan dapat dengan mudah mengakses produk dari jarak jauh menggunakan sistem *e-commerce*, sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian pada Toko Syamra *Collection* tidak hanya berfokus pada pencatatan melalui *offline* saja tapi digunakan sistem yang dapat mencatat laporan secara *online* agar tidak adanya data ganda menggunakan *e-commerce wordpress* dan ada fitur pada aplikasi *websitenya* khusus untuk laporan akhir. Penelitian ketiga yang dilakukan oleh [6] dengan judul “Penerapan *E-Commerce* Menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress Pada Yan Sketch Art Untuk Memperluas Pemasaran”. Pada penelitian ini masalah yang dihadapi yaitu penjualan hanya di kelola melalui aplikasi whatsapp saja, proses pemesanan produk tidak ter-dokumentasi dengan baik karena menggunakan aplikasi *excel*, kegiatan promosi kurang signifikan berakibat pada visibilitas serta. Tujuan penelitian tersebut yaitu untuk meningkatkan jangkauan pemasaran Yan Sketch Art dan memudahkan pemilik dalam pengelolaan administrasi penjualan, sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah Toko Syamra *Collection* menggunakan media *online* berbasis *e-commerce* untuk memudahkan pelanggan berbelanja kapan saja dan dimana saja. Menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress sebagai media pembuatan *websitenya* guna untuk mempermudah pelanggan dalam berbelanja dan transaksi secara fleksibel.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, penulis membangun sebuah sistem penjualan *online* atau *e-commerce* menggunakan *Content Management System* (CMS) pada Toko Syamra *Collection* yang dapat memenuhi kebutuhan dan mempermudah toko dalam menjalankan kegiatan bisnis, seperti penjualan, stok barang, promosi, manajemen data dan transaksi secara *online*. Selain itu pelanggan juga dapat mengetahui produk terbaru yang tersedia dan melakukan pembelian dengan lebih mudah.

2. METODE PENELITIAN

Tahapan Penelitian Menjelaskan proses kegiatan penelitian dari awal sampai akhir, disajikan dalam bentuk diagram alir. Berikut ini adalah tahapan penelitian yang penulis lakukan dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini:



