

## PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE UNTUK MENDUKUNG PENJUALAN TOKO BERKAH JAYA PRIMA

Muhammad Alfain Asshidiqi<sup>1\*</sup>, Ita Novita<sup>2</sup>

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

Email: <sup>1\*</sup>alfain17@gmail.com, <sup>2</sup>ita.novita@budiluhur.ac.id  
(\* : corresponding author)

**Abstrak**-Toko Berkah Jaya Prima merupakan bisnis yang produk *snack* atau makanan ringan dengan berbagai macam jenis makanan ringan yang terletak di Jalan WR. Supratman, Pondok Ranji, Ciputat Timur. Saat ini, proses transaksi penjualan berlangsung dengan pelanggan datang ke toko untuk memilih produk yang diinginkan. Setelah itu, pegawai akan melakukan proses pembayaran dan memberikan struk kepada pelanggan sebagai bukti transaksi yang telah dilakukan. Permasalahan yang dihadapi adalah keberadaan toko fisik yang hanya terbatas pada satu lokasi dan terletak di daerah kurang strategis dan memiliki persaingan bisnis di daerah Pondok Ranji. Selain itu, Toko Berkah Jaya Prima menyadari bahwa sistem bisnis yang sedang diterapkan saat ini belum mencapai tingkat optimal, yang mengakibatkan kinerja penjualan yang belum sepenuhnya optimal dan juga belum memiliki sarana promosi yang memadai. Berdasarkan isu tersebut, penulis mengajukan usulan pembuatan *platform E-Commerce* guna mengatasi tantangan yang dihadapi oleh toko Berkah Jaya Prima. Penulis memanfaatkan *Content Management System (CMS)* berfungsi sebagai alat dalam proses pembuatan situs web, serta memanfaatkan ekstensi tambahan guna mendukung berbagai keperluan *website*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dengan pemilik dan staf toko, observasi langsung terhadap jalannya proses bisnis, serta kajian literatur dengan merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya. Penulis merancang model bisnis menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*, sementara pemodelan sistemnya dengan memakai *Unified Modeling Language (UML)*. Hasil yang diperoleh dari studi ini yaitu platform *E-Commerce* yang berfungsi sebagai alat promosi untuk meningkatkan penjualan produk dengan optimal. Dengan adanya *E-Commerce* ini, peluang untuk menjangkau pelanggan di luar area toko akan terbuka, menciptakan saluran penjualan baru yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan untuk Berkah Jaya Prima.

**Kata Kunci:** *e-commerce, content management system, wordpress, search engine optimization*

### ***E-COMMERCE WEBSITE DESIGN TO SUPPORT BERKAH JAYA PRIMA STORE SALES***

**Abstract**- Berkah Jaya Prima is a business that sells snacks or snacks with various types of snacks, which is located on Jalan WR. Supratman, Pondok Ranji, East Ciputat. Currently, the sales transaction process takes place with customers coming to the store to select the desired product. After that, the employee will process the payment and give a receipt to the customer as proof of the transaction that has been made. The problem faced is the existence of physical stores which are only limited to one location and are located in less strategic areas and have business competition in the Pondok Ranji area. In addition, Berkah Jaya Prima realizes that the business system that is currently being implemented has not yet reached an optimal level, which results in sales performance that is not yet fully optimal and also does not have adequate promotional facilities. Based on these issues, the author proposes to create an *E-Commerce platform* to overcome the challenges faced by the Berkah Jaya Prima store. The author utilizes the *Content Management System (CMS)* to function as a tool in the website creation process, as well as utilizing additional extensions to support various website needs. The data collection method used was interviews with store owners and staff, direct observation of the running of business processes, as well as literature review with reference to previous studies. The author designed a business model using the *Business Model Canvas (BMC)*, while system modeling used the *Unified Modeling Language (UML)*. The results obtained from this study are the *E-Commerce platform* which functions as a promotional tool to optimally increase product sales. With this *E-Commerce*, opportunities to reach customers outside the store area will open up, creating new sales channels that are expected to increase revenue for Berkah Jaya Prima.

