

Penerapan E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Nani H. Dudung Menggunakan Content Management System

Muhammad Rizal Anshurulloh^{1*}, Deni Mahdiana²

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

Email: ^{1*}rizalanshurulloh@gmail.com, ²deni.mahdiana@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-Perkembangan teknologi saat ini meningkat dengan pesat. Salah satu perkembangan teknologi yang berpengaruh besar adalah internet. Teknologi ini dapat menopang produktivitas usaha, sehingga internet juga mendorong aspek jual-beli, mengubah kebiasaan berbelanja masyarakat dalam banyak hal yang awal bersifat konvensional kini melakukan pembelian hanya dengan memilih produk dari web. Toko Nani H. Dudung merupakan toko yang menjual produk pakaian anak hingga dewasa. Toko Nani H. Dudung masih menggunakan cara konvensional dalam melakukan transaksi sedangkan dalam pemasaran dan promosi saat ini hanya melalui toko saja sehingga barang lama terjual. Permasalahan yang terjadi yaitu jumlah transaksi penjualan tidak mencapai target karena calon pelanggan enggan berbelanja secara langsung ke toko di masa pandemi saat ini. Dalam pembuatan laporan yang masih belum tersusun rapi sehingga pemilik toko kesulitan dalam mengambil keputusan. Maka dibutuhkan *website* e-commerce untuk menyelesaikan masalah agar pelanggan dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, dapat mempromosikan produk sehingga menarik para pelanggan serta pendataan laporan lebih detail sehingga membantu pemilik toko dalam pengambilan keputusan. *Website* e-commerce dibuat menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress. Metode analisis yang digunakan adalah *Business Model Canvas* digunakan untuk menciptakan model usaha yang baru agar mendapatkan model usaha yang lebih baik serta menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO). Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, analisis dokumen, wawancara dan observasi. Penelitian ini menghasilkan *website* e-commerce yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan, membantu pelanggan agar dapat bertransaksi tanpa harus datang ke toko, serta dapat membantu pemilik toko dalam mengambil keputusan, penerapan strategi SEO dan *marketing* untuk memudahkan terindeks pada mesin pencari dan memperluas pemasaran.

Kata Kunci: e-commerce, content management system (CMS), business model canvas (BMC), search engine optimization (SEO)

Implementation E-Commerce To Increase Sales At Nani H. Dudung Store Using Content Management System

Abstract- *The development of technology is currently increasing rapidly. One of the most influential technological developments is the internet. This technology can support business productivity, so that the internet also encourages buying and selling aspects, changing people's shopping habits in many ways that were initially conventional, now they make purchases only by choosing products from the web. Nani H. Dudung shop is a shop that sells children's clothing products to adults. Nani H. Dudung shop still uses conventional methods in conducting transactions, while marketing and promotions are currently only through stores so that old goods are sold. The problem that occurs is that the number of sales transactions does not reach the target because prospective customers are reluctant to shop directly at the store during the current pandemic. In making reports that are still not neatly arranged so shop owners find it difficult to make decisions. So we need an e-commerce website so that customers can make transactions anytime and anywhere, can promote products so that they attract customers and collect more detailed data reports so as to help shop owners in making decisions. An e-commerce website is created using a WordPress Content Management System (CMS). The analytical method used is the Business Model Canvas which is used to create a new business model in order to get a better business model and implement Search Engine Optimization (SEO). Data was collected through literature study, document analysis, interviews, and observations. This research produces an e-commerce website that is expected to increase sales, help customers to transact without having to come to the store, and can assist shop owners in making decisions, implementing SEO and marketing strategies to make it easier to index on search engines and expand marketing.*

Keywords: e-commerce, content management system (CMS), business model canvas (BMC), search engine optimization (SEO)

