

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* DENGAN MENGGUNAKAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS)* PADA TOKO NORD 53 MERCH

Didit Rahadita¹, Humisar Hasugian^{2*}

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

Email: ¹diditrahadita13@gmail.com, ^{2*}humisar.hasugian@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak- Dalam era modern yang serba digital, kemudahan dalam bertransaksi jual beli produk dan jasa melalui platform *online* telah menjadi suatu kebutuhan. Nord 53 Merch, sebuah usaha dalam bidang *merchandise* dengan fokus pada klub sepak bola Persita Tangerang, saat ini menghadapi kendala dalam pencatatan laporan penjualan dan belum memiliki sistem penjualan *online* sehingga jangkauan pasar tidak luas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan sistem *e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS)* sebagai solusi dalam meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar pada toko Nord 53 Merch. Sistem *e-commerce* yang diimplementasikan menyediakan fitur-fitur penting seperti katalog produk yang meliputi informasi, harga, deskripsi, dan jumlah stok produk. Selain itu, sistem juga menyediakan fitur informasi lacak pengiriman, informasi mengenai jasa kurir yang digunakan, serta estimasi ongkos kirim. Dengan adanya sistem ini, diharapkan pelanggan dan admin toko dapat melakukan transaksi dengan mudah dan cepat, serta menciptakan laporan penjualan yang efisien. Dalam penelitian ini, metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode *waterfall*. Tahapan yang dilalui meliputi identifikasi masalah, perumusan masalah, analisa proses bisnis, analisa perancangan, dan implementasi. Pengembangan ini menghasilkan sebuah website *e-commerce* yang dirancang khusus untuk Nord 53 Merch, dengan desain antarmuka yang mudah di pahami dan responsif untuk mempermudah pengguna dalam berinteraksi dengan sistem. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem *e-commerce* yang diimplementasikan berhasil untuk mengatasi permasalahan yang ada dan memberikan kemudahan dalam proses transaksi. Selain itu, dengan adanya sistem *e-commerce* ini, toko Nord 53 Merch dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan dapat mempermudah kelancaran aktivitas transaksi penjualan *merchandise* klub sepak bola Persita Tangerang pada toko Nord 53 Merch.

Kata Kunci: *Content Management System (CMS), e-commerce, Nord 53 Merch, Persita Tangerang.*

E-COMMERCE IMPLEMENTATION USING CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) AT NORD 53 MERCH STORE

Abstract- In this modern, all-digital era, the convenience of buying and selling products and services through online platforms has become a necessity. Nord 53 Merch, a business in the field of *merchandise* with a focus on the Persita Tangerang football club, is currently facing problems in recording sales reports and does not yet have an online sales system so that the market reach is not wide. Therefore, this study aims to design and implement an *e-commerce* system based on a *Content Management System (CMS)* as a solution to increase efficiency and market reach at Nord 53 Merch stores. The implemented *e-commerce* system provides important features such as a product catalog which includes information, prices, descriptions, and product stock quantities. In addition, the system also provides information features for tracking shipments, information about the courier services used, and estimated shipping costs. With this system, it is expected that customers and shop admins can make transactions easily and quickly, as well as create efficient sales reports. In this study, the system development method used is the *waterfall* method. The stages passed include problem identification, problem formulation, business process analysis, design analysis, and implementation. This development resulted in an *e-commerce* website specifically designed for Nord 53 Merch, with an easy-to-understand and responsive interface design to make it easier for users to interact with the system. The test results show that the implemented *e-commerce* system is successful in overcoming existing problems and providing convenience in the transaction process. In addition, with this *e-commerce* system, Nord 53 Merch stores can expand their market reach and can facilitate smooth sales transaction activities for the Persita Tangerang soccer club *merchandise* at the Nord 53 Merch store.

Keywords: *Content Management System (CMS), e-commerce, merchandise, Nord 53 Merch, Persita Tangerang.*

1. PENDAHULUAN

Dalam era modern yang serba digital ini, semua aktivitas jual beli baik produk maupun jasa fisik dan digital dapat dilakukan dengan mudah tanpa batasan ruang dan waktu. Peluang tersebut dimanfaatkan oleh para

pengusaha untuk mengembangkan bisnis online, salah satunya adalah bisnis *online* yang dikenal dengan *e-commerce*. *E-commerce* adalah proses penjualan, pembelian, dan pemasaran barang atau produk dengan menggunakan sistem elektronik. Di era digital sekarang ini, mudah bagi kita untuk berbisnis tanpa mengeluarkan banyak modal untuk berjualan secara *online*.

