

PERANCANGAN MODEL *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* UNTUK MEMPERLUAS PEMASARAN PADA *BOSS MEDIA CREATIVE*

Anggi Rahmawati^{1*}, Bima Cahya Putra²

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

Email: ^{1*}2012520025@student.budiluhur.ac.id, ²bimo.cahyoputro@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak- *Boss Media Creative* dibawah naungan PT. Garda Inovasi Globaltech merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan *advertising* yang terletak di Tangerang. Usaha ini sudah berdiri sejak akhir tahun 2020 lalu, dan saat ini perusahaan masih menggunakan konsep penjualan serta pemasaran produk dan jasanya secara konvensional, pelaku usaha juga kesulitan untuk mendeskripsikan spesifikasi produknya, permasalahan tersebut membuat pemasaran berjalan kurang efektif dan efisien. Dari permasalahan tersebut maka dilakukan penelitian masalah dan merancang sebuah sistem penjualan secara elektronik (*E-Commerce*) yang dapat membantu menjual dan memasarkan produknya di dunia maya secara luas. Menggunakan pendekatan *Content Management System* (CMS) untuk mengimplementasikan model *E-Commerce* serta menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) *On Page* untuk pencarian kata kunci dan menerapkan strategi *Marketing 4P* (*Product, Price, Place, dan Promotion*). Hasil akhir dari penelitian ini adalah adanya sistem penjualan secara elektronik (*E-Commerce*) yang dapat memperluas pemasaran dan penjualan produk menjadi lebih efektif dan efisien guna menunjang aktivitas manajemen perusahaan.

Kata Kunci: *E-Commerce, Content Management System* (CMS), *Search Engine Optimization* (SEO), *Boss Media Creative*

IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* MODEL WITH *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM* FOR *MARKETING EXPANSION* AT *BOSS MEDIA CREATIVE*.

Abstract- *Boss Media Creative* under PT Garda Inovasi Globaltech is a company engaged in printing and advertising located in Tangerang. This business has been established since the end of 2020, and currently the company still uses the concept of selling and marketing its products and services conventionally, business people also have difficulty describing the specifications of their products, these problems make marketing run less effectively and efficiently. From these problems, a problem research and design an electronic sales system (*E-Commerce*) that can help sell and market its products in cyberspace at large. Using the *Content Management System* (CMS) approach to implement the *E-Commerce* model and using *On Page Search Engine Optimization* (SEO) techniques for keyword searches and implementing the *4P Marketing strategy* (*Product, Price, Place, and Promotion*). The final result of this research is an electronic sales system (*E-Commerce*) that can expand marketing and product sales to be more effective and efficient to support company management activities.

Keywords: *E-Commerce, Content Management System* (CMS), *Search Engine Optimization* (SEO), *Boss Media Creative*

1. PENDAHULUAN

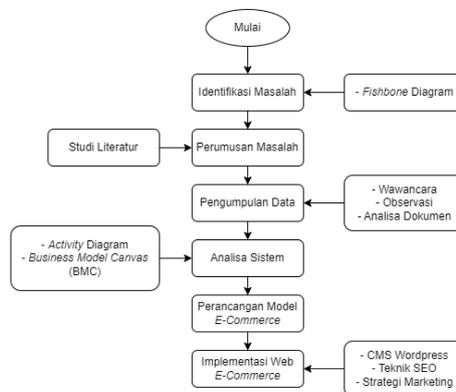
Internet mempermudah kegiatan jual beli mengalami perubahan dan perkembangan. Dengan adanya internet, para pelaku usaha dapat dengan mudah memasarkan produk ataupun jasanya melalui layanan *website* yang dapat memberikan fasilitas berbelanja atau berdagang secara *online*, fasilitas ini disebut dengan *E-Commerce*. Penggunaan *E-Commerce* bagi pihak penjual dapat membantu meningkatkan pesanan dan penjualan pada usahanya, salah satu hal yang sangat menguntungkan bagi penjual yaitu lebih mudah untuk memasarkan produknya dan mempunyai ruang lingkup penjualan yang luas maupun pemasaran yang baik guna meningkatkan hasil penjualan perusahaan. Oleh karena itu diperlukan koordinasi yang baik antara pemasaran dan penjualan.

