

## IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS* PADA TOKO PAKAIAN *OCEAN KIDS STORE*

Akmal Tri Madjid<sup>1</sup>, Bima Cahya Putra<sup>2\*</sup>, Samsinar<sup>3</sup>, Anita Diana<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, DKI Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>akmaltrimadjid11@gmail.com, <sup>2\*</sup>bimo.cahyoputro@budiluhur.ac.id, <sup>3</sup>samsinar@budiluhur.ac.id,  
<sup>4</sup>anita.diana@budiluhur.ac.id  
(\* : corresponding author)

**Abstrak-** Toko *Ocean Kids Store* merupakan sebuah toko pakaian yang bergerak dibidang pakaian anak anak seperti baju dan celana. Toko *ocean kids store* ini hanya mempunyai satu toko *offline* dalam menjalankan bisnisnya dan tidak mempunyai media untuk mempromosikan hasil produksinya yang memanfaatkan internet. Selain itu media pemasaran yang hanya dari mulut ke mulut membuat jangkauan pemasaran menjadi terbatas, kemudian dengan berada dilingkungan yang bergerak dibidang yang sama membuat toko *ocean kids store* ini memiliki saingan yang sangat ketat. Melihat masalah yang ada pada toko *ocean kids store* penulis mempunyai tujuan dalam melakukan penelitian ini agar bisa membantu pemilik toko dalam menjalankan bisnisnya agar lebih berkembang dengan memanfaatkan internet sebagai media pemasaran sekaligus meningkatkan jumlah pelanggan pada toko *ocean kids store*. Oleh karena ini penulis membuat sebuah website *e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS) Wordpress*. Dengan demikian website ini membantu pemilik toko *ocean kids store* dalam mengembangkan bisnisnya menggunakan sarana media internet dan mengatasi permasalahan yang ada pada toko *ocean kids store*.

Kata Kunci: *E-Commerce, Content Management System, Pakaian Anak*

## IMPLEMENTATION OF *E-COMMERCE* BASED ON *WORDPRESS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) AT OCEAN KIDS STORE CLOTHING STORE*

**Abstract-** *Ocean Kids Store* is a clothing store engaged in children's clothing such as clothes and pants. This *ocean kids store* only has one *offline* store in running its business and does not have the media to promote its products that utilize the internet. In addition, media that is only word of mouth makes marketing reach limited, then by being in an environment engaged in the same field, this *ocean kids store* has a very tight rival. Seeing the problems that exist in the *ocean kids store* the author has a goal in conducting this research in order to help store owners in running their business to be more developed by utilizing the internet as a marketing medium while increasing the number of customers in the *ocean kids store* store. Therefore, the author created an *e-commerce* website based on the *WordPress Content Management System (CMS)*. Thus this website help *ocean kids store* owners in developing their business using internet media and overcome problems that exist in *ocean kids store* stores.

**Keywords:** *E-Commerce, Content Management System, Children's Clothing*

### 1. PENDAHULUAN

Pada perkembangan zaman saat ini yang sangat cepat dalam perkembangan teknologi di dunia terkhusus nya di Indonesia menjadikan orang-orang saat ini hampir semua menggunakan internet dalam melakukan aktivitasnya. Hampir semua aktifitas dilakukan melalui internet seperti sektor pendidikan, perkantoran, bahkan transaksi jual beli di lakukan secara online melalui berbagai macam *marketplace* atau *e-commerce* yang tersedia di internet. Oleh karena itu *e-commerce* pada saat ini penting untuk melakukan transaksi jual beli agar bisa mempromosikan lebih luas produksi yang dihasilkan. *E-commerce* merupakan sebuah layanan transaksi *digital* yang mana penggunaanya dapat melakukan aktifitas transaksi jual beli dari jarak jauh hanya dengan membutuhkan media pendukung yaitu internet.

Toko *ocean kids store* merupakan sebuah toko yang bergerak dibidang pakaian anak-anak seperti baju dan celana. Toko *ocean kids store* hanya mempunyai toko *offline* dan tidak mempunyai media untuk mempromosikan hasil produksinya yang memanfaatkan internet. Dengan hanya memanfaatkan toko *offline* sebagai teknik pemasarannya serta melalui mulut ke mulut membuat jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan masih belum memberikan dampak yang signifikan bagi toko *ocean kids store*. Selain itu kendala yang dihadapi toko *ocean kids store* yaitu banyak memiliki saingan yang bergerak dibidang yang sama disekitar toko tersebut, itu menjadikan persaingan yang sangat ketat dalam menjalankan bisnis yang di produksi toko *ocean kids store*. Oleh karena itu

toko *ocean kids store* harus mempunyai strategi lain untuk memasarkan hasil produksinya agar bisa menjangkau target pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan internet berbasis website *e-commerce*.