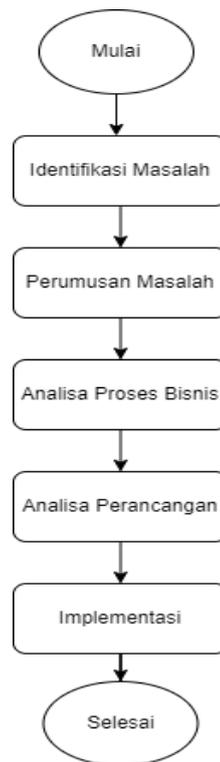
Nord 53 Merch merupakan sebuah usaha di bidang merchandise yang bertemakan klub sepakbola yaitu Persita Tangerang yang bergerak dalam bidang penjualan baju, sandal, topi, jaket, kaos, tas. Nord 53 Merch berdiri pada tahun 2018 dan beralamat di Tim, Gempol Sari, Kec.Sepatan Tim. Kabupaten Tangerang, Banten 15520. Toko Nord 53 Merch memasarkan semua produk melalui media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram* @nord53.merch, dimana pelanggan yang berminat untuk membeli produk dapat mengunjungi toko dan melalui media sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp*. Toko Nord 53 Merch sendiri mempunyai permasalahan dalam pencatatan laporan penjualan dan belum memiliki sistem penjualan *online* sehingga jangkauan pasar tidak luas dikhawatirkan kalah bersaing dalam penjualan. Belum adanya media pemasaran pada *online shop* Nord 53 Merch karena baru menggunakan beberapa media sosial saja, dikarenakan tidak ada laporan yang bisa dicetak dari hasil penjualan sehingga pencatatan penjualan masih menggunakan berupa chat *Whatsapp* dan menggunakan pembukuan sebagai alat mencatat laporan penjualan setiap bulannya, serta kurangnya media promosi sebagai alat untuk menjangkau calon pelanggan yang lebih luas, sehingga seluruh proses penjualan dan proses bisnis belum efisien.

Adapun tujuan dan manfaat pada penulisan ini dengan dibuatnya website berbasis *e-commerce* penulis mencoba mengimplementasikan sistem *e-commerce* berbasis *Content Management System* (CMS) dalam teknik penjualan dan proses bisnisnya, adapun fitur yang ada di dalam *e-commerce* ini berupa katalog-katalog produk dari toko, informasi, harga, deskripsi produk, jumlah stok, metode pembayaran, informasi jasa kurir, dan informasi ongkos kirim, sehingga dapat memudahkan pelanggan dan admin dalam bertransaksi maupun membuat laporan dengan cepat dan efisien. Maka dari itu pada penelitian ini, dengan adanya sistem *e-commerce* yang dirancang bisa mengatasi permasalahan yang ada dan juga dapat mempermudah kelancaran aktivitas transaksi pada toko Nord 53 Merch.

Dalam melakukan penelitian ini penulis melakukan studi literatur sebagai bahan referensi. Pada penelitian [1] Penelitian ini membahas mengenai sebuah usaha usaha bisnis fashion yang menjual pakaian, hoodie, dan celana. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain ketidakmampuan pelanggan untuk mengunjungi toko secara langsung selama pandemi *COVID-19*, sehingga penjualan berkurang. Dengan situs web *e-commerce* ini, dapat memperluas pemasaran tanpa menghabiskan banyak waktu, uang, dan tenaga. Sehingga bisa juga berdampak pada peningkatan proses penjualan yang berlangsung. Selanjutnya [2] Penelitian ini menjelaskan tentang transaksi yang di lakukan masih mengandalkan dari toko fisik saja sehingga masih kekurangan sarana media promosi untuk pengembangan usaha dan penjualannya hanya dapat dilakukan oleh pengunjung yang datang ke toko. Oleh karena itu, penerapan website *e-commerce* ini untuk meningkatkan penjualan serta sebagai sarana pemasaran agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selanjutnya [3] Pada penelitian ini membahas tentang proses penjualan pada toko OBAMA masih melalui sistem manual yang berjalan pada saat ini. dengan adanya *e-commerce* ini untuk memberikan manfaat seperti kemudahan pembayaran, proses pemesanan lebih cepat, memperluas jangkauan pemasaran produk, dan mendapatkan kepercayaan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi toko di masa mendatang. Selanjutnya [4] Pada penelitian ini membahas tentang toko menengah yang bergerak di bidang fashion berupa pakaian. Sistem penjualannya masih hanya menggunakan toko fisik dengan jumlah konsumen yang terbatas. Dengan dibuatnya website *e-commerce* menggunakan *Content Management System* (CMS) untuk memudahkan aktifitas penjualan dan promosi secara online. Selanjutnya [5] Pada penelitian ini membahas tentang sebuah toko aksesoris yang sistem penjualannya hanya menggunakan media sosial dan juga *marketplace*. Belum adanya *e-commerce*, sehingga penjualannya masih kurang maksimal dan juga di khawatirkan tidak mampu bersaing pada toko lainnya. Dengan di buatnya website *e-commerce* dapat mengatasi permasalahan dan dengan mengembangkan kegiatan penjualannya menggunakan website *e-commerce*. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini berupaya menerapkan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan pada toko nord 53 merch yang sebelumnya belum menerapkan sistem *e-commerce* pada proses penjualannya.