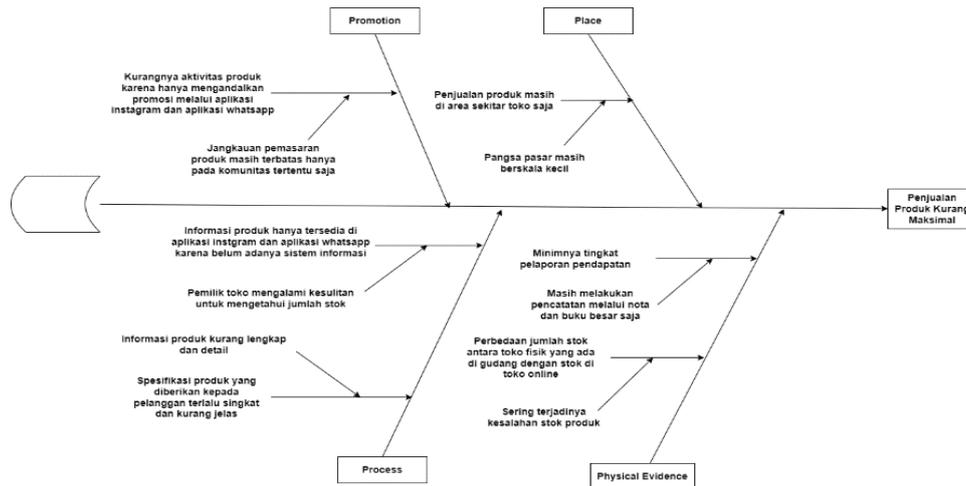
Gambar 1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian untuk *Syamra Collection* disusun dari atas sampe bawah seperti diagram alir. Tahapan pertama penulis mengidentifikasi masalah yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan guna mencapai tujuan penelitian dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Pada langkah penelitian kedua yaitu studi literatur yang digunakan untuk mengetahui jurnal atau artikel yang berkaitan dengan topik penelitian. Pada langkah penelitian ketiga yaitu perumusan masalah yang bertujuan untuk menganalisis suatu kendala atau masalah yang timbul penulis. Langkah keempat yaitu tujuan penelitian, Langkah kelima yaitu pengumpulan data. Langkah keenam melakukan analisis sistem yang terdiri dari menganalisis sistem yang sedang berjalan. Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap sistem yang sedang berjalan yang menggambarkan proses bisnis yang timbul dengan menggunakan diagram *activity* dan analisis kebutuhan sistem yang menentukan kebutuhan sistem dengan menggunakan diagram *use case*. Tahap penelitian keempat yaitu perancangan sistem yang terdiri dari perancangan layar yang dilakukan melalui proses perancangan sistem dengan menggunakan *tools Balsamiq* yang digunakan untuk membuat prototipe antarmuka pada aplikasi [7] dan perancangan aplikasi menggunakan *content management system (CMS)* aplikasi berbasis web yang biasanya digunakan untuk mengelola sebuah *website* [8] pada aplikasi *wordpress*, dengan menggunakan diagram *class uml*, peneliti merancang sistem *e-commerce* termasuk antarmuka pengguna, *database*, dan model interaksi layar. Setelah itu peneliti mengimplementasikan model sistem *e-commerce* yang dibangun dengan menggunakan *Content Management System (CMS) wordpress*. Langkah yang kelima yaitu implementasi sistem terdiri dari penerapan sistem, yang digunakan dalam penerapan sistem ini yaitu menggunakan cms *wordpress*, lengkap dengan hosting serta domainnya dan juga teknik SEO sangat penting berguna untuk meningkatkan kunjungan pada *website* dan juga meningkatkan visibilitas kata kunci terkait dengan penjualan produk.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Fishbone Diagram

Ishikawa diagram juga dikenal sebagai *fishbone diagram* adalah salah satu metode dari *Seven Quality Tools* yang digunakan untuk mencari penyebab dari timbulnya suatu masalah [9]. Dapat dilihat pada Gambar 2.

