

MODEL E-COMMERCE PENJUALAN PAKAIAN BEKAS PADA TOKO VELOCE.THRIFTSHOP BERBASIS *CONTENT* *MANAGEMENT SYSTEM*

Oktonato Glavikantara^{1*}, Humisar Hasugian², Bullion Dragon Andah³, Gandung Triyono⁴

^{1,2,3,4} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}oktonatoglavikantara@gmail.com, ²humisar.hasugian@budiluhur.ac.id, ³bullion.dragon@budiluhur.ac.id,
⁴gandung.triyono@budiluhur.ac.id
(*: corresponding author)

Abstrak- Veloce.thriftshop merupakan salah satu unit bisnis yang menjual Dpakaian bekas (*second*) khususnya yaitu jaket. Toko Veloce.thriftshop ini berada di kota Surabaya yang dibentuk pada tahun 2019. Dalam kegiatan penjualan saat ini toko Veloce.thriftshop membuka toko pada garasi rumah, sehingga mengharuskan calon pembeli harus datang langsung ke toko, dan proses transaksi yang dilakukan hanya secara *cash* di toko dan menggunakan nota sebagai tanda bukti transaksi. Sistem pencatatan transaksi yang dilakukan saat ini masih menggunakan buku untuk merekap data transaksi penjualan yang dilakukan di toko ataupun order manual yang dilakukan melalui *Whatsapp*. Selain itu toko Veloce.thriftshop melakukan penjualan dan pemasaran dengan membuka lapak pada event-event tertentu disekitar kota Surabaya seperti CFD, acara motor, dan acara *thrift*. Dan melakukan pemasaran dengan menggunakan media sosial Instagram dan *Whatsapp*. Namun hal itu merasa masih kurang maksimal dalam menaikkan jumlah penjualan dan menjamah pembeli lebih luas. Untuk mengatasi masalah di atas, maka penulis merasa Veloce.thriftshop membutuhkan sistem penjualan toko *online* atau *E-commerce* untuk membantu dalam menaikkan jumlah penjualan, promosi produk, serta pembahasan laporan penjualan yang efektif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi literatur. Untuk analisis model bisnis yang digunakan adalah dengan pendekatan *Business Canvass Model* dengan menggunakan *Tools Content Management System (CMS) WordPress* dalam penerapan model *E-commerce*-nya. Untuk implementasi strategi pemasaran yang digunakan adalah dengan strategi marketing 4P (*Place, Product, Price, Promotion*) dan teknik *Search Engine Optimization (SEO)*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan sistem toko *online* berbasis *website* pada toko Veloce.thriftshop untuk mempermudah penjualan pada toko dan calon pembeli, serta meningkatkan penjualan dan pemasaran.

Kata kunci: *Content Management System, Search Engine Optimization E-Commerce, Content Management System (CMS) WordPress, Pakaian bekas*

E-COMMERCE MODEL FOR SELLING USED CLOTHES ON VELOCE.THRIFTSHOP BASED ON CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

Abstract- *Veloce.thriftshop is one of the business units that sell used (second) clothes, especially jackets. This Veloce.thriftshop store is in the city of Surabaya, which was formed in 2019. In current sales activities, the Veloce.thriftshop store opens a shop in the garage of a house, thus requiring prospective buyers to come directly to the store. The transaction process is carried out only in cash at the store and uses a note as proof of transaction. The current transaction recording system still uses a book to recap sales transaction data made at the store or manual orders made via WhatsApp. In addition, the Veloce.thriftshop store also conducts sales and marketing by opening stalls at events around Surabaya, such as CFD, motorcycle, and thrift events. Moreover, marketing using social media Instagram and WhatsApp. However, it is still not optimal in increasing the number of sales and reaching a more comprehensive range of buyers. To overcome the above problems, the author feels that Veloce.thriftshop needs an online store sales system or E-commerce to assist in increasing the number of sales, product promotion, and making effective sales reports. The data collection methods used in this research are observation, interviews, and literature studies. To analyze the business model used the Business Canvass Model approach by using the WordPress Content Management System (CMS) Tools in implementing the E-commerce model. The 4P marketing strategy (Place, Product, Price, Promotion) and Search Engine Optimization (SEO) techniques are used for the implementation of marketing strategies. This research aims to produce a website-based online store system at the Veloce.thriftshop store to facilitate sales at the store and prospective buyers and increase sales and marketing.*