2. METODE PENELITIAN

Pada tahap penelitian ini terdapat langkah-langkah yang diuraikan secara sistematis dalam melakukan penelitian dari awal penelitian hingga akhir penelitian disajikan dalam bentuk *flowchart*. Langkah pertama adalah identifikasi masalah yang akan diperoleh nantinya untuk mengidentifikasi masalah apa yang terjadi dalam penelitian ini, kemudian perumusan masalah dan selanjutnya analisa proses bisnis yang terjadi sekarang, selanjutnya analisa perancangan dan langkah terakhir adalah implementasi. Berikut merupakan tahapan penelitian yang bisa di lihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Berikut merupakan penjelasan dari langkah-langkah penelitian diatas:

a. Identifikasi Masalah

Untuk mengumpulkan data yang ada di sana dan menganalisa identifikasi masalah untuk mengatasi masalah tersebut. Adapun cara mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Dalam metode ini, pertanyaan diajukan langsung kepada Saddam Fachrezi Hairo selaku pemilik toko yang ikut dalam penelitian. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang proses bisnis saat ini dan masalah yang dihadapi pemilik dan pelanggan.

2. Pengamatan

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati langsung proses bisnis dan permasalahan yang ada pada Toko Nord 53 Merch untuk memahami apa yang terjadi lalu membuat kesimpulan dari hasil pengamatan yang telah dilakukan.

3. Studi Literatur

Metode digunakan untuk melakukan studi literatur terhadap berbagai referensi yang berkaitan dengan masalah yang akan diamati dan pokok bahasan yang akan dibahas. Pencarian literatur ini dilakukan dengan menggunakan jurnal dan referensi lain seperti artikel, buku dan situs website yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini.

b. Perumusan Masalah

Setelah mengidentifikasi masalah yang ada, maka dapat di rumuskan permasalahan yang akan di bahas yaitu bagaimana mengimplementasikan sebuah website *e-commerce* untuk menyelesaikan permasalahan pada toko Nord 53 Merch.

c. Analisa Proses Bisnis

Langkah selanjutnya adalah analisa proses bisnis berjalan. Pada langkah ini, beberapa alat digunakan untuk menganalisa bisnis, khususnya *Activity Diagram* yang digunakan untuk menggambarkan alur proses bisnis, *Fishbone Diagram* digunakan untuk menganalisa masalah saat ini, dan *Business Model Canvas* untuk gambaran ide bisnis.

d. Analisa Perancangan

Pada Tahap ini penulis merancang dan mendesain sistem setelah mendapatkan data dari tahapan sebelumnya dengan menggunakan *Unified Modeling Language (UML)* yaitu: *Use Case Diagram*, dan *Use Case Description*. Selanjutnya agar lebih mudah dalam mengimplementasi peneliti menggunakan *tools Balsamiq* untuk merancang layar dalam bentuk website pada toko Nord 53 Merch.

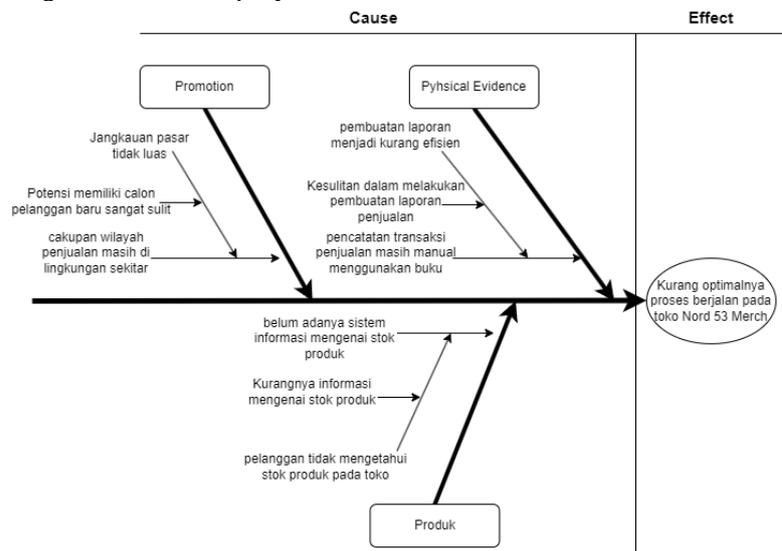
e. Implementasi

Pada tahap ini, implementasi sistem dilakukan setelah melakukan tahapan perancangan. Implementasi sistem menggunakan *Wordpress Content Management System (CMS)* dan menambahkan plugin yang dibutuhkan dalam membuat *e-commerce*. Selanjutnya menggunakan *MySQL* untuk mengelola database dan menggunakan *hosting* dan *domain* untuk menjadikan webstie secara *online*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Masalah

Penelitian [6] *Diagram Ishikawa*, juga dikenal sebagai *Fishbone Diagram* adalah salah satu dari tujuh alat kualitatif untuk mengidentifikasi akar penyebab suatu masalah.