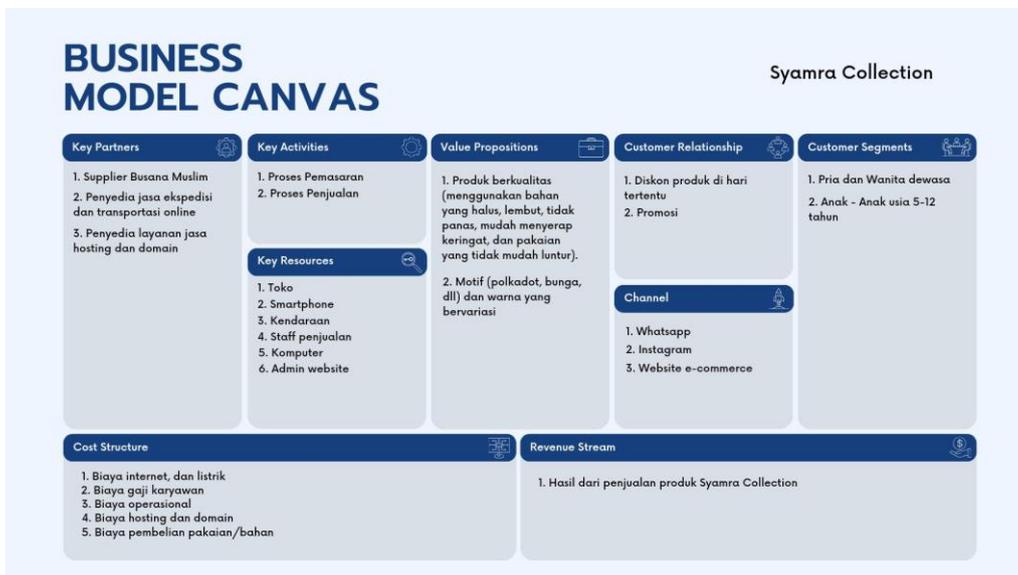


Gambar 2. Fishbone Diagram

Pada pembuatan *fishbone* diagram menggunakan katagori 8P tetapi hanya 4 faktor yang digunakan sebagai berikut yaitu *Promotion*, pada Toko Syamra *Collection* faktor yang terkait yaitu kurangnya aktivitas produk, mengakibatkan jangkauan pemasaran terbatas. Lalu *Place*, pada Toko Syamra *Collection* faktor yang terkait adalah penjualan produk masih diarea sekitar toko saja, mengakibatkan sedikitnya pelanggan yang berbelanja ke toko. *Process*, pada Toko Syamra *Collection* faktor yang terkait adalah informasi produk yang masih kurang lengkap, mengakibatkan pelanggan kesulitan untuk mengetahui informasi produk yang akan dipesan. *Physical Evidence*, pada Toko Syamra *Collection* faktor yang terkait adalah pemilik toko masih kesulitan dalam mengetahui jumlah pendapatan serta stok yang masih tersedia, mengakibatkan kesalahan data.

3.2 Business Model Canvas (BMC)

BMC adalah salah satu alat strategis untuk menggambarkan model bisnis dan prinsip dasar untuk menciptakan, menghasilkan dan mengekstraksi nilai organisasi. [10]. Sebagaimana dijelaskan pada Gambar 3.



Gambar 3. Business Model Canvas

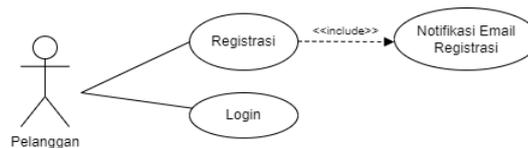
Pada Gambar 3 menjelaskan bahwa BMC merangkum proses bisnis pada Toko Syamra *Collection* yang terdiri dari 9 pilar, diantaranya yaitu pilar yang pertama yaitu *value Propositions* merupakan elemen yang mendefinisikan keunggulan suatu perusahaan untuk membedakannya dari perusahaan sejenis lainnya. Syamra *Collection* menawarkan berbagai jenis pakaian dengan desain berbeda termasuk desain polkadot, desain bunga dan warna berbeda sesuai keinginan pelanggan. Produk berkualitas seperti bahan yang halus, lembut, mudah menyerap keringat dan pakaian tidak luntur. Pilar yang kedua *Customer Segments* adalah kelompok pelanggan yang menjadi sasaran pasarnya. Dalam usaha ini target pasar untuk penjualan pakaian adalah pria dan wanita dewasa, anak-anak usia 5 hingga 12 tahun. Pilar ketiga *Customer Relationships* menjelaskan bagaimana cara menjaga hubungan dengan pelanggan agar tetap menjadi pelanggan tetap. Syamra *Collection* memberikan

pelayanan kepada pelanggannya dengan menawarkan diskon produk pada tanggal tertentu dan menawarkan promosi dengan media iklan kepada pelanggan Syamra *Collection*. Pilar keempat *Channel* merupakan salah satu cara untuk mempromosikan suatu produk. Syamra *Collection* memanfaatkan media sosial seperti instagram dan whatsapp untuk mempromosikan produknya dengan membuat konten yang berisi informasi produk melalui situs *e-commerce* resmi yang menggunakan teknik SEO untuk ditemukan di mesin pencari. Pilar kelima *Key Resources* adalah sumber daya yang mendukung proses bisnis yang tangkas. Sumber yang pertama adalah tempat dimana produk tersebut dijual yaitu toko, kemudian telepon seluler untuk pemasaran media sosial dan interaksi dengan banyak pelanggan, kendaraan perusahaan, staff penjualan yang membantu pelanggan, kemudian perangkat lunak untuk pemantauan dan merancang iklan untuk menarik pelanggan baru. dan admin yang mengoperasikan *e-commerce*. Pilar keenam *Key Activities* kegiatan apa saja yang dilakukan dalam bisnis. Kegiatannya meliputi penjualan segala jenis pakaian dan pemasaran produk melalui media social. Pilar ketujuh *Key Partners* merupakan rekan kerja sama yang terlibat dalam aliran bisnis. Rekan kerja sama yang terlibat dalam bisnis ini yaitu supplier busana muslim, penyedia jasa ekspedisi, dan penyedia layanan jasa domain dan hosting. Pilar kedelapan *Cost Structure* mengacu pada biaya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis. Biaya yang diperlukan antara lain biaya pembelian pakaian/bahan, biaya internet, biaya hosting dan domain, biaya listrik, biaya gaji karyawan dan utilitas. Pilar ke sembilan *Revenue Streams* adalah sumber pendapatan bagi suatu bisnis. Sumber pendapatan usaha berasal dari penjualan busana muslim koleksi Syamra *Collection*.