Keywords: *Content Management System, Search Engine Optimization E-Commerce, Content Management System (CMS) WordPress, Used clothing.*

1. PENDAHULUAN

Pada zaman modern saat ini, kemajuan teknologi informasi berkembang pesat dengan didukung adanya internet, Internet menjadi keunggulan kompetitif dalam bersaing di aspek bisnis, karena penggunaan internet dalam kegiatan penjualan online sangat mempermudah suatu bisnis ataupun toko untuk melakukan promosi produk dan

transaksi penjualan. Dengan adanya penjualan secara online berpotensi mempunyai calon pembeli dari seluruh Indonesia karena adanya kemudahan akses untuk mendapatkan informasi. Penjualan yang dilakukan online juga memudahkan calon pembeli untuk melihat informasi produk, dan membeli produk tanpa harus datang langsung ke Toko. Penjual pakaian second atau dikenal sebagai thrift store mungkin sudah terdengar tidak asing lagi bagi kalangan masyarakat umum, Thrift store merupakan suatu pilihan yang banyak dipilih masyarakat, sehingga dapat dijadikan lahan bisnis baru yang berkembang dikalangan generasi muda saat ini. Seperti toko Veloce.thriftshop yang bergerak dibidang penjualan pakaian second atau disebut dengan thrift khususnya yaitu jaket. Toko Veloce.thriftshop yang berlokasi di Surabaya, dibentuk pada tahun 2019 oleh empat orang pemuda yang memiliki hobi yang sama yaitu dengan bermotoran vespa dan sama-sama menyukai seri Sprint Veloce, sehingga dinamakan Veloce.thriftshop.

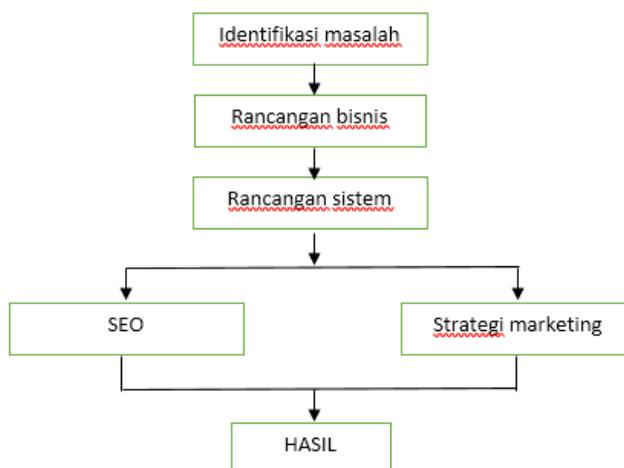
Dalam kegiatan penjualan toko Veloce.thriftshop merasa masih kurang memuaskan, karena kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran khususnya melalui media internet. Dalam proses penjualan yang dilakukan saat ini yaitu dengan membuka toko pada garasi rumah, sehingga calon pembeli harus datang langsung ke Toko untuk melihat-lihat produk, dan jika calon pembeli menyukai produk yang diinginkannya maka akan ada proses transaksi yang dilakukan secara cash di toko, dan menggunakan nota yang digunakan sebagai tanda bukti transaksi. Sistem pencatatan transaksi pada toko Veloce.thriftshop masih menggunakan buku untuk merekap data transaksi penjualan yang dilakukan ditoko ataupun order manual yang dilakukan melalui Whatsapp.

Selain itu toko Veloce.thriftshop ini melakukan penjualan dan pemasaran dengan membuka lapak pada *event-event* tertentu disekitar kota Surabaya seperti CFD, acara motor, acara Thrift. Dan juga melakukan pemasaran dengan menggunakan media sosial Instagram dan Whatsapp *owner*, sehingga hal tersebut masih kurang optimal untuk menaikkan jumlah penjualan dan promosi toko untuk diketahui lebih luas. Dari permasalahan yang ada di toko Veloce.thriftshop memerlukan sistem informasi *online* yang berbasis website untuk memperlancar aktifitas penjualan dan pemasaran. Sehingga penjualan produk mencapai segmen pasar dan pemasaran yang lebih luas. Berdasarkan dari latar belakang, maka penulis tertarik untuk mengkaji “Model E-Commerce untuk Mendukung Penjualan Pakaian Bekas pada Toko Veloce.thriftshop berbasis CMS (*Content Management System*)”