1. PENDAHULUAN

Saat ini di Indonesia perkembangan teknologi berkembang begitu pesat. Suatu teknologi dapat diterapkan dalam bidang ekonomi karena teknologi memiliki jangkauan yang cukup luas sehingga dapat menopang produktivitas, tetapi dalam implementasinya tidak dapat bergerak secepat perkembangan teknologi tersebut. Salah satu perkembangan teknologi yang berpengaruh besar adalah internet. Internet berperan penting saat ini karena memiliki cakupan area yang begitu luas tanpa adanya batasan. Masyarakat yang tinggal di perkotaan memiliki ketergantungan terhadap internet begitu besar, sehingga saat ini internet dapat dikategorikan sebagai kebutuhan utama bagi sebagian masyarakat. Jangkauan dan pengaruh yang luas menjadikan internet sebagai sasaran empuk

untuk mendapatkan keuntungan, sehingga internet juga mendorong aspek jual beli, salah satunya ialah e-commerce. E-commerce adalah suatu teknologi dinamis, teknologi ini melingkupi penggunaan dan proses bisnis yang saling terhubung dengan pelanggan, perusahaan dan suatu organisasi melewati transaksi digital, yang mengatur tukar-menukar barang digital[1].

Toko Nani H. Dudung yaitu usaha yang bergerak dalam bidang penjualan produk pakaian anak hingga dewasa yang terletak di daerah Pasar Plaza Baru Ciledug. Toko Nani H. Dudung memiliki masalah dalam pendapatan penjualan yang menurun. Dalam bertransaksi penjualan, toko ini masih menggunakan cara konvensional yaitu dengan cara pelanggan harus datang langsung ke toko. Jumlah transaksi penjualan harian yang tidak mencapai target karena calon pelanggan enggan berbelanja secara langsung ke toko di masa pandemi saat ini. Sedangkan dalam pemasaran dan promosi saat ini hanya melalui toko saja, sehingga barang lama terjual. Pembuatan laporan yang belum tersusun rapi sehingga pemilik toko kesulitan dalam mengambil keputusan.

Pada penelitian sebelumnya oleh [1] membahas perancangan sistem informasi penjualan berbasis e-commerce studi kasus Toko Kun Jakarta. Permasalahan yang sedang dialami oleh Toko Kun Jakarta adalah media promosi hanya menggunakan spanduk, transaksi masih menggunakan konvensional, penyimpanan data dan pencatatan laporan dalam bentuk arsip. Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini adalah website e-commerce dapat memperluas promosi dan memudahkan dalam pengolahan dan pencetakan laporan tanpa dokumen arsip.

Pada penelitian sebelumnya oleh [2] membahas implementasi e-commerce dengan teknik seo dan strategi pemasaran 4P untuk meningkatkan penjualan produk aksesoris motor pada XYZ Motoshop. Membuat proses pemesanan menjadi lebih efektif dan lebih sedikit memakan waktu dengan adanya fitur *Cart* dan *Checkout* pada *website* e-commerce.

Pada penelitian sebelumnya oleh [3] membahas pengembangan aplikasi e-commerce berbasis website menggunakan CMS wordpress pada StartUp Hardcraft.id. Efisiensi dan persaingan global harus dihadapi dengan sistem jaringan yang sesuai dan efisien. Sementara itu, kualitas sumber daya manusia Indonesia di sektor kerajinan masih tergolong rendah. Hal ini membuat para pengrajin tersebut tidak dapat bersaing dengan pasar yang lebih baik. Permasalahan yang dihadapi adalah sulitnya menembus pasar modern dalam subsektor kerajinan tangan yang dikarenakan minimnya pengetahuan pemasaran dan belum diterapkannya teknologi informasi. Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini adalah dibangunnya aplikasi e-commerce sebagai solusi untuk membantu pengrajin dalam memperluas jangkauan penjualan dan membantu desa-desa di Indonesia yang memiliki produk kerajinan untuk meningkatkan nilai produk yang ingin dijual dengan melalui pelatihan dan dukungan teknologi.