**Keywords:** *e-commerce, content management system, wordpress, search engine optimization*

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi makin maju, mempercepat penyebaran informasi dan mencakup segala segi kehidupan. Kini, segala aktivitas sangat bergantung pada kecanggihan teknologi, termasuk di dunia bisnis. *E-commerce* adalah kegiatan membeli atau menjual secara elektronik yang dilakukan pada jaringan internet [1]. Dalam dunia bisnis, kini *e-commerce* memainkan peran kunci dalam perkembangan bisnis. Dengan *e-commerce*, para pengusaha dapat memasarkan produknya secara luas tanpa harus membuka cabang di berbagai daerah. Toko Berkah Jaya Prima memiliki usaha penjualan produk *snack* atau makanan ringan dengan berbagai macam variasi

makanan ringan, dengan harga yang terjangkau, memiliki kualitas yang baik, dan terjamin kehalalannya. Toko Berkah Jaya Prima kini masih melakukan penjualan produk secara *offline* melalui toko fisik di mana pelanggan datang langsung ke toko yang terletak di Jl. WR. Supratman, Pondok Ranji, Ciputat Timur. Hal ini menyebabkan penjualan yang kurang maksimal, wilayah pemasaran yang terbatas serta sulitnya mendapatkan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, peneliti menyarankan agar digunakan *website e-commerce* untuk mengatasi permasalahan tersebut. Diharapkan dengan adanya situs *e-commerce* ini dapat memaksimalkan penjualan, memperluas wilayah pasar dan mendapatkan pelanggan baru untuk berbelanja di toko Berkah Jaya Prima serta berkontribusi dalam pengembangan unit usaha.

Pada penelitian ini, penulis melakukan studi literatur dengan meninjau penelitian sebelumnya sebagai referensi. Dalam penelitian sebelumnya, permasalahan yang teridentifikasi meliputi ketidaktersediaan laporan bagi pemilik usaha serta kebutuhan bagi pembeli untuk menghubungi toko guna mendapatkan informasi secara lebih rinci. Selain itu, kendala lain meliputi cakupan pemasaran dan promosi produk yang terbatas. Hasil dari studi ini adalah pemilik memiliki kemampuan untuk mengakses dan memperoleh laporan penjualan yang tercatat dalam web. Pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi produk, sementara promosi dilakukan melalui platform situs web dan pemanfaatan strategi *SEO* untuk mempermudah pencarian produk. [2]. Dalam penelitian yang berbeda, permasalahan yang timbul meliputi keterbatasan efektivitas pemasaran produk yang dijual serta hambatan dalam mengatur dan mengelola laporan dan informasi data. Dari hasil studi ini, bahwa pemilik toko memutuskan untuk mengadopsi sistem informasi berbasis *wordpress* guna menggantikan peran pihak ketiga dalam tugas-tugas seperti pembuatan laporan, pemantauan stok, dan lainnya [3].

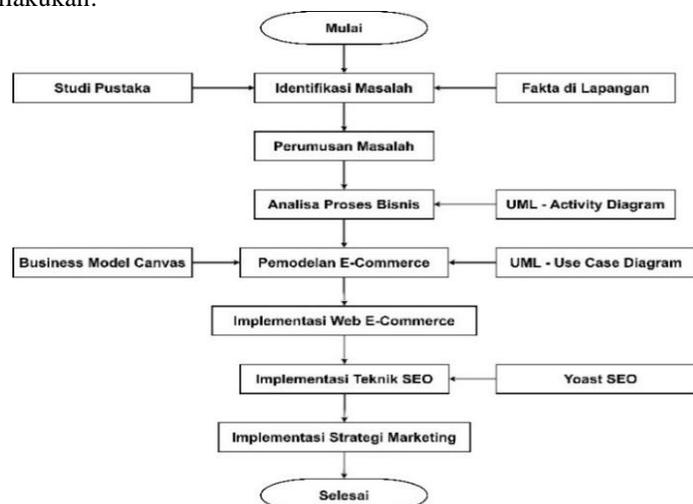
Dalam penelitian lain, masalah yang muncul adalah kesulitan bagi pelanggan dalam mengakses informasi produk serta kurangnya efisiensi dalam sistem manajemen. Sebagai respons, sebuah platform *e-commerce* dibuat untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi. [4]. Pada penelitian lain membahas kesulitan saat pengecekan bukti transfer, banyak *chat* yang masuk sehingga kesulitan saat mencari *chat* dari pembeli, dan pemasaran produk kurang luas. Dengan adanya *website e-commerce* pembeli bisa langsung mengunjungi *website* toko, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan loyalitas pembeli, dan memudahkan pengontrolan stok [5]. Penelitian selanjutnya juga memiliki masalah seperti kurang maksimalnya media pemasaran, kepercayaan pelanggan kurang karena tidak memiliki *website* resmi, dan terjadi kekeliruan dalam proses pengerjaan pemesanan dan perhitungannya. Dengan adanya *website e-commerce* diharapkan penjualan akan menjadi lebih maksimal, menambah rasa kepercayaan pelanggan, dan mengurangi kekeliruan dalam proses pengelolaan pesanan dan perhitungan [6].