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Pengumpulan Data

Tahapan Penelitian adalah langkah langkah yang digunakan untuk melakukan penelitian ini. Tahap penelitian ini diawali dari tahap perencanaan dengan mengidentifikasi masalah pada toko Veloce.thriftshop dengan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan *observasi*, wawancara dan studi pustaka. Hal ini untuk mencapai tujuan penelitian mendapatkan solusi untuk kebutuhan fungsional apa saja yang diperlukan serta kebutuhan non fungsional sistem. Kemudian tahapan berikutnya dengan Teknik analisis data dengan melakukan perancangan bisnis dengan metode BMC, lalu analisis sistem dengan metode UML menggunakan *Activity Diagram*, *Use Case Diagram*, dan *Class Diagram* [1]. Pengembangan sistem yang diterapkan dengan menggunakan CMS (*Content Management System*) [2]. Lalu menggunakan strategi SEO dan strategi marketing [3]. Hasil penelitian ini adalah dengan dibuatnya *website e-commerce* membuat produk makin dikenal oleh calon pelanggan dan penjualan semakin meningkat dan dengan adanya SEO untuk menempatkan suatu *website* agar tampilan yang muncul berada diurutan pertama mesin pencari dengan memasukan *keyword*. Kemudian tahapan terakhir dengan melakukan pengujian sistem yang sudah dibuat. Tahapan penelitian tersebut, dapat terlihat pada gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Penelitian

2.2 Identifikasi Masalah

Dalam identifikasi masalah diperlukan data untuk dikumpulkan agar bias mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya masalah, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang terdiri dari tiga tahapan meliputi wawancara, observasi dan studi pustaka [4].

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan melakukan tanya jawab dengan Bapak Deddy Setiawan selaku salah satu pemilik Veloce. thriftshop, untuk memperoleh data-data yang terkait dengan kegiatan pengontrolan penjualan dan sistem yang sedang berjalan. Hasil yang diperoleh dari wawancara tersebut adalah keadaan perusahaan secara umum, visi dan misi, tujuan perusahaan, struktur organisasi, produk-produk perusahaan dan juga proses bisnis yang sedang berjalan.

b. Observasi

Metode pengamatan (observasi) ini dilakukan peninjauan dan penelitian langsung di lapangan untuk memperoleh dan mengumpulkan data yang dibutuhkan. Observasi dilakukan pada toko Veloce. thriftshop dengan pengamatan kegiatan yang dilakukan menganalisis proses bisnis yang berjalan. Dalam waktu tersebut peneliti berusaha untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan untuk merancang sistem informasi e-commerce.

c. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan mempelajari teori-teori yang terkait dan hasil penelitian sebelumnya yang dapat mendukung pemecahan masalah penelitian. Studi pustaka dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku-buku, jurnal, serta artikel-artikel yang mendukung dengan topik yang dibahas dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu penulis juga mengumpulkan data dari situs-situs internet yang berhubungan dengan skripsi penulis. Dari data yang telah di kumpulkan lalu di kelolah dengan tools *fishbone* agar dapat mengetahui permasalahan yang ada.

2.3 Rancangan Bisnis

Dalam perancangan bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk menjabarkan pemikiran mengenai bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai yang dimiliki dari sebuah organisasi [5].

2.4 Rancangan Sistem

Untuk rancangan sistem menggunakan *Unified Modeling Language* (UML) Seperti Activity Diagram, Use Case Diagram untuk merancang atau mendesain suatu sistem yang baik yang isinya adalah langkah-langkah operasi dalam proses pengolahan data dan untuk memenuhi kebutuhan para pemakai system serta memberi gambaran yang jelas untuk dapat di pahami [6]. Dalam proses pembuatan *website* Menggunakan *content management system* (CMS) untuk membuat dan mengelola konten sebuah *website*, apalagi CMS sekarang ini sudah *user friendly*, mudah digunakan walaupun untuk sekelas pemula [7].