Gambar 2. Fishbone Diagram

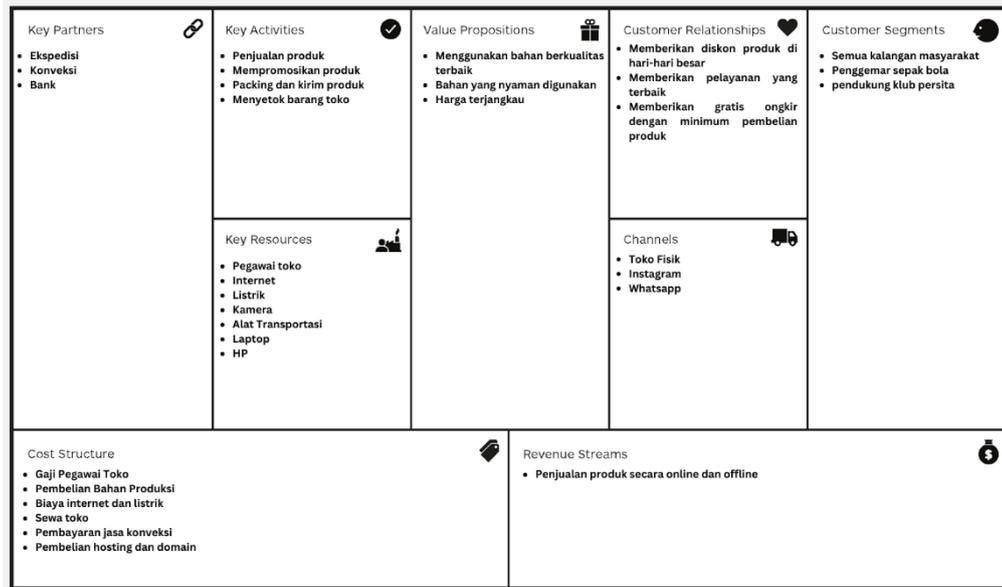
Berikut adalah penjelasan fishbone diagram dari masalah diatas:

- Physical Evidence merupakan salah satu komponen penting dalam proses penyediaan bukti dalam berbagai jenis investigasi. Dalam konteks bisnis, terdapat tantangan yang dihadapi terkait pembuatan laporan penjualan. Kesulitan muncul karena pencatatan transaksi penjualan masih dilakukan secara manual menggunakan buku catatan. Akibatnya, proses pembuatan laporan menjadi kurang efisien dan rentan terhadap kesalahan. Ketidakefisienan ini dapat menghambat kelancaran operasional perusahaan serta mengganggu ketepatan analisis data. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih modern dan terkomputerisasi untuk pencatatan transaksi penjualan guna meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pembuatan laporan.
- Dalam usaha untuk meningkatkan penjualan, promosi menjadi langkah penting. Namun, terdapat tantangan dalam menggali potensi calon pelanggan baru. Kesulitan muncul karena cakupan wilayah penjualan masih terbatas hanya pada lingkungan sekitar. Keterbatasan ini mengakibatkan jangkauan pasar yang tidak luas, sehingga peluang untuk menarik dan menjangkau pelanggan baru menjadi terbatas. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan strategi promosi yang lebih proaktif dan inovatif, serta pemanfaatan teknologi dan media digital guna memperluas jangkauan pasar serta mencapai calon pelanggan yang lebih luas dan beragam.
- Ketersediaan informasi yang akurat mengenai stok produk menjadi aspek krusial dalam pengelolaan bisnis. Namun, tantangan muncul akibat kurangnya informasi mengenai stok produk yang tersedia. Hal ini terjadi karena belum adanya sistem informasi yang terintegrasi mengenai stok produk. Keadaan ini dapat mengakibatkan ketidakpastian bagi pelanggan, karena mereka tidak memiliki akses yang memadai terhadap informasi mengenai ketersediaan produk di toko. Untuk mengatasi hambatan ini, penting untuk

mengimplementasikan solusi teknologi yang memungkinkan pemantauan stok secara real-time, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengetahui ketersediaan produk yang mereka inginkan sebelum melakukan pembelian, serta meminimalkan potensi ketidaknyamanan atau kekecewaan akibat ketersediaan yang terbatas.

3.2 Business Model Canvas (BMC)

[7] *Business Model Canvas* adalah suatu metode pemodelan strategis yang digunakan dalam organisasi dan manajemen untuk membahas strategi bisnis yang disusun untuk merancang, menggambarkan, dan memvisualisasikan model bisnis agar mudah dipahami. *Business Model Canvas* (BMC) memiliki 9 (sembilan) bagian, yaitu:



Gambar 3. Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) memiliki 9 (sembilan) bagian, yaitu:

a. *Customer Segments*

Menjelaskan target pasar dari suatu perusahaan, *Customer Segments* pada toko Nord 53 Merch yaitu semua kalangan masyarakat, penggemar sepak bola, pendukung klub persita.

b. *Customer Relationship*

Menjelaskan hubungan yang di bangun perusahaan untuk menjalin ikatan baik dengan pelanggan. Toko Nord 53 Merch memberikan diskon produk di hari-hari besar, memberikan pelayanan terbaik, dan memberikan diskon ongkir dengan minimum pembelian produk.