Dari rangkuman literatur yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat variasi dalam *tools* yang dimanfaatkan oleh peneliti dan studi sebelumnya. Sementara peneliti menggunakan *Content Management System (CMS)*, beberapa penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan manual melalui pengkodean menggunakan bahasa pemrograman seperti *php*, *html*, dan *javascript*, kadang dengan dukungan dari suatu *framework*.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian menjelaskan secara menyeluruh langkah-langkah sistematis yang dilakukan dalam penelitian dari awal sampai akhir yang disajikan dalam bentuk gambar diagram alir. Gambar 1 menampilkan tahapan penelitian yang dilakukan.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Berikut merupakan uraian penelitian dari setiap langkah penelitian yang dilakukan:

- a. Identifikasi Masalah: Proses awal penelitian dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan melalui tahap wawancara untuk memahami masalah yang dihadapi dalam menjalankan bisnis. Identifikasi masalah juga ditekankan melalui literatur terhadap penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang dibahas.
- b. Perumusan Masalah: Setelah proses identifikasi masalah dilakukan, terbentuk rumusan masalah yang mengajukan pertanyaan tentang bagaimana penerapan *e-commerce* dapat mengatasi masalah yang sedang dihadapi.
- c. Analisa Proses Bisnis: Pada langkah ini, sejumlah *tools* dipakai untuk menganalisa proses bisnis. *Activity diagram* digunakan untuk mengilustrasikan aliran proses bisnis, *Fishbone diagram* digunakan untuk mengevaluasi kendala yang dihadapi, dan *Business Model Canvas* digunakan untuk menggambarkan konsep bisnis.
- d. Pemodelan *E-Commerce*: Tahap berikutnya adalah merancang model *e-commerce* menggunakan *use case diagram* untuk mengilustrasikan hubungan antara aktor dan sistem, serta mengidentifikasi berbagai fungsi yang ada dalam sistem.
- e. Implementasi Web *E-Commerce*: Langkah berikutnya ialah melaksanakan pembuatan situs web *e-commerce* dengan menggunakan *CMS wordpress*, ditambah dengan *WooCommerce* dan *plugin* tambahan untuk mendirikan *platform website* tersebut.
- f. Implementasi Teknik *SEO*: Strategi *SEO* digunakan pada *platform e-commerce* untuk menaikkan jumlah kunjungan situs web, dengan menerapkan berbagai langkah guna memastikan bahwa situs web dapat tampil di halaman utama hasil pencarian mesin pencari.
- g. Implementasi Strategi *Marketing*: Agar penjualan di toko *e-commerce* meningkat, tidak cukup dengan mengoptimalkan peringkat di mesin pencari. Oleh karena itu, diperlukan penerapan strategi pemasaran untuk memikat minat pengunjung situs web agar mereka tertarik untuk melakukan pembelian produk.

## 2.2 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan selama penelitian, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Wawancara: Wawancara merupakan metode pengumpulan data secara langsung atau tatap muka, dengan melakukan tanya jawab secara langsung antar dua pihak, di mana pihak pertama adalah pewawancara dan pihak kedua adalah narasumber. Metode yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang rangkaian proses bisnis transaksi yang terjadi di toko Berkah Jaya Prima.
- b. Pengamatan: Pengamatan merupakan metode untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian dan kemudian membuat kesimpulan dari semua rangkaian kegiatan pengamatan pada objek tersebut.
- c. Studi Literatur: Studi Pustaka dilakukan guna menggali penelitian sebelumnya yang telah dijalankan pada objek yang sama dengan penelitian ini. Hal ini dilakukan dengan membaca karya ilmiah seperti tugas akhir dan buku, serta dengan menggunakan *Google Scholar* untuk mencari jurnal terkait. Setelah itu, penulis akan memahami substansi dari referensi yang ditemukan, guna mendapatkan pemahaman mengenai hasil penelitian sebelumnya. Informasi ini kemudian digunakan sebagai titik perbandingan dengan sistem yang akan dikembangkan.

## 2.3 Tahapan Perancangan Website *E-Commerce*

- a. Perancangan Kebutuhan *Website*: Dalam langkah ini, peneliti merencanakan kebutuhan untuk *platform E-Commerce* agar dapat beroperasi sesuai dengan keperluan yang diinginkan. Proses ini menghasilkan rancangan kebutuhan sistem yang diilustrasikan melalui *use case diagram*.
- b. Perancangan Desain Layar: Dalam tahapan ini, dilakukan perancangan tampilan sebagai landasan awal dalam pembuatan situs web *e-commerce* memanfaatkan *adobe XD*.
- c. Implementasi *Website*: Pada langkah implementasi situs web, digunakan *cms wordpress* sebagai *tools* dalam pendiri situs web, serta memanfaatkan *plugin-plugin* pendukung yang berperan dalam memenuhi kebutuhan *e-commerce* pada *platform* tersebut.