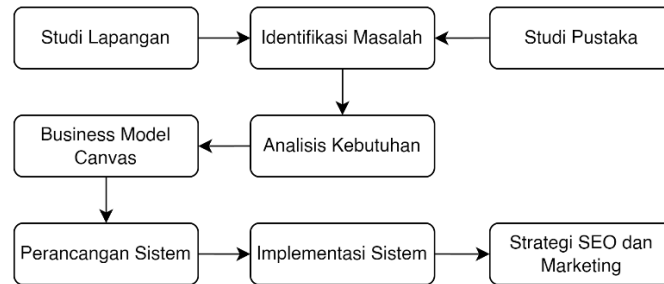
Toko Nani H. Dudung yaitu usaha yang bergerak dalam bidang penjualan produk pakaian anak hingga dewasa yang terletak di daerah Pasar Plaza Baru Ciledug. Toko Nani H. Dudung memiliki masalah dalam pendapatan penjualan yang menurun. Dalam bertransaksi penjualan, toko ini masih menggunakan cara konvensional yaitu dengan cara pelanggan harus datang langsung ke toko. Permasalahan yang ada pada toko Nani H. Dudung adalah jumlah transaksi penjualan harian yang tidak mencapai target karena calon pelanggan enggan berbelanja secara langsung ke toko di masa pandemi saat ini. Sedangkan dalam pemasaran dan promosi saat ini hanya melalui toko saja, sehingga barang lama terjual. Pembuatan laporan yang belum tersusun rapi sehingga pemilik toko kesulitan dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan dari permasalahan Toko Nani H. Dudung, penulis memberikan solusi dengan menerapkan e-commerce dengan memanfaatkan teknologi internet dalam proses bisnis dan penjualan. E-commerce yang dibangun menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress. *Content Management System* (CMS) adalah sebuah sistem dibuat untuk tujuan memudahkan dalam mengelola konten seperti proses pembuatan, penerbitan dan pembaruan konten. CMS ini dapat dikelola secara bersama-sama dengan pengguna lainnya. Konten berisi informasi dalam teks, gambar atau dalam bentuk format lainnya, dengan maksud tujuan mempermudah pembuatan, pembaruan, pendistribusian, eksplorasi, analisis, dan peningkatan fleksibilitas ketika dikonversi ke bentuk format lain[4] sedangkan Wordpress adalah sebuah perangkat lunak sistem yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL. Wordpress ini bersifat open-source dan menerapkan sistem *Content Management System* dimana biasanya digunakan oleh pengguna untuk keperluan *blogging*[5]. Dengan adanya website e-commerce diharapkan dapat meningkatkan pendapatan penjualan, memperluas pemasaran, mempermudah bagi calon pelanggan untuk bertransaksi, dan mempermudah pemilik toko untuk mengambil keputusan.

Dalam perancangan sistem e-commerce ini juga menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan peringkat web di mesin pencarian sehingga calon pelanggan dapat dengan mudah menemukannya. SEO adalah kumpulan strategi untuk menempatkan suatu situs web agar mudah diindeks dan menepati urutan teratas dalam hasil pencarian pada *Search Engine*[6]. Dengan dibuatnya e-commerce tersebut diharapkan dapat mencakup pasar yang lebih luas dan mempermudah pelanggan dalam bertransaksi

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Pada Gambar 1 tahap awal melakukan pengumpulan data melalui studi lapangan dan studi pustaka sebagai acuan referensi penelitian, setelah pengumpulan data kemudian melakukan identifikasi masalah yang sedang terjadi. Kemudian menganalisis kebutuhan dari pengumpulan data yang sudah didapatkan. Menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) bertujuan mendapatkan model bisnis yang baru. Melakukan perancangan dan implementasi sistem setelah itu menerapkan Strategi SEO dan *Marketing*.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan ini mengumpulkan data dibutuhkan untuk mendapatkan informasi untuk mencapai tujuan. Adapun beberapa metode pengumpulan data yang akan digunakan yaitu sebagai berikut:

- Wawancara: melakukan sesi tanya jawab kepada pihak yang terlibat dengan penelitian. Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan cara menyampaikan beberapa pertanyaan dari pewawancara untuk dijawab oleh narasumber yaitu pemilik Toko Nani H. Dudung untuk memperoleh informasi mengenai proses dan aturan bisnis.
- Observasi: Mengamati secara langsung. Mengamati langsung ke toko Nani H. Dudung dalam memerhatikan proses penjualan.
- Analisa Dokumen: Mengumpulkan dokumen atau berkas yang ada pada toko Nani H. Dudung seperti nota transaksi dan catatan laporan penjualan sebagai sumber data penelitian.
- Studi Literatur: Melakukan penelitian dengan menggunakan berbagai referensi yang sesuai dengan masalah yang sedang diamati.