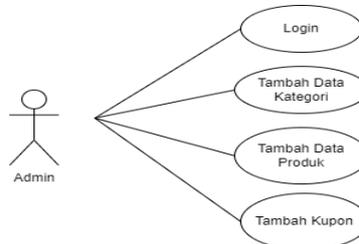
3.3 Use Case Diagram

Use case Diagram digunakan untuk memodelkan perilaku sistem informasi yang dirancang. *Use case diagram* yang menunjukkan interaksi antara satu atau lebih aktor dan sistem informasi yang dirancang [11] . Penjelasan dapat dilihat pada sebagai berikut:

a. Use Case Diagram Master



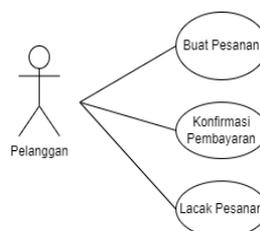
Gambar 4. Use Case Diagram Master Pelanggan



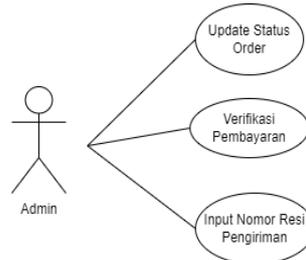
Gambar 5. Use Case Diagram Master Admin

Pada Gambar 4 berisi tentang kegiatan pelanggan yang di mana pelanggan melakukan registrasi dan *login* sebelum melakukan belanja melalui *website*. Pada Gambar 5 berisi tentang kegiatan admin yaitu yang pertama *login* kedalam *website* lalu admin dapat menambahkan data kategori, tambah data produk, dan menambahkan data kupon.

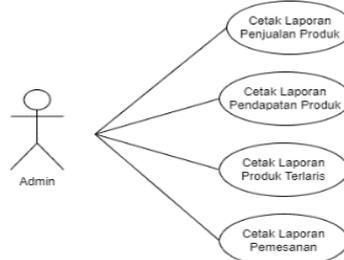
b. Use Case Diagram Transaksi



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan



Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi Admin

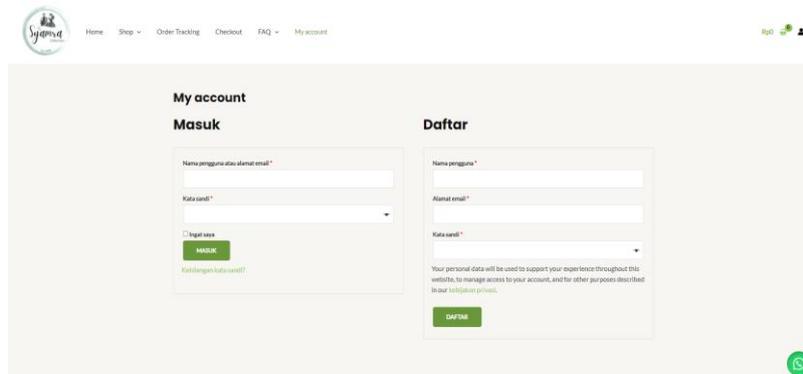


Gambar 8. Use Case Diagram Laporan

Pada Gambar 6 *use case* transaksi berisi kegiatan yang dilakukan oleh pelanggan yaitu pelanggan dapat melakukan proses pemesanan barang, setelah itu konfirmasi pembayaran, dan pelanggan dapat melacak pesanan. Pada gambar 7 *use case* diagram transaksi admin dimana admin dapat melakukan *update* status *order*, verifikasi pembayaran dan *input* nomor resi pengiriman.