Dengan permasalahan yang terjadi di atas maka penelitian ini melakukan pembuatan website *e-commerce* terhadap toko *ocean kids store*, dengan harapan dapat membantu toko *ocean kids store* dalam melakukan pemasaran dan meningkatkan pelanggan yang berbelanja di toko *ocean kids store*. Maka dari itu penulis memberikan judul dalam penulisan ini “Implementasi *E-commerce* Berbasis *Content Management System* (CMS) *Wordpress* Pada Toko Pakaian *Ocean Kids Store*”. Dalam melakukan penelitian ini penulis mempunyai tujuan membantu memasarkan produk toko *Ocean Kids* untuk memperluas target pasar dengan tujuan meningkatkan penjualan dan pendapatan, membuat website toko *Ocean Kids* sebagai media alternatif untuk memasarkan produk selain memanfaatkan toko *offline*, dan memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian tanpa harus datang ke toko *offline*.

Dalam melakukan penelitian ini penulis melakukan *studi literature* sebagai bahan referensi. Pada Penelitian ini membahas mengenai sebuah toko menjual sendal, sepatu dan penjualan lainnya. Masalah yang terjadi saat ini pada toko ini yaitu belum memiliki media khusus untuk menjual, mempromosikan produknya, dan pembeli masih harus datang langsung ke toko untuk membeli. Dari permasalahan tersebut maka dibuatkanlah suatu media pemasaran dalam bentuk website [1]. Selanjutnya penelitian ini menjelaskan tentang transaksi yang dilakukan secara *offline* sehingga menjadikan permasalahan pendapatan dan pelayanan pada toko, maka dari itu dilakukan implementasi *e-commerce* berbasis *wordpress* untuk meningkatkan pendapatan dan pelayanan [2]. Selanjutnya pada penelitian menerapkan implementasi *e-commerce* berbasis website untuk meningkatkan hasil penjualan pada toko [3]. Pada penelitian menerapkan website *e-commerce* untuk mempermudah dalam mengelola laporan hasil penjualan dan dapat meningkatkan hasil penjualan toko [4]. Terakhir penelitian ini meng-implementasikan *e-commerce* menggunakan BMC untuk memperluas target pasar serta mengembangkan media pemasaran untuk meningkatkan pendapatan [5].

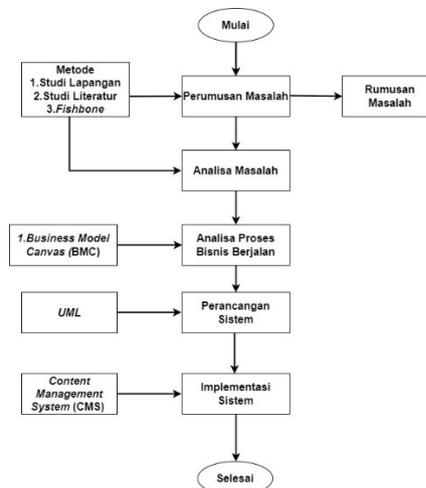
## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Pada tahapan penelitian ini merupakan langkah-langkah yang dijelaskan secara sistematis dalam melakukan penelitian yang dimulai dari awal penelitian hingga akhir penelitian ini yang diberikan dalam bentuk diagram alir. Adapun tahapan yang pertama dilakukan melakukan perumusan masalah yang mana nantinya akan mendapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini, kemudian menganalisa permasalahan, setelah itu menganalisa proses bisnis yang sedang berjalan, lalu melakukan perancangan sistem, dan yang terakhir yaitu implementasi sistem. Berikut merupakan tahapan penelitian yang penulisan berikan dalam bentuk gambar yang bisa dilihat pada bagian Gambar 1.