Boss Media Creative dibawah naungan PT. Garda Inovasi Globaltech merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan *advertising* yang terletak di Sepatan, Tangerang. Usaha ini sudah berdiri sejak akhir tahun 2020, dan saat ini perusahaan masih menggunakan konsep penjualan serta pemasaran produk dan jasanya secara konvensional, cara tersebut membuat pemasaran berjalan kurang efektif dan efisien. Oleh karna itu, pelaku usaha ini ingin mencoba dan mewujudkan penjualan dan pemasaran secara digital dengan internet melalui pembuatan sistem *E-Commerce*. Pada topik yang dibahas dalam penelitian yaitu perancangan sistem penjualan secara *online* khususnya untuk *Boss Media Creative*. Untuk mengatasi masalah tersebut, adanya sistem penjualan berbentuk *website* yang berguna untuk memasarkan dan menjual produk secara *online* melalui *E-Commerce*.

Beberapa penelitian yang sesuai dengan topik penulis ambil, berikut adalah hasil dari penelitian terdahulu : Penelitian pertama, membangun perangkat lunak (*E-Commerce*) untuk meningkatkan dan memudahkan konsumen toko Denia Donuts dalam bertransaksi, sistem dibangun menggunakan metode *prototipe* [1]. Penelitian kedua, membangun sebuah perangkat lunak (*software*) sistem penjualan *online* berbasis *e-commerce* untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen pelanggan secara optimal dan memberikan informasi 24 jam serta dapat diakses dimana saja, sistem dibangun menggunakan metode *waterfall* [2]. Penelitian ketiga, membangun sebuah sistem penjualan *e-commerce* berbasis *web* untuk membantu proses penjualan dan pendataan barang lebih terintegrasi dan *up to date*, sistem dibangun menggunakan metode *Rapid Application Development (RAD)* [3]. Penelitian keempat, membangun sistem *e-commerce* berbasis *website* untuk mempermudah kegiatan bisnis proses yang ada dan meningkatkan penjualan serta menjangkau pangsa pasar yang lebih luas pada Butik Dweeva, sistem dibangun menggunakan metode *Rapid Application Development (RAD)* [4]. Penelitian kelima, membangun *website e-commerce* guna mempermudah proses bisnis berjalan baik dari segi admin maupun pembeli, dibangun menggunakan metode *prototipe* [5]. Perbedaan penelitian yang ada dengan yang penulis lakukan yaitu terdapat pada metode pengembangan, penulis menggunakan metode pengembangan *Content Management System (CMS)* sedangkan penelitian yang ada menggunakan metode pengembangan *Prototipe*, *Waterfall*, dan *Raphid Application Development (RAD)*. Kemudian penelitian yang ada tidak menggunakan metode pendekatan dengan visualisasi diagram pemodelan *Business Model Canvas (BMC)*, *Fishbone Diagram*, dan *Activity Diagram* serta tidak membahas teknik pencarian kata kunci SEO dan *Marketing 4P*. Menurut Romindo et al. dikutip dari Putri. *E-Commerce* adalah hasil teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang dengan begitu cepat dalam pertukaran barang, jasa dan juga informasi menggunakan sistem elektronik, seperti internet, televisi dan jaringan komputer lainnya [6]. Menurut Yodyo and Melfazan. *Content Management System (CMS)* secara sederhana bisa diartikan sebagai sebuah sistem yang memberikan kemudahan untuk para penggunanya dalam mengelola dan mengadakan perubahan isi sebuah *website* dinamis tanpa sebelumnya dibekali pengetahuan tentang hal-hal bersifat teknis. Tetapi pada pengertian umumnya *CMS (Content Management System)* adalah suatu sistem yang digunakan untuk mengelola dan memfasilitasi proses pembuatan, pembaharuan, dan publikasi content secara bersama (*collaborative content management*) [7].

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian



Gambar 1. Diagram Alir Tahap Penelitian

Gambar 1. Merupakan Diagram Alir Tahapan yang mendeskripsikan secara rinci tahapan sistematis yang dilakukan dalam penelitian dari awal sampai akhir, menjelaskan bagaimana data dikumpulkan, diolah, dan dianalisis.