c. *Channels*

Menjelaskan media promosi apa yang di gunakan pada toko Nord 53 Merch untuk meningkatkan pemasaran produk, yaitu toko fisik, *instagram*, dan *whatsapp*.

d. *Value Propositions*

Menjelaskan keunggulan atau nilai yang di tawarkan pada toko Nord 53 Merch kepada pelanggan yaitu, menggunakan bahan berkualitas terbaik, bahan yang nyaman digunakan, harga terjangkau.

e. *Key Activities*

Menjelaskan aktivitas yang berhubungan dengan layanan aktivitas proses bisnis yang berkaitan dengan sebuah penjualan produk yaitu, mempromosikan produk, penjualan produk, packing dan kirim produk, dan menyetok barang toko.

f. *Key Resources*

Menjelaskan tentang sumber daya yang dibutuhkan pada perusahaan agar berjalan dengan sesuai rencana *business model canvas* yaitu, pegawai toko, internet, listrik, kamera, alat transportasi, laptop dan hp.

g. *Key Partners*

Menjelaskan pihak yang terjalin hubungan kerja sama untuk meningkatkan kinerja toko Nord 53 Merch yaitu, ekspedisi, konveksi, dan bank.

h. *Cost Structure*

Menjelaskan biaya yang di keluarkan pada toko Nord 53 Merch yaitu, gaji pegawai toko, pembelian bahan produksi, biaya internet dan listrik, sewa toko, pembayaran jasa konveksi dan pembelian *hosting* dan *domain*.

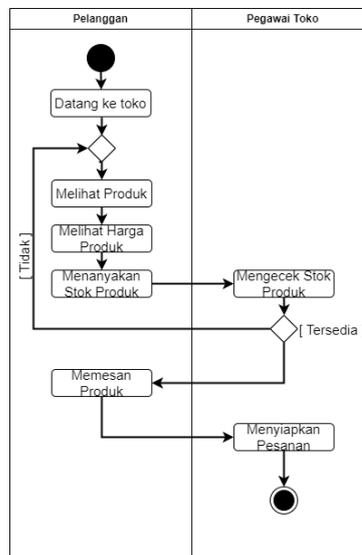
i. *Revenue Streams*

Menjelaskan sumber pendapatan pada toko Nord 53 Merch yaitu, penjualan produk secara *online* dan *offline*.

3.3 Analisa Proses Berjalan

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

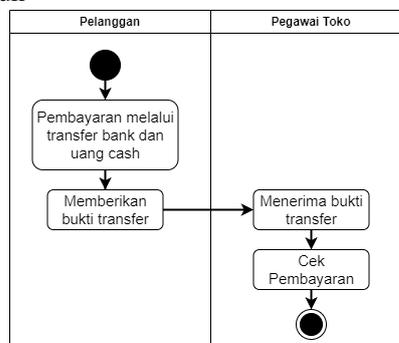
a. Proses Bisnis Pemesanan Produk



Gambar 4. Proses Bisnis Pemesanan Produk

Pada proses ini, pelanggan yang ingin membeli produk bisa langsung datang ke toko Nord 53 Merch, kemudian pelanggan dapat menanyakan ketersediaan stok produk ke pegawai toko, setelah itu pegawai akan melakukan pengecekan stok barang, lalu setelah melakukan pengecekan stok barang pegawai akan memberitahu ketersediaan stok barang kepada pelanggan, jika stok sudah sesuai pelanggan bisa langsung memesan produk dan pegawai toko akan menyiapkan pesanan pelanggan.

b. Proses Bisnis Pembayaran Produk



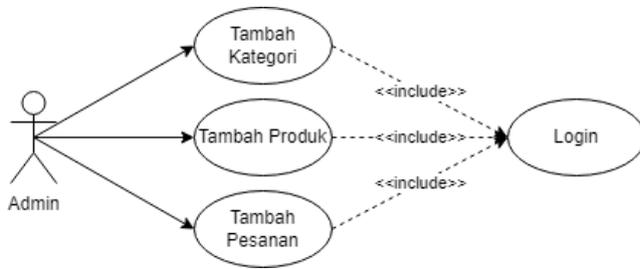
Gambar 5. Proses Bisnis Pembayaran Produk

Pada proses pembayaran, pelanggan dapat membayar melalui transfer bank dan uang *cash*, dan memberikan bukti transfer ke pegawai toko, kemudian pegawai toko akan mengecek pembayaran melalui *m-banking*.