### 2.2 Metode Pengumpulan Data

*Studi Literature*: Mempelajari dari hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini sebagai bahan referensi dalam penelitian ini. *Wawancara*: Metode wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dari pemilik toko dengan cara tanya jawab seputar permasalahan yang dihadapi pemilik toko. *Observasi*: Metode ini dilakukan dengan cara mengamati langsung proses bisnis yang berjalan pada toko untuk memahami proses bisnis.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

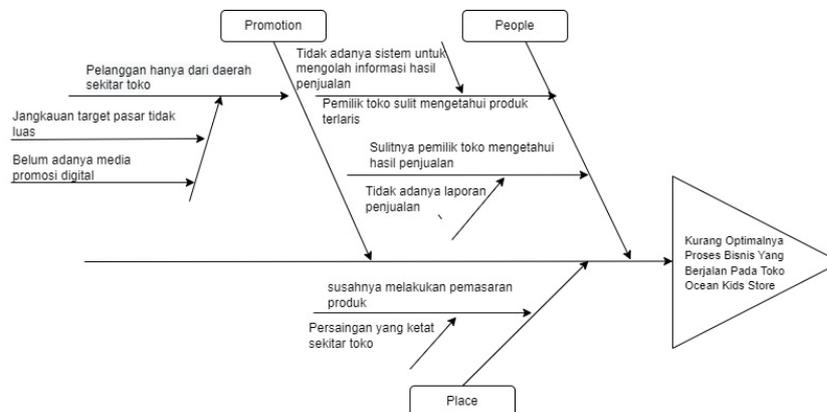
Berikut merupakan penjelasan mengenai dari Langkah-langkah penelitian pada gambar 1:

- a. Perumusan Masalah  
Pada perumusan masalah yang ada di toko pakaian *ocean kids* merupakan hasil dari kegiatan *studi literature* dan *studi lapangan* yang dilakukan dengan cara wawancara dan observasi langsung kepada pemilik toko pakaian *ocean kids*. Dari kegiatan tersebut dapat diambil beberapa rumusan masalah dalam penulisan penelitian ini.
- b. Analisa Masalah  
Pada tahapan Analisa masalah ini dilakukan dari kegiatan *studi literature*, *studi lapangan* dan *fishbone* diagram untuk mengetahui permasalahan yang ada pada toko pakaian *ocean kids*.
- c. Analisa Proses Bisnis Berjalan  
Pada tahapan ini berdasarkan proses bisnis yang terjadi di toko pakaian *ocean kids* akan digambarkan menggunakan *Business Model Canvas* serta menganalisa proses bisnis dengan *activity* diagram.
- d. Perancangan Sistem  
Tahapan perancangan sistem ini dibuat berdasarkan hasil dari Analisa masalah dan Analisa proses bisnis yang berjalan untuk dijadikan suatu sistem usulan pada toko pakaian *ocean kids* menggunakan *Unified Modelling Language (UML)* yang terdiri dari *activity* diagram dan *use case* diagram.
- e. Implementasi Sistem  
Pada tahapan terakhir ini pengembangan sistem menggunakan *Content Management System (CMS)* maka setelah sistem yang telah dibuat bisa di implementasikan kepada user atau pemilik toko pakaian *ocean kids*.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisa Masalah

Penelitian menjelaskan *fishbone* diagram adalah salah satu *tools* populer yang menggambarkan identifikasi dari penyebab suatu masalah pada suatu proses dari sisi *man*, *machine*, *method*, *material*, *measurement* dan *environment/equipment* [6]. Terdapat pada Gambar 2 yang merupakan *fishbone* diagram toko *ocean kids store*.



Gambar 2. Fishbone Diagram

Diagram tersebut menjelaskan tentang sebab dari permasalahan yang sudah di analisis dari toko *ocean kids*, terdapat 3 kategori dari permasalahan tersebut antara lain, sebagai berikut:

- a. *Place* (Tempat) : Pada kategori *place* ini adanya sebab dari susahnya melakukan pemasaran produk ke pelanggan karena persaingan yang ketat disekitar toko.
- b. *People* (Orang) : Pada kategori *people* ini adanya sebab dari pemilik toko sulit untuk mengetahui hasil penjualan dan sulit mengetahui produk terlaris karena tidak adanya laporan penjualan dan tidak adanya sistem untuk mengolah informasi penjualan.
- c. *Promotion* (Promosi): Pada kategori *promotion* ini adanya sebab dari pelanggan yang hanya berasal dari sekitar toko dikarenakan oleh jangkauan target pemasaran yang tidak luas dan belum adanya media promosi digital yang mampu untuk memasarkan produk yang dijual toko *ocean kids*.