2.2 Identifikasi Masalah dan Pengumpulan Data

Pada tahap ini, menganalisis masalah dan menemukan akar penyebab permasalahan menggunakan pendekatan *Fishbone Diagram*. Masalah yang dihadapi ditempatkan pada kepala ikan, penyebab dan solusi diletakkan pada bagian tulang ikan. Menurut Rofi. *Fishbone Diagram* adalah Teknik pembelajaran yang efektif digunakan pada proses pembelajaran berbasis pemecahan masalah dengan menghubungkan sebab-akibat dari suatu peristiwa [8]. Kemudian melakukan beberapa tahapan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan guna mencapai tujuan penelitian, berikut adalah beberapa tahapan yang dilakukan : Wawancara, observasi, dan analisa dokumen.

2.3 Analisa Sistem

Pada tahap ini penulis menganalisa proses bisnis yang berjalan menggunakan *Activity Diagram*, dan analisa pemodelan bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Menurut Maulana. *Business Model Canvas* (BMC) adalah alat manajemen strategis untuk menggambarkan, menganalisis, dan merancang model bisnis. Model bisnis menggambarkan logika nilai suatu organisasi dalam hal bagaimana menciptakan dan menangkap nilai pelanggan dan dapat secara ringkas diwakili oleh satu set elemen yang saling terkait untuk menangani pelanggan, *value proposition*, arsitektur organisasi dan dimensi ekonomi [9].

2.4 Perancangan Model E-Commerce

Pada tahap ini, merancang model *e-commerce* menggunakan *tools use case diagram* untuk menggambarkan interaksi antara aktor dan sistem serta fungsi-fungsi yang terdapat dalam sistem tersebut. Selanjutnya, merancang tampilan layar untuk *website e-commerce*.

2.5 Implementasi Web E-Commerce

Pada tahap ini penulis melakukan instalasi perangkat lunak *Content Management System* (CMS) *Wordpress* untuk membangun *website E-Commerce*. Setelah itu, *install plugin* *Yoast SEO* untuk mengoptimalkan pencarian kata kunci dan menerapkan strategi pemasaran *Mix Marketing* 4P untuk mendukung pemasaran dan promosi produk serta jasa pada *Boss Media Creative*.

1. Teknik instalasi perangkat lunak *Content Management System* (CMS) *Wordpress*. Berikut adalah langkah-langkah teknik menginstalasi *Content Management System* (CMS) :
 - a. Membeli web hosting dan nama domain.

Langkah pertama dalam instalasi CMS adalah membeli *web hosting*. Setelah itu, perlu membeli nama *domain*. Pilihlah nama yang sesuai dengan tujuan *website*. Nama yang jelas dan menggambarkan usaha atau bisnis yang ingin kita implementasikan.
 - b. Melakukan instalasi *Content Management System* (CMS).

Setelah membeli *web hosting* dan *domain*, pilih *install Content Management System* (CMS) di *web server* untuk memudahkan akses untuk membuat *website*.
 - c. Mengatur *plugin Content Management System* (CMS) dengan kebutuhan *website*.

Setelah *Content Management System* (CMS) ter-*install*, atur fitur-fitur/ *plugin* untuk membuat *website*, sesuaikan penampilan *website* dengan desain *template* yang sudah tersedia atau yang sudah dibeli sebelumnya.
 - d. Memulai pembuatan konten dengan *interface Content Management System* (CMS).