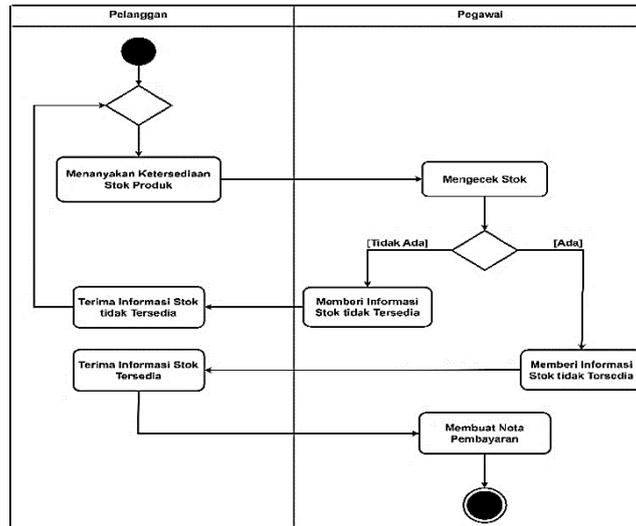
## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Analisa Proses Sistem Berjalan

Analisa proses sistem berjalan dilakukan dengan memakai *tools Activity Diagram*.

### 3.1.1 Proses Pemesanan

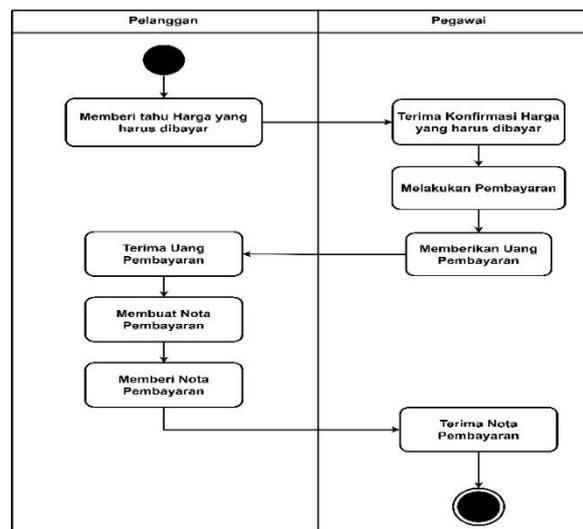
Pada Gambar 2, Pelanggan yang ingin membeli produk datang ke toko, mereka dapat memilih produk yang hendak dibeli. Kemudian, mereka berinteraksi dengan pegawai untuk menanyakan harga dan ketersediaan produk. Pegawai akan memeriksa harga dan juga ketersediaan barang. Selanjutnya pegawai akan memberi keterangan harga dan ketersediaan barang. Apabila barang tidak ada, pelanggan dapat memilih barang lain sebagai alternatif. Jika barang tersedia, pegawai akan memberikan nota dan pelanggan dapat melakukan proses pembayaran.



Gambar 2. Activity Diagram Proses Pemesanan

### 3.1.2 Proses Pembayaran

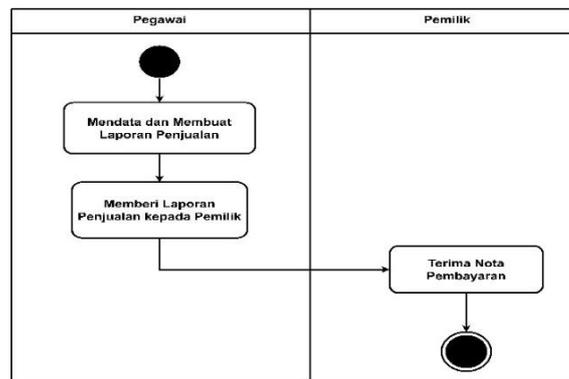
Pada Gambar 3, Pegawai akan menginformasikan jumlah total belanja dan melanjutkan proses pembayaran. Selanjutnya pelanggan akan menyelesaikan pembayaran sesuai dengan nominal yang harus dibayarkan, kemudian pegawai akan memberikan struk sebagai bukti transaksi.