### 3.2 Business Model Canvas (BMC)

*Business Model Canvas* adalah suatu alat yang mendeskripsikan atau representative dari visual dimana proses bisnis dapat disampaikan secara menyeluruh. BMC membantu bisnis secara garis besar bisa dipahami tanpa harus membuat rencana bisnis dalam laporan [7]. terdapat pada Gambar 3 sebagai berikut:

Business Model Canvas Toko Ocean Kids		Designed for: Toko Ocean Kids	Designed by: Akmal Tri Madjid	Date: 01-12-2022	Version:
<b>Key Partners</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Supplier Pakaian</li> <li>• Supplier Bahan pakaian</li> <li>• Pihak ekspedisi pengiriman barang</li> <li>• Penyedia layanan Hosting dan Domain</li> <li>• Konveksi</li> </ul>	<b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan pemasaran barang <i>online</i> dan <i>offline</i></li> <li>• Membeli pakaian dari <i>supplier</i></li> <li>• Membeli bahan pakaian dari <i>supplier</i> bahan</li> <li>• Mengantar bahan ke konveksi</li> <li>• Pengemasan pesanan</li> <li>• Pengiriman pesanan</li> </ul>	<b>Value Propositions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk yang terbaik</li> <li>• Banyaknya berbagai pilihan model terbaru</li> <li>• Menjual merk sendiri</li> <li>• Model pakaian yang di desain sendiri</li> </ul>	<b>Customer Relationships</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan yang ramah dan cepat kepada pelanggan baik <i>online</i> dan <i>offline</i></li> <li>• Adanya potongan harga bagi pelanggan tetap</li> <li>• Adanya <i>voucher</i> pada <i>website</i></li> </ul>	<b>Customer Segments</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk Anak Laki-laki dan perempuan berusia 3 – 12 tahun</li> <li>• Orang tua yang berbelanja ke pasar</li> <li>• Orang yang suka bermain <i>social media</i> terutama di <i>market place</i></li> </ul>	
	<b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko fisik</li> <li>• Laptop</li> <li>• <i>Smartphone</i></li> <li>• Karyawan</li> </ul>		<b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko fisik</li> <li>• <i>Website</i> toko <i>ocean kids</i></li> <li>• <i>Social media</i></li> </ul>		
<b>Cost Structure</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gaji karyawan</li> <li>• Biaya produksi</li> <li>• Biaya listrik</li> <li>• Biaya <i>service</i> toko</li> <li>• Biaya hosting dan domain</li> <li>• Biaya internet</li> </ul>		<b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan seluruh produk secara <i>offline</i> dan <i>online</i></li> </ul>			

Gambar 3. Business Model Canvas

Pada gambar 3, terdapat gambar *Business Model Canvas* yang terdiri 9 elemen, semua elemen akan dijelaskan pada penjelasan dibawah sebagai berikut:

a. *Customer Segments*

*Customer Segment* memberikan sebuah gambaran pada bisnis toko *ocean kids* untuk menentukan sebuah target pelanggan. Pada toko *ocean kids* ini mempunyai target pelanggan yaitu pakaian untuk anak laki – laki dan perempuan berusia 3 – 12 tahun, orang tua yang berbelanja di pasar, orang yang suka bermain *social media* terutama di *marketplace*.

b. *Customer Relationship*

*Customer Relationship* membahas dimana pada bisnis toko *ocean kids* menjalin hubungan kepada pelanggan agar pelanggan tetap setia berbelanja pada toko *ocean kids*. Toko *ocean kids* memberikan pelayanan yang ramah dan cepat baik secara *online* maupun *offline* kepada pelanggan, kemudian memberikan potongan harga bagi pelanggan tetap toko *ocean kids*, dan adanya *voucher* toko pada *website*.

c. *Channels*

*Channels* dimana ini merupakan satu element penting bagi toko *ocean kids* untuk keberhasilannya memasarkan produk yang dijual agar target pasar yang diinginkan tercapai. Toko *ocean kids* menggunakan media pemasaran dengan *website* toko, *social media* seperti Instagram dan *Whatsapp*, dan toko fisik yang ada di Kawasan cipulir.

d. *Value Proposition*

*Value Proposition* merupakan elemen penjelasan dari keunggulan produk dan nilai jual dari toko *ocean kids* kepada pelanggan toko. Keunggulan atau nilai jual dari toko ini yaitu kualitas produk yang dijual yaitu kualitas terbaik, kemudian banyaknya berbagai pilihan model terbaru dari produk pakaian, selain itu toko *ocean kids* mempunyai merk sendiri, dan yang terakhir model pakaian yang di desain sendiri.