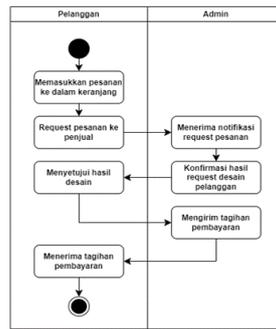
Setelah pengaturan *plugin* dan desain *website* selesai, langkah selanjutnya adalah membuat konten yang akan diposting di *website* secara berkala, bertujuan tercapainya bisnis yang efektif serta efisien dan SEO *website* optimal.
2. Teknik SEO ini digunakan untuk mengoptimalkan pencarian kata kunci produk dan meningkatkan *traffic* pengunjung pada *website* toko, sehingga situs dapat muncul di halaman awal hasil pencarian mesin pencari. Menurut Azim Fauzan. *Search Engine Optimization* (SEO) atau optimasi mesin pencari didefinisikan sebagai sekumpulan proses, cara, taktik, dan teknis di dalam mengoptimalkan halaman *website* agar memperoleh peringkat atas pada hasil pencarian di mesin pencari [10]. Berikut langkah-langkah penerapan teknik SEO pada *Boss Media Creative* :
 - a. SEO *On Page*
 - b. SEO *Off Page*
3. Strategi *Marketing*

Pada tahap ini, penerapan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 4P untuk mendukung aktivitas pemasaran dan promosi produk pada *Boss Media Creative*. Strategi *Marketing* pemasaran 4P terdiri dari : *Product, Price, Place, Promotion*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Proses Bisnis Sistem Berjalan

Pada Gambar 2. Merupakan proses pemesanan produk, pada proses ini pelanggan memesan produk melalui aplikasi *whatsapp* dengan memilih produk yang ingin dipesan dan memasukkan pesanan ke dalam keranjang, kemudian melakukan *request* pesanan ke admin penjualan, admin menerima notifikasi *request* pesanan dan mengkonfirmasi hasil *request* desain ke pelanggan, setelah pelanggan menyetujui hasil desain, admin mengirim tagihan pembayaran kepada pelanggan.



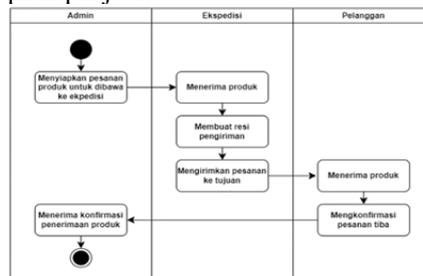
Gambar 2. Activity Diagram Proses Pemesanan Produk

Pada Gambar 3. Merupakan proses pembayaran, pada proses ini pelanggan melakukan *transfer* tagihan pembayaran ke rekening penjual, kemudian pelanggan mengirimkan bukti *transfer* ke admin penjualan, admin menerima bukti *transfer* pembayaran pelanggan dan mengirim *invoice* lunas kepada pelanggan.



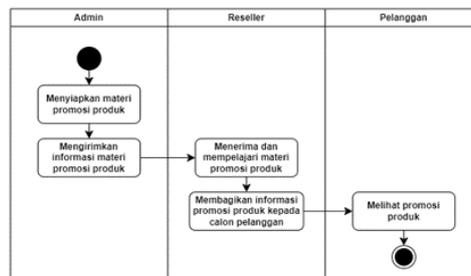
Gambar 3. Activity Diagram Proses Pembayaran

Pada Gambar 4. Merupakan proses pengiriman, pada proses ini admin menyiapkan pesanan yang sudah dilunasi oleh pelanggan untuk dibawa ke ekspedisi, ekspedisi menerima produk dan membuat resi pengiriman manual lalu mengirimkan pesanan ke alamat tujuan pelanggan, kemudian pelanggan menerima produk pesanan dan mengkonfirmasi pesanan tiba kepada penjual.



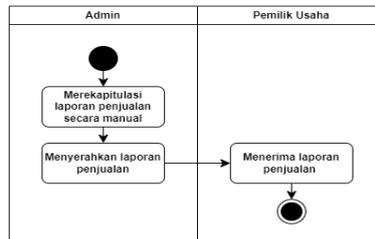
Gambar 4. Activity Diagram Proses Pengiriman

Pada Gambar 5. Merupakan proses promosi produk, pada proses ini admin menyiapkan informasi materi promosi produk untuk dikirimkan kepada *reseller*, *reseller* menerima dan mempelajari materi promosi produk dari penjual, kemudian membagikan informasi promosi produk kepada calon pelanggan.