2.5 Search Engine Optimazition (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) merupakan serangkaian proses untuk meningkatkan halaman *website*, dan sangat membantu untuk meningkatkan produk penjualan *website*. Untuk mendapatkan *index google* ada beberapa Strategi *Search Engine Optimization* (SEO) [8], dengan antara lain riset kata kunci, meta description, yoast seo.

2.6 Strategi Marketing

Teknik Pemasaran (*Marketing*) yang digunakan pada toko Veloce.thriftshop adalah *Marketing Mix 4P*, yaitu: *Product, Price, Place* dan *Promotion* [10].

2.7 Hasil

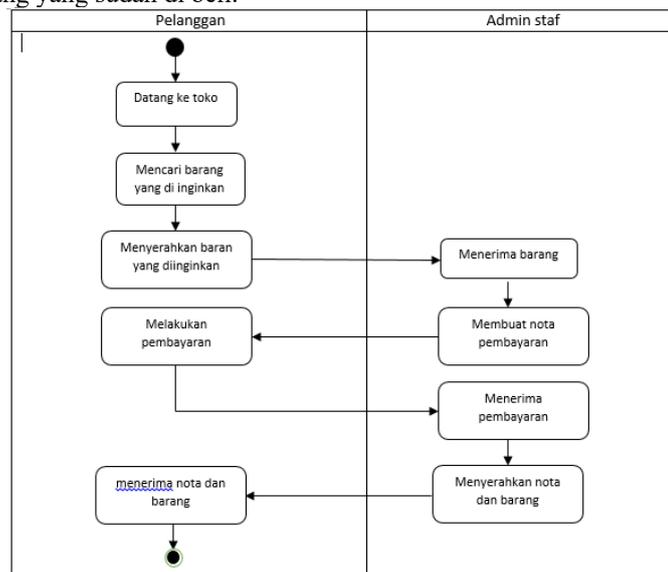
Hasil dari tahapan penelitian adalah sistem informasi online yang berbasis *website* dengan CMS untuk memperlancar aktifitas penjualan dan pemasaran. Sehingga penjualan produk mencapai segmen pasar dan pemasaran yang lebih luas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Proses Bisnis Berjalan

Analisis proses bisnis yang berjalan pada Veloce.thriftshop dijelaskan menggunakan *Activity Diagram* yang dapat dilihat pada Gambar 2, Pada Gambar tersebut proses bisnis yang dimulai dari Pelanggan mendatangi toko Veloce.thriftshop untuk melihat dan mencari barang yang diinginkan. Pelanggan akan membawa produk yang diinginkan ke kasir untuk melakukan transaksi pembayaran. Lalu pemilik atau *staff* akan menerima barang dan

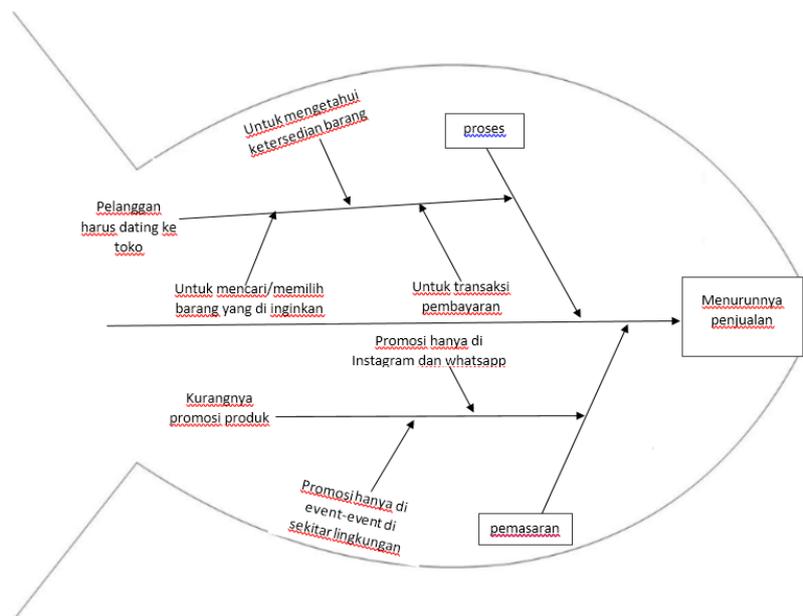
membuat nota pembayaran yang akan di bayar oleh pelanggan. Setelah pelanggan membayar, pemilik atau *staff* menyerahkan nota dan barang yang sudah di beli.