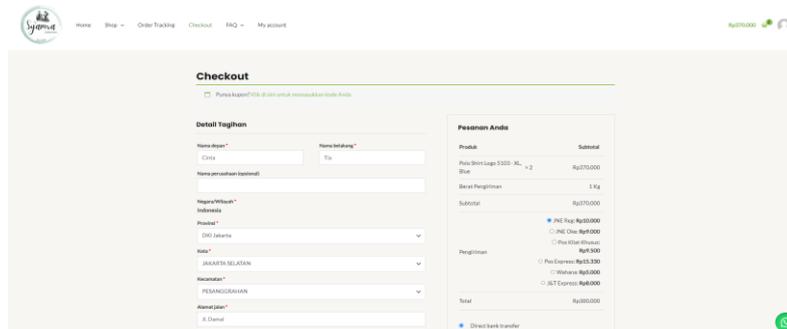
Pada Gambar 8 *use case* laporan berisi tentang pembuatan laporan kegiatan yang dilakukan oleh admin dan diserahkan kepada pemilik toko seperti laporan penjualan produk, laporan pendapatan produk, laporan produk terlaris, dan laporan pemesanan.

3.4 Tampilan Sistem



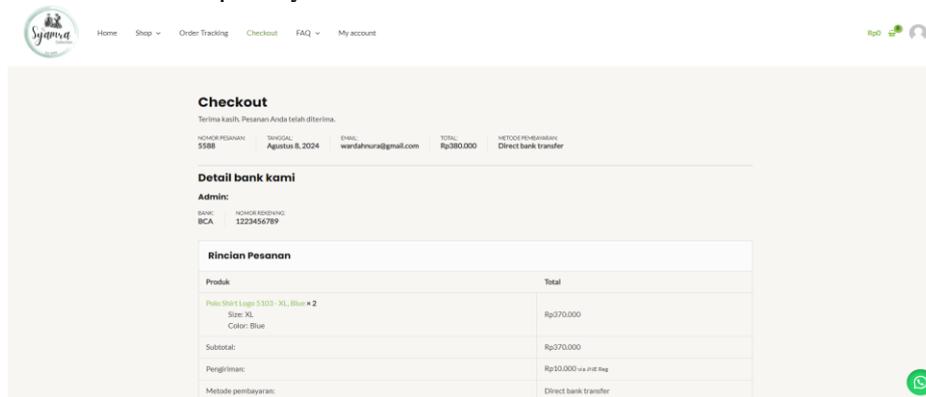
Gambar 9. Rancangan Layar Registrasi dan Login

Pada Gambar 9 pelanggan baru harus melakukan registrasi terlebih dahulu dan jika sudah bisa langsung melakukan *login*. Pelanggan harus memasukkan *username* dan *email address* serta kata sandi lalu klik daftar untuk pengguna baru, dan untuk pelanggan lama harus memasukkan *username* dan kata sandi setelah itu klik login yang digunakan untuk masuk kedalam akun.