Gambar 5. Activity Diagram Proses Promosi Produk

Pada Gambar 6. Merupakan proses laporan penjualan, pada proses ini admin merekapitulasi laporan penjualan secara manual melalui *microsoft office excel*, kemudian menyerahkan laporan penjualan yang sudah direkapitulasi kepada pemilik usaha.



Gambar 6. Activity Diagram Laporan Penjualan

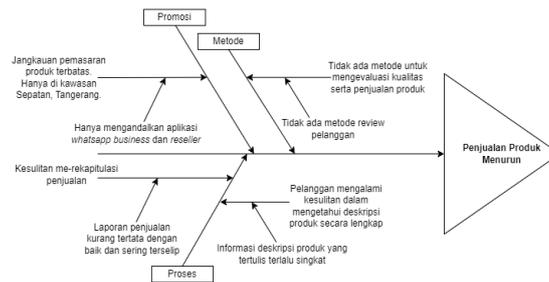
3.2 Fishbone Diagram

Pada Gambar 7. Merupakan analisa masalah yang terjadi pada Boss Media Creative dan dimodelkan menggunakan *Fishbone Diagram*, terdapat tiga kategori masalah yaitu Proses, Metode, dan Promosi.

Pada kategori Proses terdapat dua poin masalah, yang pertama disebabkan karena laporan penjualan kurang tertata dengan baik dan sering terselip sehingga menyebabkan kesulitan me-rekapitulasi penjualan, yang kedua disebabkan karena informasi deskripsi produk yang tertulis terlalu singkat sehingga menyebabkan pelanggan mengalami kesulitan dalam mengetahui deskripsi produk secara lengkap.

Pada kategori Metode, masalah disebabkan karena tidak ada metode *review* pelanggan sehingga menyebabkan tidak ada metode untuk mengevaluasi kualitas serta penjualan produk.

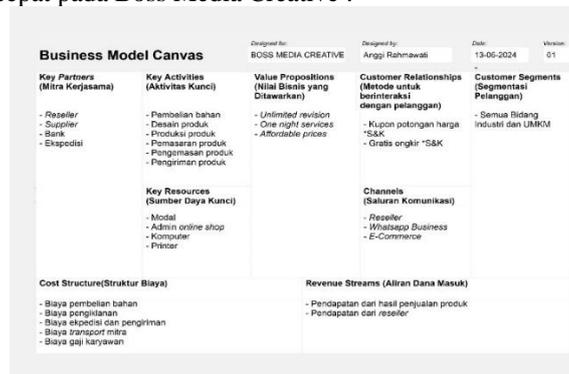
Pada kategori Promosi, masalah disebabkan karena hanya mengandalkan aplikasi *whatsapp business* dan *reseller* sehingga menyebabkan jangkauan pemasaran produk terbatas, hanya di kawasan Sepatan, Tangerang.



Gambar 7. Fishbone Diagram

3.3 Business Model Canvas (BMC)

Pada Gambar 8. Merupakan kerangka manajemen untuk mempermudah dalam melihat gambaran ide bisnis dan juga realisasinya secara cepat pada Boss Media Creative :



Gambar 8. Business Model Canvas (BMC)

- Key Partners meliputi : Reseller, Supplier, Bank, Ekspedisi.
- Key Activities meliputi : Pembelian bahan, Desain produk, Produksi produk, Pemasaran produk, Pengemasan produk, Pengiriman produk.
- Value Propositions meliputi : Unlimited revision, One night service, Affordable prices.
- Customer Relationship meliputi : Kupon Potongan Harga*S&K, Gratis Ongkir *S&K.

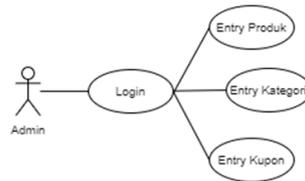
- e. *Customer Segment* meliputi : Semua bidang industri dan UMKM.
- f. *Key Resources* meliputi : Modal, Admin *online shop*, Komputer, Printer.
- g. *Channels* meliputi : *Reseller*, *Whatsapp business*, *E-Commerce*
- h. *Cost Structure* meliputi : Biaya pembelian bahan, Pengiklanan, Ekspedisi dan Pengiriman, *Transport* mitra, Gaji karyawan.
- i. *Revenue Streams* meliputi : pendapatan dari hasil penjualan produk, Pendapatan dari *reseller*.