e. *Key Activities*

*Key Activities* merupakan dari bagian aktivitas yang dijalankan oleh toko *ocean kids* dalam melakukan kegiatan bisnis. Toko *ocean kids* mempunyai beberapa aktivitas yang dijalankan dalam berbisnis yaitu melakukan pemasaran barang secara *online* dan *offline*, membeli pakaian dari *supplier*, membeli bahan pakaian dari *supplier* bahan pakaian, mengantar bahan ke konveksi, melakukan pengemasan pesanan, dan pengiriman pesanan.

f. *Key Resources*

*Key Resources* merupakan sumber daya yang dimiliki oleh toko *ocean kids* agar bisnis yang dijalankan berjalan sesuai dengan napa yang sudah direncanakan pada *Business Model Canvas*. Sumber daya yang dimiliki toko *ocean kids* yaitu toko fisik, Laptop, *Smartphone*, dan Karyawan.

g. *Key Partners*

*Key Partners* merupakan pihak – pihak yang melakukan kerja sama dengan toko *ocean kids* agar meningkatkan kemajuan toko *ocean kids*. Adapun pihak – pihak yang berkerjasama dengan toko *ocean kids* yaitu *supplier* pakaian, *supplier* bahan pakaian, pihak ekspedisi pengiriman barang, penyedia layanan hosting dan domain, dan pihak konveksi.

h. *Cost Structure*

*Cost Structure* merupakan pengeluaran yang ada pada toko *ocean kids* untuk menjalankan bisnisnya, Adapun pengeluarannya yaitu Gaji karyawan, biaya produksi, biaya listrik, biaya *service* toko, biaya hosting dan domain, dan biaya internet.

i. *Revenue Streams*

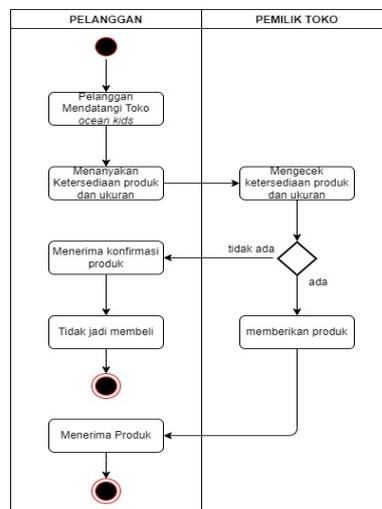
*Revenue Streams* merupakan sumber pendapatan toko *ocean kids* dalam menjalankan bisnis nya, sumber pendapatan toko *ocean kids* ini dari penjualan seluruh produk secara *offline* dan *online*.

### 3.3 Analisa Proses Berjalan

Pada analisa proses berjalan penulis melakukannya dengan memberikan gambar dalam bentuk diagram alur bisnis menggunakan *tools activity diagram*.

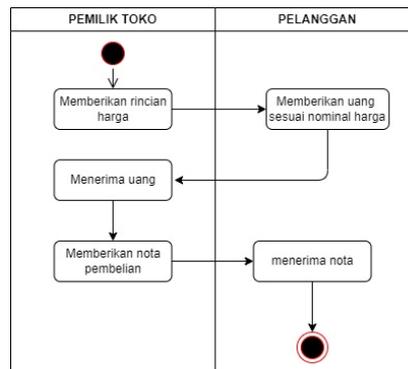
a. **Proses Penjualan Barang.**

Pada Gambar 4, Proses pertama dalam penjualan barang pada toko *ocean kids* adalah pelanggan mendatangi langsung toko *ocean kids*, dimana pelanggan yang hanya ingin melihat produk atau membeli produk yang diinginkan oleh pelanggan, kemudian jika pelanggan ingin membeli produk maka pelanggan bisa langsung menanyakan stok, ukuran, dan harga dari produk tersebut kepada pemilik toko, setelah melakukan pengecekan produk oleh pemilik toko maka pemilik toko langsung menginfokan kepada pelanggan, jika stok dan ukuran sesuai yang diinginkan oleh pelanggan dan pemilik memberikan produk, selanjutnya pelanggan menerima dan langsung membeli produk tersebut setelah mengetahui harga produk, jika stok tidak ada maka pelanggan tidak jadi membeli maka proses berakhir.