2.3 Metode Analisis Data

Ada beberapa teknik yang digunakan dalam menganalisis data yang telah dikumpulkan, yaitu sebagai berikut:

- Analisis Proses Bisnis: Menganalisis proses bisnis dan aktivitas yang sedang berjalan pada toko Nani H. Dudung, metode yang digunakan untuk menganalisis proses bisnis adalah *Activity Diagram*.
- Analisis Masalah: Menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh toko Nani H. Dudung dengan melakukan wawancara dan observasi, sehingga sebab dan akibat dari masalah dapat diuraikan secara mendetail dengan menggunakan *Fishbone Diagram*.
- Analisis Kebutuhan: Dari permasalahan yang ada maka dapat diberikan solusi dengan kebutuhan apa saja yang diperlukan dan diilustrasikan dengan gambar-gambar yang diciptakan dengan menggunakan *Unified Modelling Language* (UML) dimana di dalamnya terdapat *Use Case Diagram*.

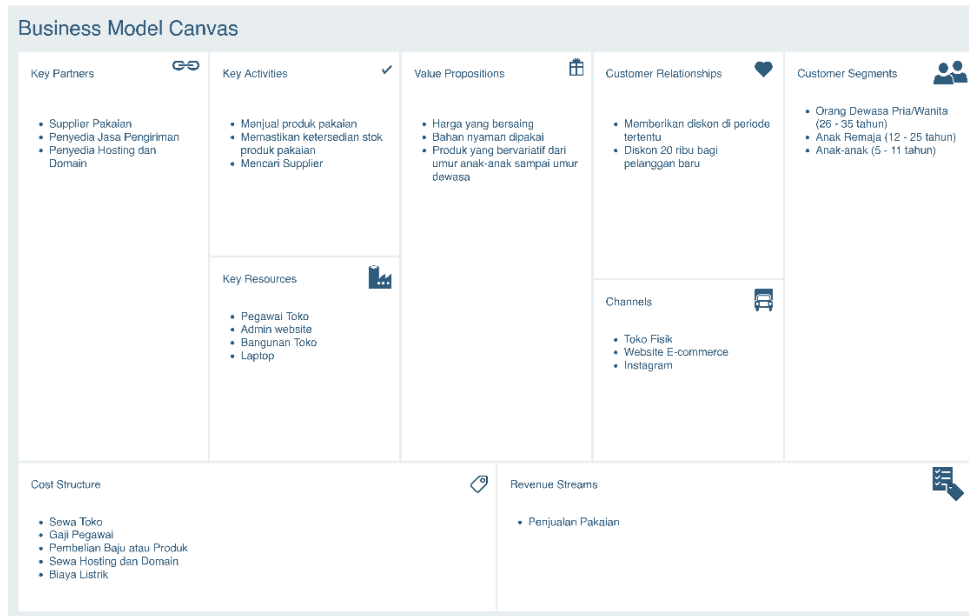
2.4 Metodologi Analisis

Metodologi analisis yang diaplikasi dalam riset ini menggunakan jenis *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* merupakan alat yang dipakai untuk mendefinisikan, menganalisis dan mendesain model bisnis di suatu tempat bisnis usaha. *Business Model Canvas* juga dapat digunakan dalam menentukan dari mana suatu perusahaan melakukan perubahan terhadap model bisnisnya[7]. Metode *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk menciptakan model usaha yang baru agar mendapatkan model usaha yang lebih baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Business Model Canvas*

Model bisnis yang diusulkan digambarkan dalam bentuk BMC, dimana model ini terdiri dari 9 blok. *Business Model Canvas* dapat dilihat pada Gambar 2.