3.4 Use Case Diagram

Berikut identifikasi kebutuhan sistem Boss Media Creative yang dimodelkan dengan *use case diagram* :

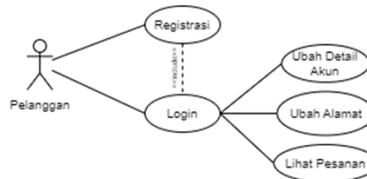
a. Use Case Master

Pada Gambar 9. *Actor Admin* melakukan registrasi dan *login*, setelah *login* pelanggan dapat melihat pesanan, mengubah alamat serta mengubah detail akun.



Gambar 9. Use Case Master Admin

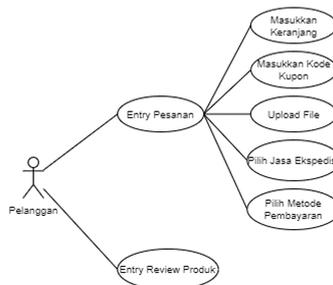
Pada Gambar 10. *Actor Pelanggan* melakukan *login*, setelah *login* admin dapat *entry* produk, *entry* kategori serta *entry* kupon.



Gambar 10. Use Case Master Pelanggan

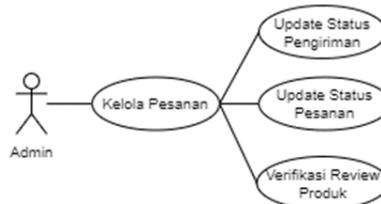
b. Use Case Transaksi

Pada Gambar 11. *Actor* pelanggan dapat melakukan *entry* pesanan, pilih metode pembayaran serta *entry* review produk.



Gambar 11. Use Case Transaksi Pelanggan

Pada Gambar 12. *Actor* admin dapat mengelola pesanan meliputi : *update* status pesanan, *update* status pengiriman, verifikasi *review* produk



Gambar 12. Use Case Transaksi Admin

c. Use Case Laporan

Pada Gambar 13. *Actor* admin dapat mencetak laporan

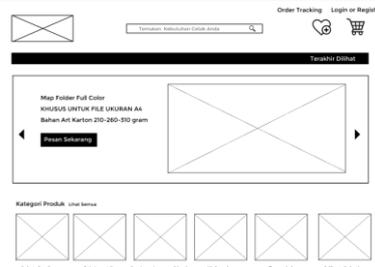


Gambar 13. Use Case Laporan

3.5 Rancangan Layar

a. Rancangan Layar Home

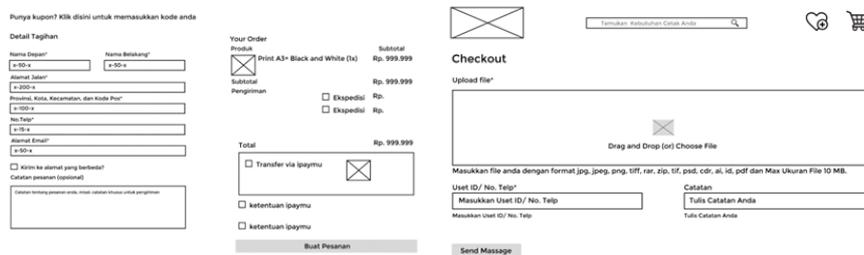
Pada Gambar 14. Merupakan halaman awal saat calon pelanggan mengakses *website E-Commerce Boss Media Creative*.



Gambar 14. Rancangan Layar Home

b. Rancangan Layar Entry Pesanan

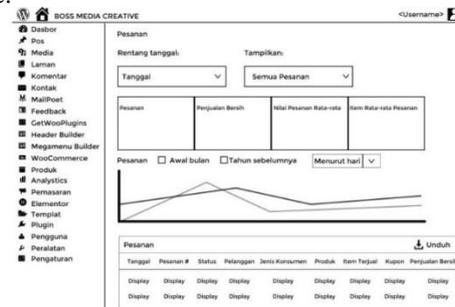
Pada Gambar 15. Merupakan halaman bagi pelanggan yang ingin memesan produk di boss media creative.