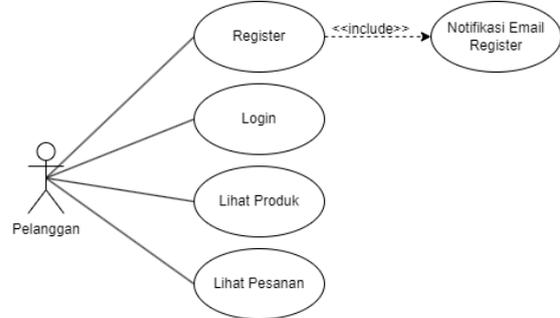
3.4 Use Case Diagram

[8] *Use Case Diagram* untuk mendeskripsikan interaksi antar aktor dan *use case* untuk merealisasikan interaksinya dalam suatu sistem. *Use Case Diagram* pada toko Nord 53 Merch dibagi menjadi tiga bagian yaitu: *Use Case Diagram Master*, transaksi, dan laporan.

a. *Use Case Diagram Master*



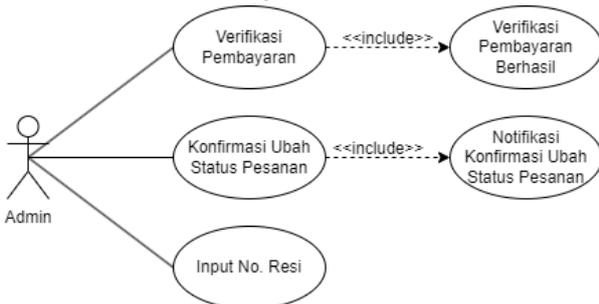
Gambar 6. *Use Case Diagram Master Admin*



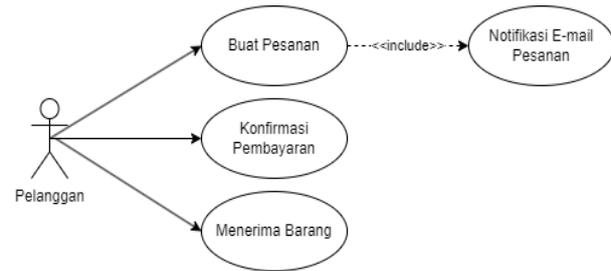
Gambar 7. *Use Case Diagram Master Pelanggan*

Pada *use case diagram* ini di bagi menjadi 2 bagian yaitu admin, dan pelanggan. Pada gambar 6 admin dapat melakukan *login* untuk tambah kategori, tambah produk, tambah pesanan. Pada gambar 7 pelanggan dapat melakukan *register* dan *login* untuk dapat melihat pesanan, dan melihat produk.

b. *Use Case Diagram Transaksi*



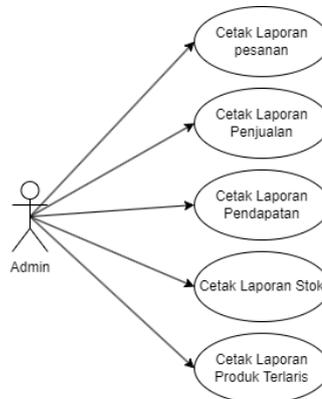
Gambar 8. *Use Case Diagram Transaksi Admin*



Gambar 9. *Use Case Diagram Transaksi Pelanggan*

Pada *use case diagram* ini di bagi menjadi 2 bagian yaitu admin, dan pelanggan. Pada gambar 8 admin dapat melakukan verifikasi pembayaran, konfirmasi ubah status pesanan, dan *input* no resi. Pada gambar 9 pelanggan dapat melakukan membuat pesanan, konfirmasi pembayaran, dan menerima barang.

c. *Use Case Diagram Laporan*



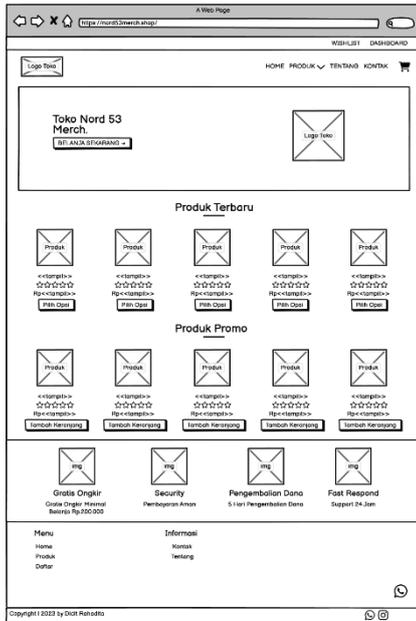
Gambar 10. *Use Case Diagram Laporan*

Pada *use case diagram* laporan ini hanya admin yang memiliki aktivitasnya. Pada gambar 10 merupakan *use case diagram* laporan pada toko Nord 53 Merch.