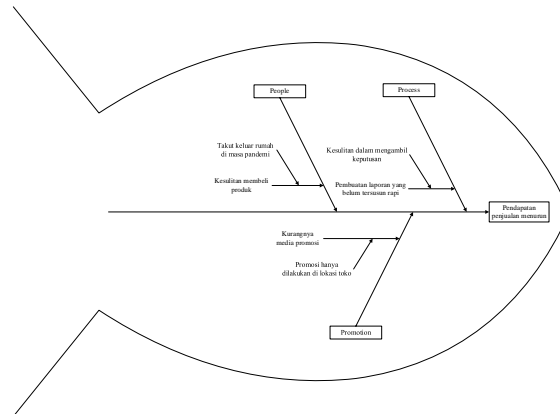
Gambar 2. *Business Model Canvas*

Pada Gambar 2 menampilkan hasil analisis yang menunjukkan beberapa komponen pada toko Nani H. Dudung, penjelasan komponen-komponen sebagai berikut:

- Customer Segment* target utama pelanggan yang menjadi fokus penjualan yaitu anak-anak rentang umur 5 sampai 11 tahun, remaja rentang umur 12 sampai 25 tahun dan orang dewasa pria maupun wanita rentang umur 26 sampai 35 tahun.
- Value Proposition* merupakan keunggulan yang diberikan oleh toko Nani H. Dudung untuk para pelanggan melalui produknya. Keunggulan produk yang diberikan oleh toko Nani H. Dudung kepada pelanggannya yaitu:
 - Memiliki harga yang bersaing.
 - Memiliki bahan yang berkualitas sehingga nyaman dipakai
 - Memiliki produk yang bervariasi dari umur anak-anak hingga umur dewasa.
- Channels* cara toko menjangkau pelanggan yaitu dengan memberikan informasi penjualan produk melalui media sosial yaitu Instagram. Selain itu juga menggunakan *website* e-commerce dan toko fisik.
- Customer Relationships* strategi yang dijalankan pada toko Nani H. Dudung bertujuan untuk menjalin hubungan dengan para pelanggan yaitu dengan memberikan diskon di periode tertentu dan kupon senilai 20 ribu rupiah bagi pengguna baru.
- Revenue Streams* sumber penghasilan yang didapatkan oleh toko Nani H. Dudung dari hasil penjualan produk pakaian.
- Key Resource* Sumber daya yang diperlukan toko Nani H. Dudung dalam mencapai tujuan keberhasilannya yaitu pegawai, bangunan toko, internet, dan laptop.
- Key Activities* Merupakan kegiatan-kegiatan produktivitas bisnis yang dilakukan oleh toko Nani H. Dudung terkait sebuah produk dengan menjual produk pakaian, memastikan ketersediaan stok produk, dan mencari *supplier*.
- Key Partners* Supaya kegiatan bisnis berjalan dengan baik, toko Nani H. Dudung bekerja sama dengan *supplier*, *reseller*, penyedia jasa pengiriman JNE, dan penyedia *hosting* dan *domain*.
- Cost Structure* Biaya pengeluaran yang dikeluarkan oleh toko Nani H. Dudung yaitu menggaji pegawai (sales), sewa toko, pembelian produk, biaya listrik sewa *hosting* dan *domain*.

3.2 Analisis Masalah

Fishbone Diagram atau sebelumnya dikenal juga dengan Ishikawa diagram merupakan metode atau alat yang digunakan untuk menemukan penyebab dari suatu permasalahan[8]. Terdapat 3 kategori dalam analisis masalah yaitu process, promotion dan people. Pada kategori promotion kurangnya media promosi karena promosi hanya dilakukan di toko saja. Pada kategori people jumlah transaksi penjualan harian yang tidak mencapai target karena calon pelanggan enggan berbelanja secara langsung ke toko di masa pandemi saat ini. Pada kategori process pembuatan laporan yang belum tersusun rapi sehingga pemilik toko kesulitan dalam mengambil keputusan. *Fishbone Diagram* dapat dilihat pada Gambar 3.