Gambar 4. Proses Penjualan Barang

b. **Proses Pembayaran**



Gambar 5. Proses Pembayaran

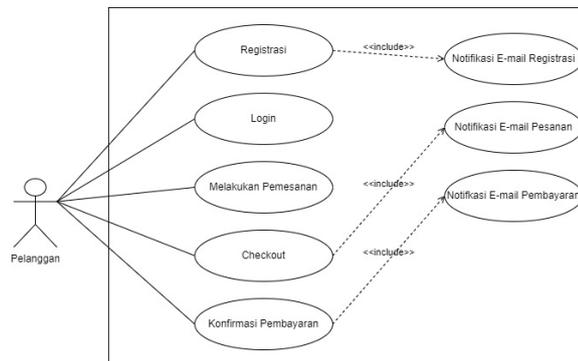
Pada Gambar 5, Proses selanjutnya yaitu pembayaran, dimana setelah mengetahui rincian harga dari pemilik toko maka pelanggan langsung memberikan uang sesuai nominal harga yang sudah diberikan oleh pemilik toko, kemudian pemilik toko menerima uang, dan pemilik toko akan memberikan nota pembelian pada pelanggan

### 3.4 Use Case Diagram

Use case diagram merupakan pemodelan untuk kelakuan (*behavior*) sistem informasi yang akan dibuat, *use case* diagram digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada didalam sistem dan yang berhak menggunakan fungsi-fungsi tersebut [8].

#### a. Use Case Pelanggan.

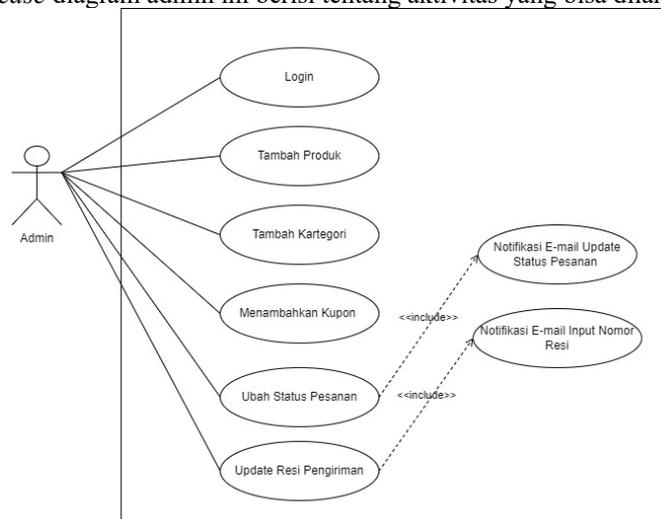
Pada Gambar 6 *use case* diagram pelanggan ini berisi tentang aktivitas yang bisa dilakukan oleh pelanggan.



Gambar 6. Use Case Pelanggan

#### b. Use Case Admin.

Pada Gambar 7 *use case* diagram admin ini berisi tentang aktivitas yang bisa dilakukan oleh admin.



Gambar 7. Use Case Admin

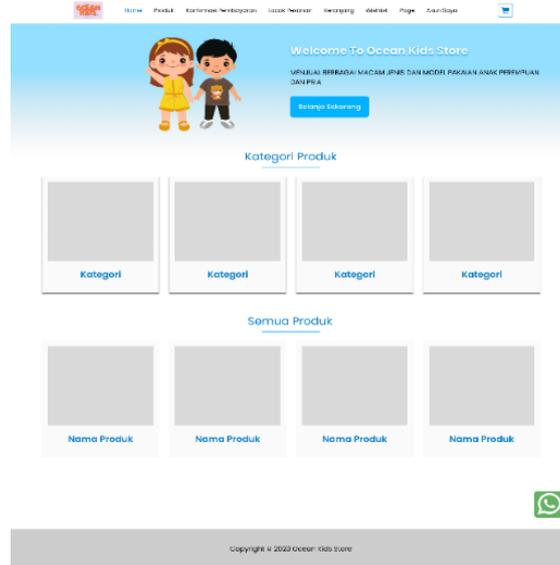
### 3.5 User Interface & User Experience

*User Interface* (UI) adalah input dan output yang langsung melibatkan sistem pengguna akhir. Antar muka pengguna dapat digunakan langsung oleh pengguna *internal* atau *eksternal* sistem sedangkan *User Experience* (UX) adalah menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, *system*, dan jasa [9]. *User Interface* atau *User Experience* (UI/UX) pada toko *ocean kids store* akan dibagi menjadi dua bagian yaitu *Design Front End* dan *Back End*.