Gambar 2 Activity Diagram Proses Pembelian Produk oleh Pelanggan

3.2 Analisis Permasalahan

Dengan memakai *Fishbone diagram* akan memudahkan dalam mengenali berbagai sebab potensial dari satu dampak atau permasalahan, serta menganalisis permasalahan tersebut lewat tahap *brainstorming*. Oleh sebab itu penulis menggambarkan *Fishbone Diagram* untuk mengenali permasalahan dan untuk memperoleh solusi yang diperlukan.



Gambar 3 Fishbone Diagram

Pada Gambar 3 *fishbone diagram* dibagi menjadi 2 permasalahan yaitu proses dan promosi. Pada proses memiliki masalah dimana pelanggan harus datang ke toko untuk mencari atau memilih barang dan mengecek ketersediaan barang, juga untuk melakukan transaksi pembayaran. sedangkan pada promosi yang masih sangat kurang karena hanya melakukan di *Instagram*, *whatsapp* dan di *event-event* di sekitar lingkungan.

3.3 Business model canvas (BMC)

Dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dapat membantu meningkatkan penjualan pada toko *Veloce.thriftshop*. Berikut ini adalah uraian *Business Model Canvas* (BMC) toko *Veloce.thriftshop* yang dapat di lihat di table 1 dan gambar 4:

Tabel 1 Business Model Canvas

Komponen <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	Deskripsi
1. <i>Value Proporsition</i>	Menjual jaket bekas branded original dan murah <i>Supplier</i> barang
2. <i>Key Partners</i>	<i>Supplier</i> plastic kemasan Bank Kurir
3. <i>Key Activities</i>	Proses Penjualan Proses pemasaran melalui <i>social media</i> Pengecekan kualitas barang Proses pengemasan barang Proses Pengiriman
4. <i>Customer Relationship</i>	Memberikan diskon/promosi Memberikan stiker setiap pembelian produk
5. <i>Customes Segments</i>	Masyarakat umum remaja, dewasa umur 15+ Karyawan admin penjualan
6. <i>Key Resource</i>	Kamera Laptop/komputer Toko
7. Channels	Instagram, WhatsApp Email Website Biaya pulsa/paket data, Biaya domain dan hosting, Biaya pembelian produk, Biaya listrik
8. Cost Structure	Biaya packaging / kemasan, Biaya iklan Biaya ekspedisi pengiriman. Biaya staff
9. Revenue Streams	Hasil Pendapatan penjualan

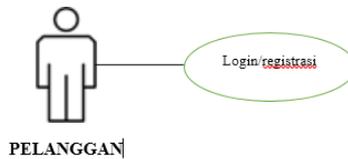
Gambar 4 adalah gambar dari *Business Model Canvas* (BMC) pada toko *Veloce.thriftshop*:

<i>Business model canvas</i>		<i>Veloce.thriftshop</i>		
<i>Key partner</i>	<i>Key activities</i>	<i>Value proposition</i>	<i>Customer relationship</i>	<i>Customer segmen</i>
- <i>Supplier barang</i> - <i>Supplier plastic kemasan</i> - <i>Bank</i> - <i>Kurir</i>	- <i>Proses penjualan melalui media social</i> - <i>Pengecekan kualitas barang</i> - <i>Proses pengemasan barang</i> - <i>Proses pengiriman</i>	- <i>Menjual jaket bekas branded original dan murah</i>	- <i>Memberikan diskon</i> - <i>Promosi</i> - <i>Stiker setiap pembelian produk</i>	- <i>Masyarakat umum, remaja, dewasa umur 15+</i>
	Key resource - <i>Karyawan admin penjualan</i> - <i>Kamera</i> - <i>Laptop/computer</i> - <i>toko</i>		channels - <i>Instagram</i> - <i>Whatsapp</i> - <i>Email</i> - <i>website</i>	
	Cost structure - <i>biaya pulsa/paket data</i> - <i>biaya domain dan hosting</i> - <i>biaya pembelian produk</i> - <i>biaya listrik</i> - <i>biaya pengemasan barang</i> - <i>biaya staff</i> - <i>biaya ekspedisi</i>		Revenue steams - <i>hasil pendapatan penjualan</i>	