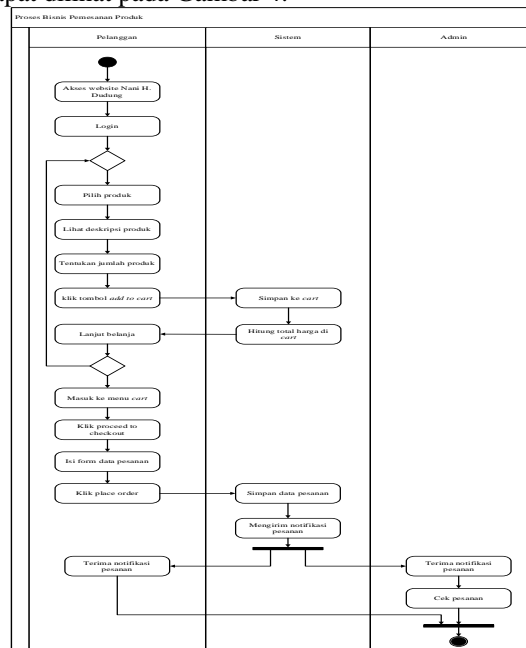
Gambar 3. Fishbone Diagram

3.3 Proses Bisnis Usulan

Pada proses bisnis usulan dijabarkan menggunakan *activity diagram*. *Activity diagram* adalah suatu model yang memvisualisasikan sistem kerja suatu objek, *activity diagram* digambarkan dengan alur secara terstruktur diproses dari titik awal sampai titik terakhir, setiap kegiatan digambarkan dengan simbol-simbol sesuai fungsinya[9].

a. Proses Bisnis Pemesanan Produk

Pelanggan mengakses website Nani H. Dudung terlebih dahulu setelah itu melakukan login. Pelanggan pilih produk yang ingin dibeli setelah itu memastikan deskripsi dan jumlah barang yang diinginkan lalu klik tombol *add to cart*. Setelah pelanggan memasukkan produk yang ingin dibeli ke dalam *cart* (keranjang) lalu pelanggan masuk ke dalam menu *Cart* lalu pilih tombol *proceed to checkout* lalu isi form data pesanan dan klik tombol *place order*. Pelanggan dan admin akan menerima notifikasi melalui email setelah itu admin akan mengecek pesanan. Activity Diagram Pemesanan Produk dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Activity Diagram Pemesanan Produk

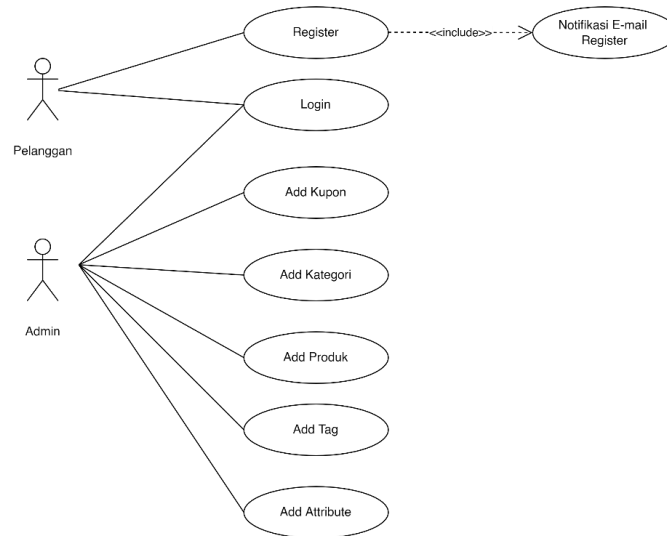
3.4 Use Case Diagram

Use Case Diagram merupakan fungsional pada sebuah sistem, dimana terdapat use case dan aktor sebagai kunci skenario kebutuhan sistem, setiap use case saling terhubung menggunakan garis notasi[9]. Pada perancangan terdapat beberapa *use case* sebagai berikut:

a. Use Case Diagram Master

Pelanggan dapat menggunakan fitur *register* jika *register* berhasil akan menerima notifikasi e-mail pendaftaran berhasil dan dapat menggunakan fitur login. Sedangkan admin dapat melakukan *login* beserta dapat