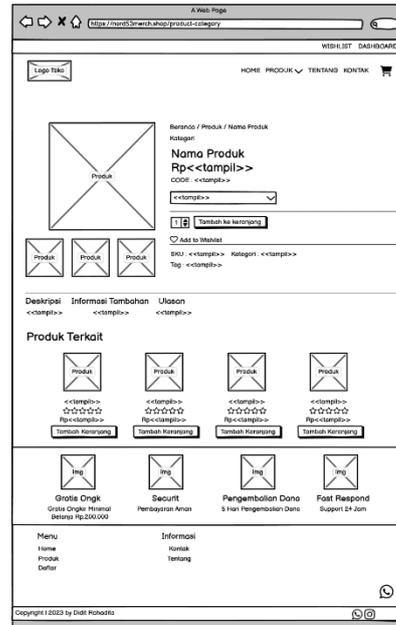
3.5 User interface & User Experience Design

[9] *User Interface* (UI) merupakan segala sesuatu terdapat dalam sistem operasi yang dapat melakukan dilihat, disentuh, dan dipahami langsung dari pengguna. Sedangkan *User Expericenxe* (UX) didefinisikan merupakan segala sesuatu tentang pengalaman pengguna dalam penggunaan layanan yang tersedia pada suatu sistem. UI/UX pada toko nord 53 merch di bagi menjadi 2 bagian yaitu *design front end* dan *back end*.

a. UI/UX Design Front-end



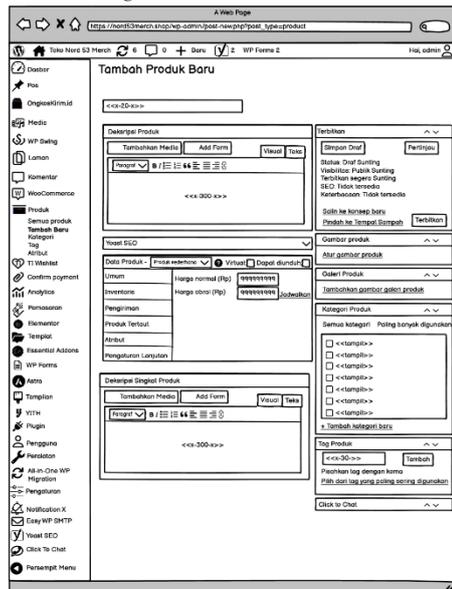
Gambar 12. UI/UX Halaman Beranda



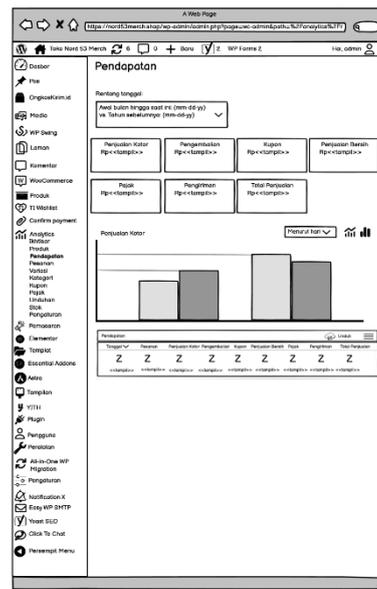
Gambar 11. UI/UX Halaman Detail Produk

Halaman beranda berfungsi untuk menampilkan produk layanan apa saja yang tersedia dan dijual pada Nord 53 Merch terlihat pada gambar 11. Halaman detail produk layanan berfungsi untuk menjelaskan tentang detail produk secara rinci terlihat pada gambar 12.

b. UI/UX Design Back-End



Gambar 13. Tambah Produk



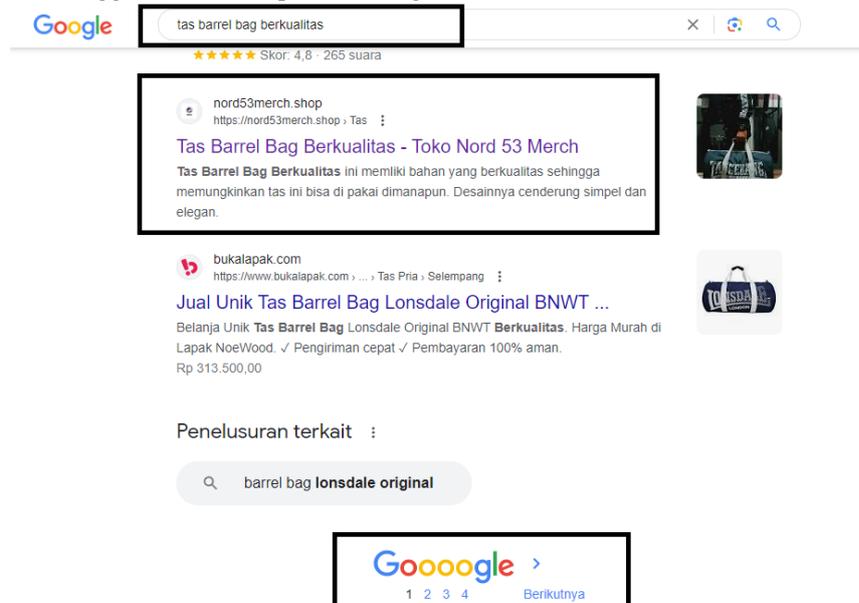
Gambar 14. UI/UX Laporan Pendapatan

Halaman tambah produk berfungsi untuk menambahkan produk baru pada halaman home website terlihat pada gambar 13. Halaman ini berfungsi untuk mengetahui hasil pendapatannya untuk diberikan kepada pemilik toko terlihat pada gambar 14.