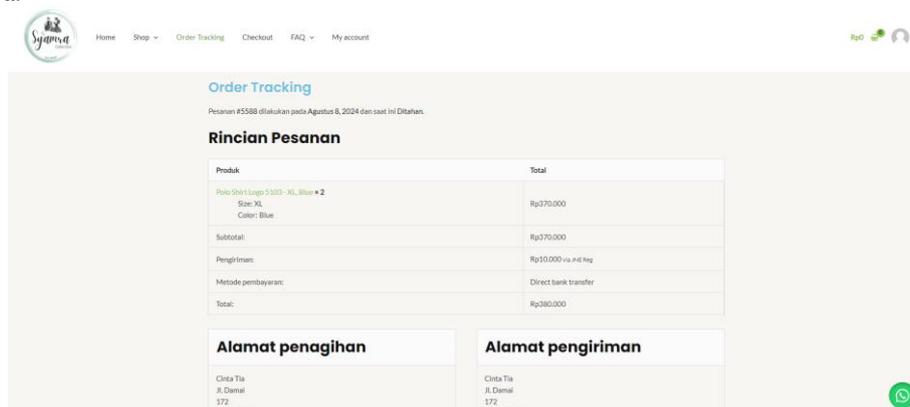
Gambar 10. Rancangan Layar Buat Pesanan

Pada Gambar 10 melakukan *login* pelanggan bisa langsung berbelanja, setelah menambahkan kedalam keranjang, pelanggan dapat melihat kembali di keranjang belanja sesuai nama produk, gambar, harga, jumlah dan subtotal, dan pelanggan juga dapat memasukkan kode kupon, dan setelah memasukkan kupon pelanggan mengklik kembali dan harga produk mendapatkan potongan, lalu pelanggan klik checkout untuk masuk kemenu *checkout* produk dan melakukan pembayaran.



Gambar 11. Rancangan Layar Pembayaran

Pada Gambar 11 setelah melakukan proses pemesanan barang, pelanggan melakukan proses pembayaran agar barang dapat segera dikirimkan. Pelanggan juga dapat melihat informasi detail seperti nomor pemesanan, tanggal pemesanan, email, harga pemesanan, informasi rekening pembayaran, serta rincian pesanan beserta total pemesanannya.

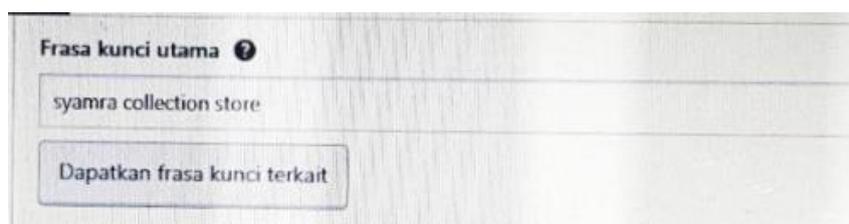


Gambar 12. Rancangan Layar Lacak Pesanan

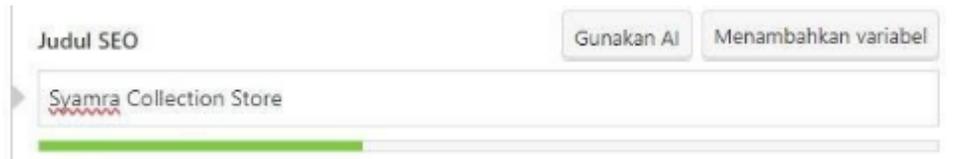
Pada Gambar 12 ketika pelanggan sudah melakukan proses pembayaran dan berhasil selanjutnya akan dikirimkan oleh pihak toko lalu setelah itu pelanggan dapat melihat status barang yang dikirimkan. Pada tampilan *order tracking* terdapat kolom rincian pesanan mulai dari produk, subtotal, pengiriman, metode pembayaran, dan total, lalu ada alamat pengalihan dan alamat pengiriman.

3.5 Strategi Search Engine Optimization (SEO)

SEO adalah proses memperbaiki struktur situs web dan meningkatkan promosi tampilan di mesin pencari, meningkatkan peringkat dan jumlah pengunjung. *Use case* diagram yang menunjukkan interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang dikembangkan [12]. Berikut ini adalah hasil penggunaan strategi SEO yang dapat dilihat pada Gambar dibawah ini :