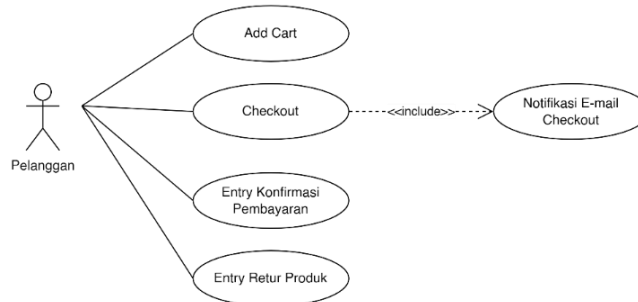
menambahkan kupon, produk, kategori, tag dan attribute. Use Case Diagram Master dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Use Case Diagram Master

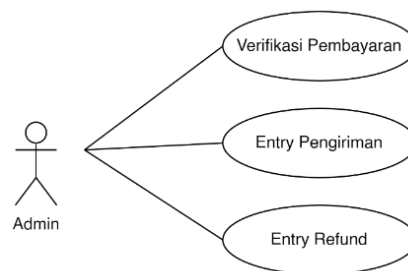
b. Use Case Diagram Transaksi

Pelanggan dapat menambahkan produk ke dalam keranjang, melakukan checkout beserta menerima notifikasi e-mail bahwa checkout telah berhasil, konfirmasi pembayaran, dan melakukan retur produk. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

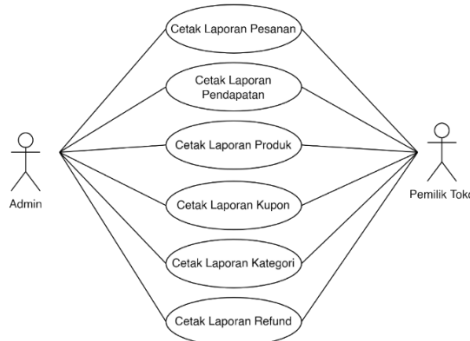
Admin dapat melakukan verifikasi pembayaran, memasukkan nomor resi pengiriman, dan juga dapat melakukan pengembalian dana. Use Case Diagram Transaksi Admin dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Use Case Diagram Transaksi Admin

c. Use Case Diagram Laporan

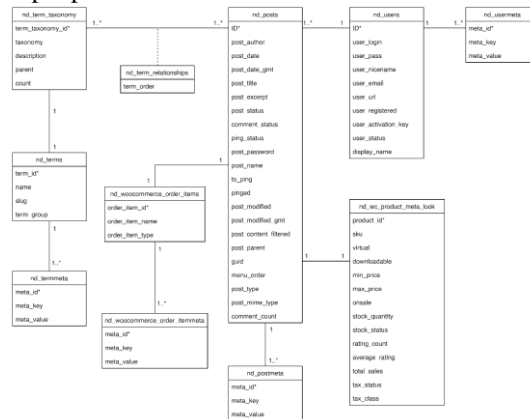
Admin dan Pemilik toko dapat mencetak laporan pesanan, pendapatan, produk, kupon, kategori, dan refund. Use Case Diagram Laporan dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Use Case Diagram Laporan

3.5 Class Diagram

Class Diagram merupakan class yang saling terhubung dan tiap-tiap class memiliki penjelasan rinci dalam model desain sistem, dan juga menunjukkan peraturan dan tanggung jawab setiap entitas yang mendefinisikan perilaku sistem[10]. Class Diagram menggambarkan struktur sistem dengan menunjukkan sistem class, atribut, diantara hubungan objek Pada perancangan e-commerce memiliki beberapa tabel yaitu nd_users, nd_usermeta, nd_post, nd_postmeta, nd_term_relationships, nd_term_taxonomy, nd_terms, nd_termmeta, nd_woocommerce_order_items, nd_woocommerce_order_itemmeta, nd_wc_product_meta_lookup. terdapat 11 class. Class Diagram dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Class Diagram