3.6 Strategi SEO

[10] *Search Engine Optimization* (SEO) adalah teknik dan proses yang dilakukan secara berkala agar dapat menggunakan algoritma mesin pencari untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke suatu website.

Setelah menerapkan riset *keyword*, deskripsi meta, tag produk, menentukan gambar produk. Di bawah ini adalah hasil pencarian menggunakan mesin pencari Google.



Gambar 15. Hasil SEO pada mesin pencari google

4. KESIMPULAN

Setelah menganalisa permasalahan yang ada dan mencari solusinya, apa yang terjadi pada toko Nord 53 Merch penulis membuat kesimpulan permasalahan pembuatan laporan yang masih manual bisa di atasi dengan menggunakan *e-commerce* maka dapat membantu mempermudah admin/pegawai toko dan pemilik toko untuk melihat laporan melalui fitur *export orders* yang ada di menu *back end* wordpress, kesulitan untuk menjangkau calon pelanggan yang jarak jauh bisa di atasi dengan dibuatnya *e-commerce* maka untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Karena *e-commerce* ini sudah di terapkan secara *online* sehingga pelanggan bisa mengakses kapan saja dan dimana saja, keterbatasan informasi stok produk bisa di atasi dengan menambahkan deskripsi produk secara rinci untuk setiap produk yang di jual di website *e-commerce*.

Berdasarkan penelitian, pembahasan dan kesimpulan, penulis memiliki saran yang bermanfaat untuk perkembangan sistem dan kemajuan *e-commerce* pada toko Nord 53 Merch yaitu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga pelanggan tidak ragu untuk melakukan transaksi di toko Nord 53 Merch, memberikan pelatihan kepada admin mengenai fitur-fitur yang tersedia pada website. Agar dapat mempermudah admin untuk mengelola website *e-commerce* toko Nord 53 Merch, mengembangkan lebih lanjut metode pembayaran seperti *Cash on Delivery* dan *payment gateway* (OVO, Gopay, Dana) atau *virtual account*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Ristia, A. Diana, and A. Ariesta, "Implementasi E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Menggunakan Content Management System (Cms) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Distro Betawi Boys," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, pp. 30–39, 2022, doi: 10.36080/idealis.v5i1.2867.
- [2] G. A. P. Noor and Samsinar, "Implementasi E-Commerce Menggunakan Content Management System Untuk Pemasaran Produk Pada Lumi," *J. IDEALIS*, vol. 3, no. 1, pp. 552–559, 2020.
- [3] M. F. Hidayatullah and B. C. Putra, "Implementasi E-Commerce Dengan Model Business Model Canvas Pada Toko

- Obama Berbasis Content Management System Wordpress,” *IDEALIS Indones. J.*, vol. 2, no. 6, pp. 396–401, 2019, [Online]. Available: <https://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/1389%0Ahttps://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/download/1389/989>
- [4] A. D. Saputra and A. Widjaja, “Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Menggunakan Business Model Canvas Pada Cosy Distro,” *J. IDEALIS*, vol. 2, no. 5, pp. 9–15, 2019.
- [5] M. Gilang, B. Pratomo, and H. Irawan, “Membangun Web E-Commerce Menggunakan Content Management System (Cms) Wordpress Untuk Memperluas Jangkauan Pasar Pada Toko Online 1973,” pp. 24–37, 2021.
- [6] Y. A. Sujarwo and A. Ratnasari, “Aplikasi Reservasi Parkir Inap Menggunakan Metode Fishbone Diagram dan QR-Code,” *J. Sisfokom (Sistem Inf. dan Komputer)*, vol. 9, no. 3, pp. 302–309, 2020, doi: 10.32736/sisfokom.v9i3.808.
- [7] F. Ramadhan and L. Fajarita, “Implementasi Rancangan E-Commerce Pada Surya Timur Collection Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Berbasis Content Management System (Cms),” *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 251–259, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1508.
- [8] F. A. Irfannudin and A. U. Hamdani, “Implementasi Sistem E-Commerce Pada Guna Motor Berbasis Content Management System (Cms) Wordpress,” *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 42–48, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1491.
- [9] A. A. Anwar, B. Huda, E. Novalia, T. Paryono, and S. Piantara, “Pengembangan UI / UX Pada Aplikasi Buana Online Course Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus: Universitas Buana Perjuangan Karawang),” *INTECOMS J. Inf. Technol. Comput. Sci.*, vol. 5, no. 2, pp. 119–124, 2022, doi: 10.31539/intecom.v5i2.4988.
- [10] M. Aqsal and J. Sutrisno, “Analisa dan Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Wordpress Pada Bengkel Madmen Motogarage,” *Pros. Semin. Nas. Mhs.*, no. September, pp. 1831–1839, 2022, [Online]. Available: <http://senafti.budiluhur.ac.id/index.php/senafti/article/view/349%0Ahttp://senafti.budiluhur.ac.id/index.php/senafti/article/download/349/111>