Gambar 4 Business Model Canvas (BMC)

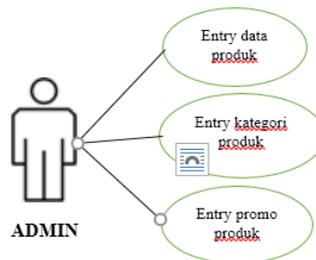
3.4 Use Case Diagram

Analisis proses bisnis ini menjelaskan proses bisnis yang berjalan yang digambarkan dengan Use Case diagram pada gambar 5, aktor user memiliki fungsi untuk login atau registrasi sebagai berikut:



Gambar 5 Use Case Diagram Pelanggan

Pada Gambar 6 Aktor admin dapat melakukan fungsi entry data produk, entry kategori produk dan entry promo produk.



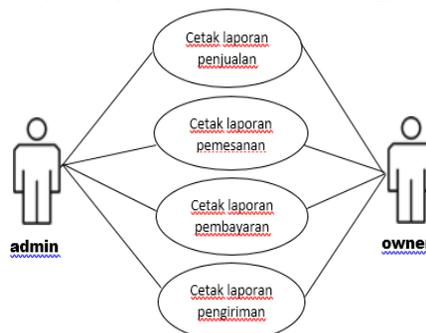
Gambar 6 Use Case Diagram Admin

Pada Gambar 7 Aktor pelanggan memiliki fungsi login, pilih produk, tambah ke keranjang, lanjut ke checkout, buat pesanan, konfirmasi pembayaran, dan buat ulasan produk. Dan untuk aktor admin memiliki fungsi login, verifikasi pesanan, update status pesanan, cetak alamat pengiriman, input resi pengiriman, dan verifikasi ulasan produk.



Gambar 7 Use Case Diagram Transaksi

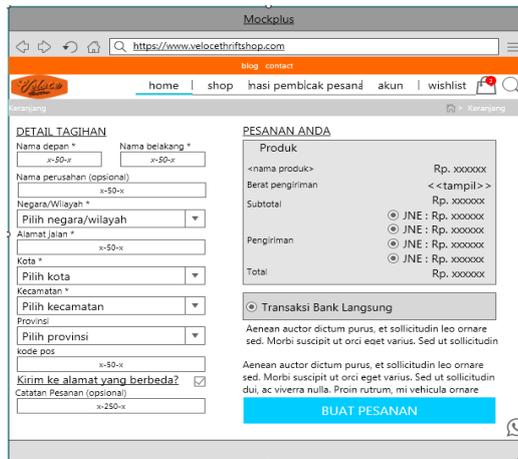
Pada Gambar 8 menggambarkan Aktor admin dan owner memiliki fungsi untuk mencetak laporan penjualan, cetak laporan pemesanan, cetak laporan pembayaran, cetak laporan pengiriman.



Gambar 8 Use Case Diagram Laporan

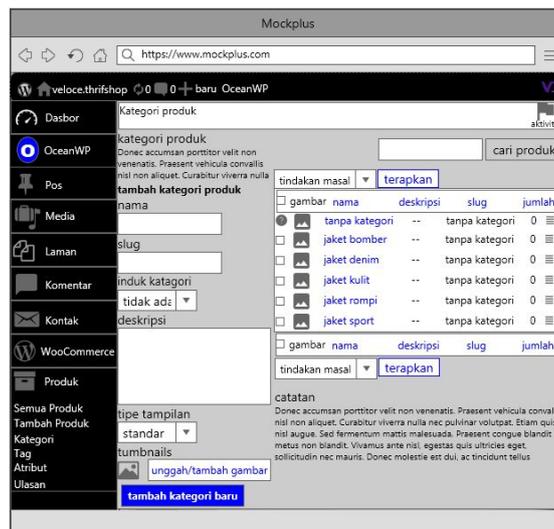
3.5 Tampilan Layar

Hasil rancangan dari penelitian ini ialah sebuah website yang berbasis *Content Management System* (CMS) rancangan layar dapat dilihat pada Gambar 9 dan Gambar 10.



Gambar 9 Tampilan Layar Buat Pesanan

Pada Gambar 9 menjelaskan tampilan halaman layar untuk pelanggan melakukan buat pesanan yang dimana pelanggan akan melakukan transaksi barang yang ingin dibeli oleh pelanggan.