Gambar 13 Frasa Kunci Utama

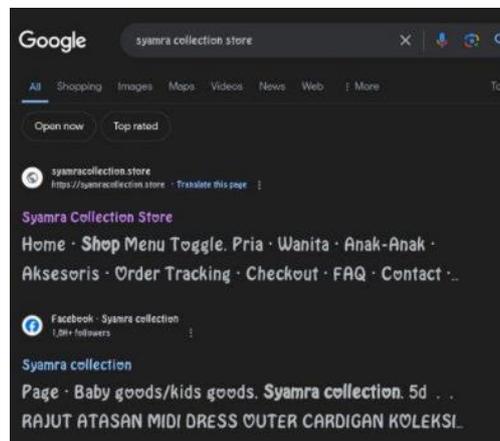


Gambar 14 Judul SEO



Gambar 15 Deskripsi Meta

Pada gambar 13 dan gambar 14 membuat frasa kunci utama dimana akan memudahkan pelanggan dalam menunjukkan toko atau produk apa yang mereka ketikkan. Pada gambar 15 membuat deskripsi meta yang digunakan untuk deskripsi produk pada saat tampil di mesin pencari.



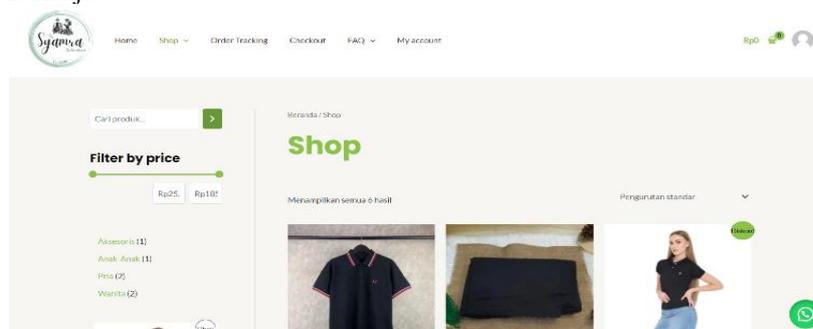
Gambar 16. Hasil Penggunaan Strategi SEO

Pada gambar 16 hasil dari penggunaan strategi *search engine optimization* (SEO) menggunakan Yoast SEO, *website* Syamra Collection ini ada pada halaman pertama mesin pencari.

3.6 Strategi Marketing 4P

Strategi pemasaran yang diterapkan *e-commerce* Toko Syamra Collection dalam meningkatkan penjualan menggunakan strategi pemasaran 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

a. Strategi yang digunakan ialah menampilkan semua produk pada halaman *website* agar pelanggan lebih leluasa dalam berbelanja.



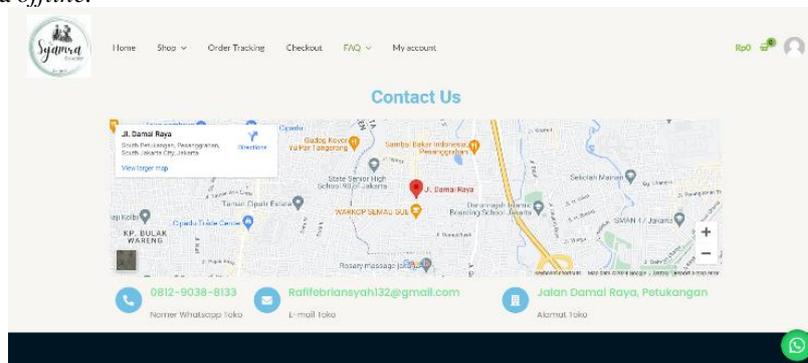
Gambar 17. Produk

- b. Harga dan kupon, toko *Syamra Collection* menerapkan promo atau kupon potongan harga dengan kode diskon pada waktu tertentu. Contohnya pada waktu tertentu pelanggan dapat potongan harga sebesar 15% menyesuaikan dengan harga yang dibeli oleh pelanggan.



Gambar 18. Harga

- c. Pada halaman *website* terdapat lokasi toko guna mempermudah dalam berbelanja secara *offline* apabila ingin berbelanja secara *offline*.



Gambar 19. Lokasi Toko

- d. Promosi produk yang digunakan yaitu promosi melalui media sosial *website* instagram, dan *website* toko serta kode kupon pada *website*.