3.6 Strategi Search Engine Optimization (SEO)

Setelah implementasi sistem e-commerce, selanjutnya mengoptimalkan SEO. SEO dapat membantu untuk meningkatkan penjualan dan promosi serta mempengaruhi peningkatan pengunjung website. Selain itu SEO juga mempercepat website atau produk terindeks oleh Google. Dalam melakukan strategi SEO menggunakan plugin Yoast SEO untuk mempermudah dalam pengoptimalan SEO. Pada Gambar 10 menampilkan hasil penggunaan strategi SEO pada mesin pencari Google dengan kata kunci “midi muslim kerah” yang muncul di halaman kedua.



Gambar 10. Hasil Pencarian pada Google

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari identifikasi masalah hingga hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa dengan adanya fitur katalog produk, *cart*, dan *checkout* pada *website* e-commerce maka pelanggan dapat melakukan transaksi tanpa harus langsung ke toko. Dengan adanya fitur kupon dan *banner* pada *website* e-commerce sebagai media promosi untuk memberikan diskon atau penawaran khusus. Dengan adanya fitur cetak laporan produk, kategori, pendapatan, penjualan, kupon dan *refund* diharapkan dapat memudahkan pemilik toko dalam mengambil keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Handayani, “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi KaHandayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2), 182–189. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v10i2.310>,” *Ilk. J. Ilm.*, vol. 10, no. 2, pp. 182–189, 2018.
- [2] D. Riandika and A. U. Hamdani, “Implementasi E-Commerce Dengan Teknik SEO dan Strategi Pemasaran 4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Aksesoris Motor Pada XYZ Motoshop,” vol. 4, pp. 785–796, 2020, doi: 10.30865/mib.v4i3.2242.
- [3] M. A. H. Andi Agus Salim, Soni Fajar Surya Gumilang, “Pengembangan Aplikasi E-Commerce Berbasis Website Menggunakan Content Management System (Cms) Wordpress Pada Startup Hardcraft . Id Development of E-Commerce Applications Based on Website Using Content,” *e-Proceeding Eng.*, vol. 5, no. 2, pp. 3269–3277, 2018.
- [4] Suendri and N. Novita, “Implementasi Plugin Mathjax Untuk Menampilkan Equation Interaktif Pada Media Pembelajaran Matematika Berbasis Web Menggunakan Cms Wordpress,” *AXIOM J. Pendidik. dan Mat.*, vol. 7, no. 1, pp. 10–17, 2018, doi: 10.30821/axiom.v7i1.1763.
- [5] O. Alexander and U. Supriyadi, *Mudah&Praktis Membuat Website Keren Menggunakan Wordpress*. Media Sains Indonesia, 2021. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=14xCEAAAQBAJ>
- [6] Hasanudin and N. Widiyasono, “Implementasi Yoast Seo Dan Optimasi Keyword Untuk Meningkatkan Rank Pada Google Search Engine Result Page (Serp),” vol. 7, no. 2, p. 2021, 2021.
- [7] R. P. Pratama and E. Azis, “Analisis Model Bisnis Dengan Pendekatan Busnises Model Canvas (Studi Kaus MxD),” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2018.
- [8] 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.
- [9] W. Aliman, “Perancangan Perangkat Lunak Untuk Menggambar Diagram Berbasis Android,” *Syntax Lit. J. Ilm. Indones.*, vol. 6, no. 6, p. 6, 2021.
- [10] H. F. Siregar, Y. H. Siregar, and Melani, “Perancangan Aplikasi Komik Hadist Berbasis Multimedia. *JurTI (Jurnal Teknologi Informasi)*, 2(2), 113-121.,” *JurTI (Jurnal Teknol. Informasi)*, vol. 2, no. 2, pp. 113–121, 2018, [Online]. Available: <http://www.jurnal.una.ac.id/index.php/jurti/article/view/425>