Gambar 10 Tampilan Layar Kategori Produk

Pada Gambar 10 merupakan rancangan layar untuk admin menambah atau menghapus kategori produk pada toko *Veloce.thriftshop*.

3.6 Content Management System (CMS)

Content management system (CMS) merupakan software yang mampu melakukan publikasi untuk membuat dan mengelola konten sebuah *website*. Berikut adalah langkah-langkah penerapan CMS (*Content Management System*):

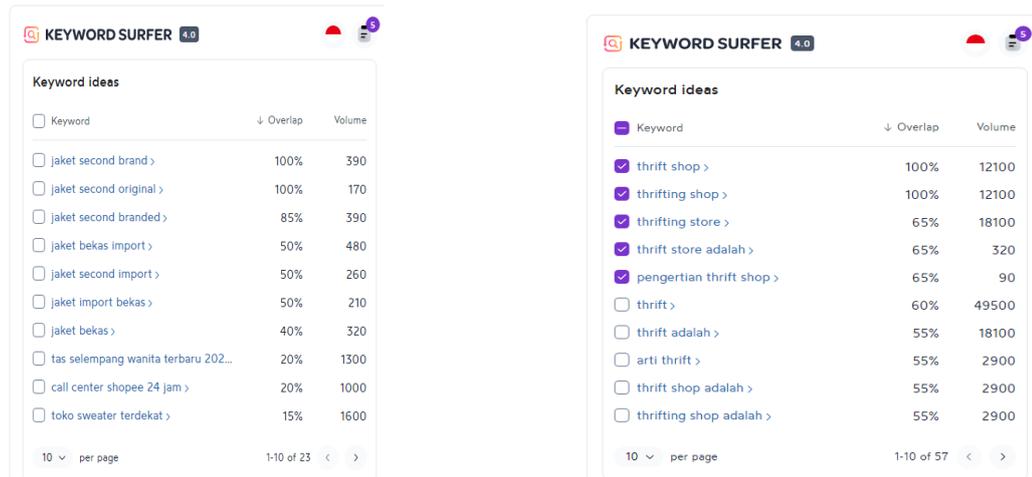
- Install CMS (Content Management System) Wordpress
- Aktivasi *Plugin WooCommerce*
- Membuat Halaman Toko
- Menentukan Alamat Domain Dan Web Hosting

3.7 Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) merupakan serangkaian proses untuk meningkatkan halaman *website*, dan sangat membantu untuk meningkatkan produk penjualan *website*. Untuk mendapatkan *index google* ada beberapa Strategi *Search Engine Optimization* (SEO) yang dilakukan oleh penulis, antara lain:

a. Riset Kata Kunci

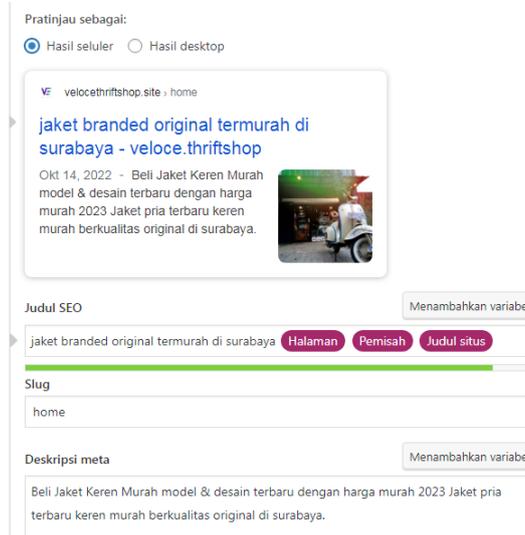
Memilih kata kunci harus disesuaikan dengan produk yang akan dijual dan mencari tahu kebiasaan orang mengetikkan kata kunci di *search engine google*. Penulis menggunakan bantuan *extension browser Keyword Surfer* untuk membantu mencari kata kunci yang sering dicari oleh orang, seperti pada Gambar 11.



Gambar 11 Hasil riset kata kunci *keyword surfer*

b. Meta Description

Meta description digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai isi dari halaman *website*, seperti pada gambar 12.