Gambar 20. Promosi

4. KESIMPULAN

Setelah mengetahui permasalahan yang ada pada Toko *Syamra Collection* maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu: *website* Toko *Syamra Collection* memudahkan pemilik dalam melihat ketersediaan stok barang, serta mengurangi kekeliruan dalam proses pengelolaan pembukuan. Katalog produk pada *website* Toko *Syamra Collection* pelanggan dengan mudah mendapatkan informasi barang serta harga produk dan mengetahui adanya produk terbaru. Dengan adanya *website* Toko *Syamra Collection* potensi mendapatkan pelanggan baru semakin besar dan jangkauan pemasaran semakin luas. Dengan adanya *website* Toko *Syamra Collection* pelanggan dapat berbelanja secara *online* dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. Rayhan Adhitya, T. Teviana, A. Hidayat, And I. Khaira, “Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce Dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian,” *Terap. Inform. Nusant.*, Vol. 5, No. 1, Pp. 63–72, 2024, Doi: 10.47065/Tin.V5i1.5293.
- [2] A. S. Rohmatillah, C. Butandy, F. Rafif Ferdian, M. Agusta, And M. A. Yudha Pratama, “E- Business Dan E-Commerce,” *Comserva J. Penelit. Dan Pengabd. Masy.*, Vol. 3, No. 11, Pp. 4405–4415, Mar. 2024, Doi:

- 10.59141/Comserva.V3i11.1256.
- [3] Y. L. R. Rehatalanit, “Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis,” No. 5, 2021, Doi: <https://doi.org/10.35968/Jti.V5i0.764>.
 - [4] R. Hafsari, E. Arribe, M. Luthfillah Andria, And V. Miransya, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Metode Waterfall (Studi Kasus Pt. Riau Pos Intermedia),” *Prosisko Vol. 11 No.1 Maret 2024*, Vol. 11, 2024.
 - [5] I. Dhafalla Firmansyah And D. Anubhakti, “Penerapan E-Commerce Menggunakan Content Management System (Cms) Pada Toko Combi Shop,” Vol. 2, No. 2, 2023.
 - [6] S. H. Winata, B. Cahya Putra, Y. Santoso, W. Usino, And I. Susanti, “Penerapan E-Commerce Menggunakan Content Management System (Cms) Wordpress Pada Yan Sketch Art Untuk Memperluas Pemasaran,” Vol. 3, No. 1, 2024.
 - [7] F. Firanda, S. Milwandhari, And V. Putratama, “Sistem Informasi Perjalanan Dinas Berbasis Web(Studi Kasus : Dprd Kabupaten Garut),” 2021.
 - [8] E. Wulandari And G. Gata, “Penerapan E-Commerce Untuk Penjualan Rokok Elektrik (Vape) Menggunakan Content Management System Wordpress Pada Toko Vape Grande.”
 - [9] E. Aristriyana And R. Ahmad Fauzi, “Analisis Penyebab Kecacatan Produk Dengan Metode Fishbone Diagram Dan Failure Mode Effect Analysis (Fmea) Pada Perusahaan Elang Mas Sindang Kasih Ciamis,” 2023. Doi: 10.25157/Jig.V4i2.3021.
 - [10] H. Warnaningtyas, “Ekomaks : Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif Dan Bisnis; E-Issn: 2580-0043 Desain Bisnis Model Canvas (Bmc) Pada Usaha Batik Kota Madiun,” 2020. [Online]. Available: <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
 - [11] O. Febriani, A. Putra, And R. Prayogie, “Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian 2020 Ibi Darmajaya Bandar Lampung,” 2020.
 - [12] A. Antonius And B. R. Suteja, “The Implementasi Metode On-Page Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Peringkat Website Sebagai Hasil Pencarian Google,” *J. Tek. Inform. Dan Sist. Inf.*, Vol. 7, No. 1, Apr. 2021, Doi: 10.28932/Jutisi.V7i1.3428.