#### a. UI/UX Design Front-End

##### 1. Halaman Beranda

Pada Gambar 8 halaman beranda ini merupakan tampilan awal *website* toko *ocean kids store* ketika pelanggan mengakses *website* toko, halaman beranda ini berisikan halaman tajuk selamat datang, kategori produk, semua produk, produk *discount*, *review* pelanggan, cara pemesanan, dan blog toko.

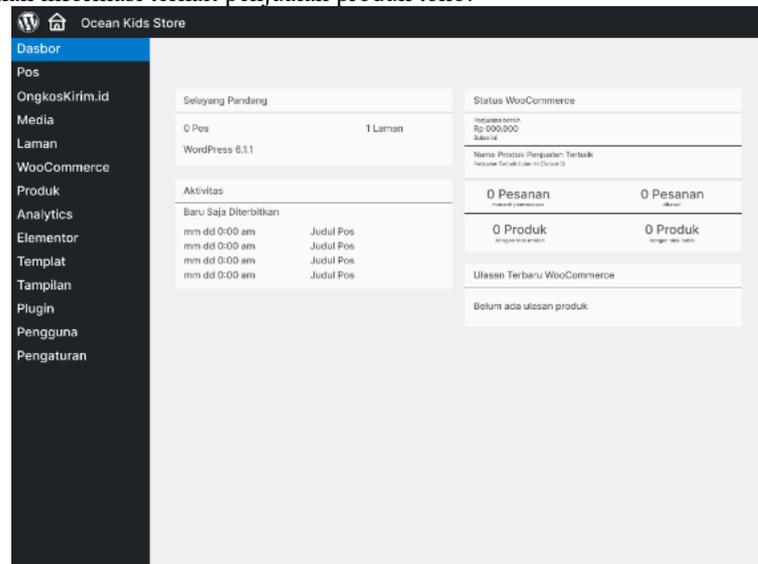


Gambar 8. UI/UX Halaman Beranda

#### b. UI/UX Design Back-End

##### 1. Halaman Dasbor

Pada Gambar 9 halaman ini merupakan tampilan *dashboard* ketika admin berhasil *login* dan disini berisikan informasi terkait penjualan produk toko.

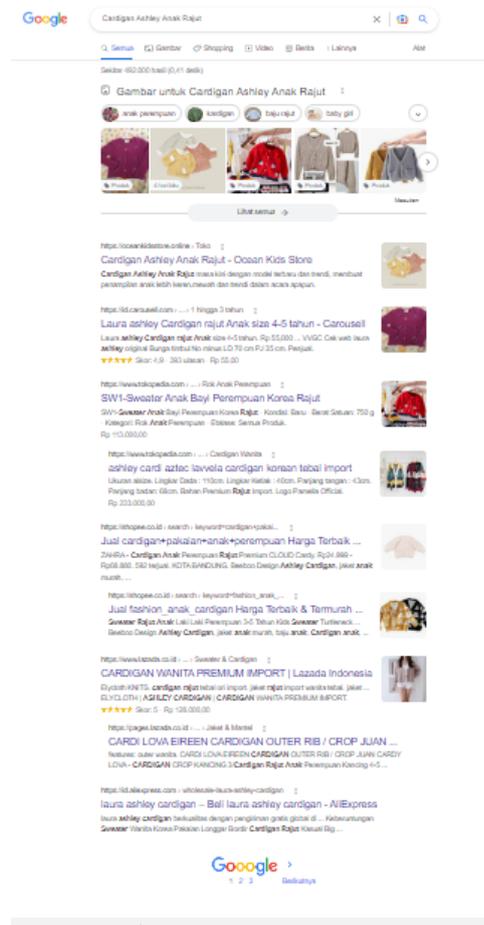


Gambar 9. UI/UX Dasbor

### 3.6 Strategi SEO

SEO adalah Teknik pencarian yang menggunakan kata kunci atau frase yang mengandung indikator yang terkandung dalam halaman-halaman web, informasi tersebut yang akan di indeks oleh mesin pencari. Adapun tujuan dari SEO adalah agar web atau blog selalu berada di halaman terdepan dan teratas dari suatu *Search Engine*, sehingga selalu berada di posisi teratas, maka besar kemungkinan web atau blog sering dikunjungi [10].

Setelah melakukan tahapan strategi SEO yang telah penulis lakukan mulai dari riset *keyword*, deskripsi produk, deskripsi meta, tag produk, dan menentukan gambat produk, maka mendapatkan hasil pada pencarian mesin pencari google pada halaman pertama. Terdapat pada Gambar 10.