Gambar 15. Rancangan Layar Entry Pesanan

c. Rancangan Layar Laporan Pesanan

Pada Gambar 16. Merupakan halaman bagi admin yang ingin mencetak laporan pesanan di *website E-Commerce Boss Media Creative*.



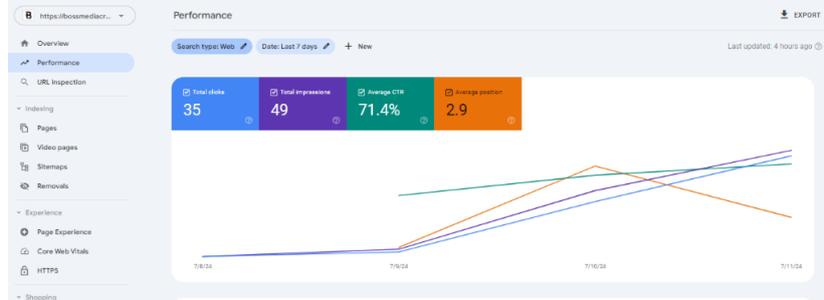
Gambar 16. Rancangan Layar Laporan Pesanan

3.6 Implementasi SEO

Berikut adalah hasil implementasi SEO pada Boss Media Creative :

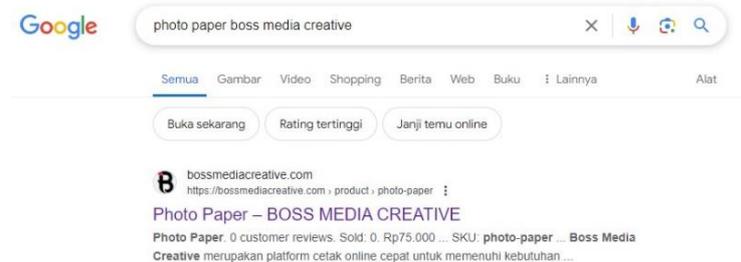
a. On Page

Gambar 17 menunjukkan hasil pengujian performa website. Ditampilkan data sebagai berikut: Total klik , 35 orang, Total tayangan, 35 orang, Rata-rata CTR = 71,4%. Peringkat rata-rata = 2,9. Data ini memberikan informasi mengenai kinerja website Boss Media Creative. RKT rata-rata dan posisi rata-rata merupakan metrik penting untuk memahami tingkat visibilitas dan posisi situs web Anda dalam hasil penelusuran. Sebaliknya, total klik dan tayangan membantu mengukur seberapa menarik dan relevan situs web Anda bagi pengguna.



Gambar 17. Hasil Pengujian Kinerja Website Boss Media Creative

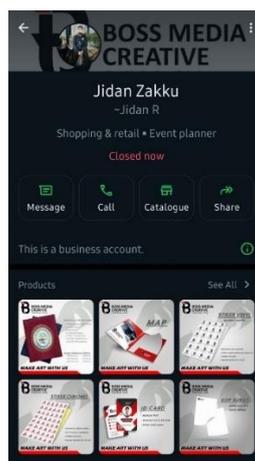
Pada Gambar 18. Merupakan hasil pencarian kata kunci setelah melakukan pengujian keberhasilan teknik SEO. Berikut hasil pencarian kata kunci di Google Search yang dilakukan pada 13 Juli 2024 pukul 19.14 WIB dengan menggunakan kata kunci {photo paper boss media creative}.



Gambar 18. Hasil Pengujian Kata Kunci Photo Paper Boss Media Creative

b. *Off Page*

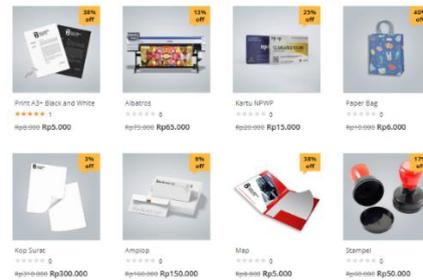
Pada Gambar 19. Membuat *whatsapp business*, *whatsapp business* adalah aplikasi gratis yang dikembangkan oleh *WhatsApp* untuk pemilik bisnis kecil. Aplikasi ini memungkinkan pemilik bisnis untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mempromosikan produk dan layanan, serta memberikan dukungan pelanggan dengan cara yang lebih terorganisir dan profesional.