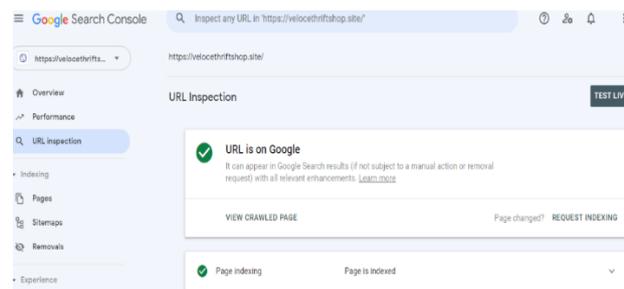
Gambar 12 Konfigurasi *Meta Description*

c. Yoast SEO

Berikut ini adalah cara penulis melakukan tahapan Search Engine Optimization (SEO) dengan menggunakan bantuan plugin Yoast SEO. Dengan cara install Plugin Yoast SEO, verifikasi kode pada *google search console*, *submit web* ke *google search console*, dan seting XML *sitemaps*, seperti yang terdapat pada Gambar 13 dan Gambar 14.



Gambar 13 Yoast SEO



Gambar 14 Rrequest indexing

3.8 Pemasaran (*marketing*)

Strategi pemasaran *Mix Marketing* 4P digunakan oleh penulis, dengan menerapkan poin *Product*, *Price* dan *Promotion*. Strategi *Mix Marketing* digunakan karena dapat secara tidak langsung mempengaruhi keputusan pembelian melalui kepercayaan pelanggan

4. KESIMPULAN

Dari analisis terhadap sistem berjalan yang telah dilakukan dan bagaimana cara penyelesaian atau solusi dari permasalahan yang terdapat pada sistem berjalan, penulis dapat menyimpulkan bahwa, dengan di implementasikannya *website E-Commerce* dan juga penerapan *mix marketing* 4P serta SEO dapat menunjang penjualan dan meningkatkan *brand awareness* yang ada terhadap toko *Veloce.thriftshop* yang dapat membuat toko *Veloce.thriftshop* menjadi dikenal lebih luas oleh masyarakat umum. Karena siapa pun dapat mengunjungi toko kapan saja dan di mana saja, yang akan membantu meningkatkan penjualan produk dan menarik pelanggan baru., sehingga membuat penjualan diharapkan menjadi lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 17(1), 136–143. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>
- [2] Cahyo, W. D., & Triyono, G. (2019). Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) untuk Penjualan Pakaian pada Toko Chipindwear. *Idealis*, 2(5), 435–441. <https://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/2642>
- [3] Ismai. (2020). Perancangan Sistem Aplikasi Pemesanan Makanan dan Minuman Pada Cafeteria NO Caffe di TAnjung Balai Karimun Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan MySQL. *Jurnal Tikar*, 1(2), 192–206. https://ejournal.universitaskarimun.ac.id/index.php/teknik_informatika/article/download/153/121
- [4] Masruri, N. H., & Nihayati, D. A. (2022). Optimasi SEO On-Page pada Long-Tail Keyword untuk meningkatkan Visibilitas Website di dalam SERP. *JRST (Jurnal Riset Sains Dan Teknologi)*, 6(2), 141. <https://doi.org/10.30595/jrst.v6i2.13071>
- [5] Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7P Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127. <https://doi.org/10.25157/jmt.v8i2.2669>
- [6] Paramita, A., Aspiranti, T., & Dwi, H. (2022). *Analisis Business Model Canvas Produk Custom (Studi Pada Atehouse Wedding Hampers Kota Bandung)*. 20(4).
- [7] Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- [8] Sonata, F.-. (2019). Pemanfaatan UML (Unified Modeling Language) Dalam Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Jenis Customer-To-Customer. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i1.1832>
- [9] Widiyasono, N. (2021). Implementasi Yoast Seo Dan Optimasi Keyword Untuk Meningkatkan Rank Pada Google Search Engine Result Page (Serp). *Jurnal Siliwangi*, 7(2), 2021.
- [10] Zein, A., Eriana, E. S., Farizy, S., & Persada, G. N. (2021). Pembuatan Website CMS (Content Management System) Pada SMK Muhammadiyah Parung Bogor. *Jurnal Ilmu Komputer*, 4(1), 70–75.