Gambar 10. Hasil SEO Pada Mesin Pencari Google

## 4. KESIMPULAN

Setelah melakukan analisa dan mempelajari masalah yang berjalan pada toko *ocean kids store* maka dapat ditarik kesimpulan website toko *ocean kids store* memberikan kebutuhan laporan - laporan yang di perlukan oleh pemilik toko untuk mengetahui hasil dari penjualan pada toko *ocean kids store*, kemudian sebelum adanya website pada toko *ocean kids store*, jangkauan pelanggan hanya berasal dari sekitar toko saja kemudian dengan adanya website ini jangkauan pelanggan pada toko *ocean kids store* lebih luas dan bisa meningkatkan jumlah pendapatan pada toko, lalu dengan adanya website *e-commerce* pada toko *ocean kids store* yang telah dibangun menggunakan *Content Management System* (CMS) maka dapat membantu pemilik toko dalam menjalankan bisnis agar lebih optimal dengan menggunakan cara memberikan kode kupon potongan harga dan *discount* kepada pelanggan dan dengan adanya website toko *ocean kids store* pelanggan tidak perlu lagi datang ke toko untuk melakukan pembelian produk pada toko *ocean kids store*.

Adapun saran yang untuk penelitian ini Pemilik toko dapat melakukan *maintenance* website setiap bulannya agar website terus berkembang, memberikan sosialisasi kepada pemilik toko dalam menjalankan website ini agar bisa membantu pemilik toko dalam mengembangkan bisnisnya melalui website ini, merekomendasikan kepada pelanggan yang langsung datang ke toko untuk melakukan pembelian produk langsung melalui website toko *ocean kids store*, dan mengembangkan metode pembayaran seperti *payment gateway* atau *virtual account*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Betrian and L. L. Hin, “Penerapan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Toko Sandal & Sepatu Karisa,” *IDEALIS Indones. J. Inf. ....*, pp. 556–563, 2019.
- [2] A. Prasetya, I. I., & Widjaja, “Penerapan E-Commerce Berbasis Wordpress Untuk Penjualan Pada Distro ID Clothing,” *J. IDEALIS (Indonesia J. Inf. Syst., vol. 2, no. 6, pp. 307–312, 2017.*
- [3] S. Raden, S. Atmaja, and G. Gata, “Penerapan CMS untuk Website E-Commerce pada Chaca Collections,” pp. 53–57.
- [4] S. Santosa and H. Ismaya, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Cms Wordpress Pada Toko Importir Laptop Bandung,” *J. Bisnis dan Pemasar., vol. 11, no. 1, pp. 1–8, 2021.*
- [5] A. S. Fatin, “Pengembangan Media Penjualan Pada Toko Store Anak Branded Dengan E-commerce,” *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi), vol. 9, no. 3, pp. 2335–2350, 2022, doi: 10.35957/jatisi.v9i3.2694.*
- [6] A. G. Budianto, “Analisis Penyebab Ketidaksesuaian Produksi Flute Pada Ruang Handatsuke Dengan Pendekatan Fishbone Diagram, Piramida Kualitas Dan Fmea,” *J. Ind. Eng. Oper. Manag., vol. 4, no. 1, 2021, doi: 10.31602/jieom.v4i1.5368.*
- [7] A. Syahrial, Supriyanto, and M. A. Putri, “Implementasi BMC Dengan Metode Design Thinking Dalam Menghadapi Covid-19 Di IKM Pati,” *J. Teknol. Dan Manaj. Ind., vol. 1, no. 2, pp. 6–14, 2020.*
- [8] N. Musthofa and M. A. Adiguna, “Perancangan Aplikasi E-Commerce Spare-Part Komputer Berbasis Web Menggunakan CodeIgniter Pada Dhamar Putra Computer Kota Tangerang,” *OKTAL J. Ilmu Komput. dan Sains, vol. 1, no. 03, pp. 199–207, 2022.*
- [9] F. Fernando, “Perancangan User Interface (UI) & User Experience (UX) Aplikasi Pencari Indekost Di Kota Padangpanjang,” *TANRA J. Desain Komun. Vis. Fak. Seni dan Desain Univ. Negeri Makassar, vol. 7, no. 2, p. 101, 2020, doi: 10.26858/tanra.v7i2.13670.*
- [10] H. Artanto and F. Nurdianyansyah, “Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk,” *JOINTECS (Journal Inf. Technol. Comput. Sci., vol. 2, no. 1, pp. 2–5, 2017, doi: 10.31328/jointecs.v2i1.409.*