Gambar 19. Fitur Whatsapp Business

3.7 Implementasi Strategi Marketing

Pada Gambar 20. Berikut merupakan halaman website Boss Media Creative yang menampilkan diskon harga coret untuk menarik calon pembeli :



Gambar 20. Strategi Marketing Harga Coret

4. KESIMPULAN

Dengan adanya *website* Boss Media Creative kesimpulan yang didapat yaitu memperluas jangkauan pemasaran guna meningkatkan penjualan. Diterapkannya teknik SEO *On Page* pencarian kata kunci, maka dari itu calon pelanggan dapat lebih mudah menemukan toko online Boss Media Creative. Tersedianya *payment gateway*, sehingga pelanggan dengan mudah melakukan pembayaran tanpa mengisi *form* bukti pembayaran. Serta adanya fitur unduh laporan, maka pemilik usaha bisa dengan mudah mengetahui informasi penjualan pada periode tertentu secara akurat. Saran untuk dijadikan acuan bahan evaluasi yaitu dalam pelacakan pesanan, penelitian berikutnya dapat membuat modul *track my order* yang lebih detail beserta nomor resi pengiriman.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Fenando, "Implementasi E-Commerce Berbasis Web pada Toko Denia Donuts Menggunakan Metode Prototype," *JUSIFO (Jurnal Sist. Informasi)*, vol. 6, no. 2, pp. 66–77, 2020, doi: 10.19109/jusifo.v6i2.6532.
- [2] R. Risald, "Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Pada Usaha Ukm Ike Suti Menggunakan Metode Waterfall," *J. Inf. Technol.*, vol. 1, no. 1, pp. 37–42, 2021, doi: 10.32938/jitu.v1i1.1393.
- [3] Tian Ahmad Setiawan, Wiyanto Wiyanto, and Agus Suwarno, "Penerapan Metode Rad Dalam Implementasi E-Commerce Berbasis Web Pada Cv. Tenda Teduh Abadi," *J. Inform. Teknol. dan Sains*, vol. 5, no. 3, pp. 373–382, 2023, doi: 10.51401/jinteks.v5i3.3140.
- [4] S. Putraito, M.F.R and Anwar, "Website Menggunakan Cms (Content Management System) Pada Butik Dweeva," pp. 18–28, 2022.
- [5] A. Abigail, M.F and Budi, "Implementasi E-Commerce Menggunakan Low Code Programming Pada Sam's Foodie Berbasis Responsive Web," *Angew. Chemie Int. Ed. 6(11)*, 951–952., vol. 1, no. April, 2023.
- [6] S. D. Putri, "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Purchase Intention pada e-Commerce Traveloka," Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, 2022. [Online]. Available: <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/4284>
- [7] S. Yodyo and O. Melfazen, "Rancang Bangun Web E-Commerce Pada Toko Online Kiba Berbasis Content Management System (Cms)," *Sci. Electro*, vol. 13, no. 4, 2022, [Online]. Available: <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jte/article/view/18783>
- [8] A. M. Rofi, "Pengaruh Model Science, Environment, Technology, Society Berbantuan Fishbone Diagram Terhadap Self Regulated Learning Dan Kemampuan Berpikir Kritis," Universitas Siliwangi, 2023. [Online]. Available: <http://repositori.unsil.ac.id/id/eprint/11488>
- [9] Y. M. Maulana, "Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Business Model Canvas untuk Siswa SMAN 4 Surabaya," *J. Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 5, pp. 629–634, 2022, doi: 10.52436/1.jpmi.771.
- [10] Azim Fauzan, "Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimisation) Dengan Metode Onpage Dan Offpage Pada Website Cargoriau. Com," *Riau J. Comput. Sci.*, vol. 05, no. 1, pp. 32–37, 2019, [Online]. Available: <https://e-journal.upp.ac.id/index.php/RJOCS/article/view/1705>