Gambar 3. Activity Diagram Proses Pembayaran

### 3.1.3 Proses Pembuatan Laporan

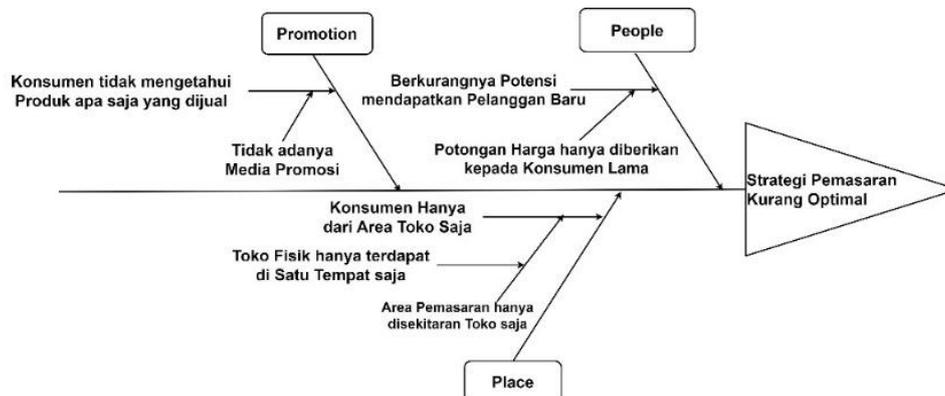
Pada Gambar 4, Pegawai akan mencatat dan menyusun laporan penjualan untuk kemudian disampaikan kepada pemilik. Setelah itu, pegawai akan melakukan verifikasi ulang terhadap laporan penjualan dan menyampaikannya kepada pemilik toko.



Gambar 4. Activity Diagram Proses Pembuatan Laporan

### 3.2 Fishbone Diagram

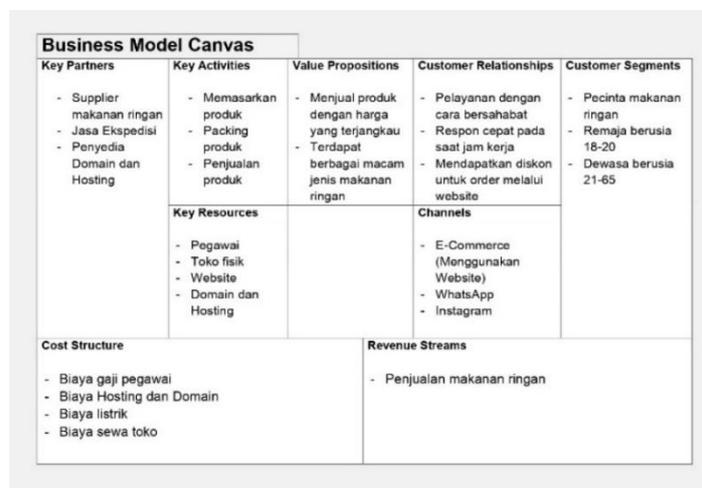
Fishbone diagram adalah tools untuk mengidentifikasi masalah yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat. [7]. Di bawah ini adalah hasil dari analisis masalah yang direpresentasikan melalui fishbone diagram pada Gambar 5.



Gambar 5. Fishbone Diagram

### 3.3 Business Model Canvas

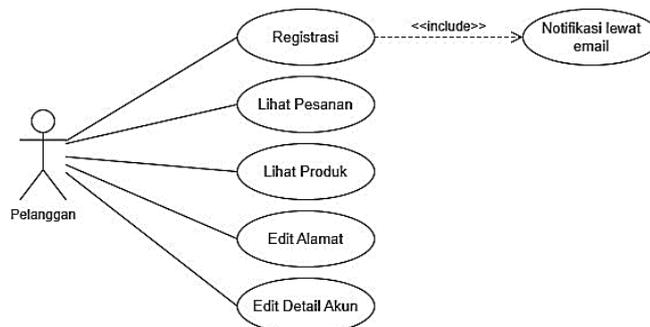
Business Model Canvas merupakan representasi visual dari rencana model bisnis yang akan dijalankan. Ini berbentuk lembaran kertas yang memuat penjelasan tentang strategi-strategi yang esensial bagi kesuksesan suatu usaha. Metode ini akan mendorong para pengusaha untuk mengungkapkan gagasan bisnis secara tertulis dalam satu lembar kertas, memungkinkan untuk merinci gambaran bisnis, mengidentifikasi potensi kekurangan, serta menguji strategi yang diusulkan [8]. Berikut Sembilan elemen dari business model canvas pada Gambar 6.



Gambar 6. Business Model Canvas

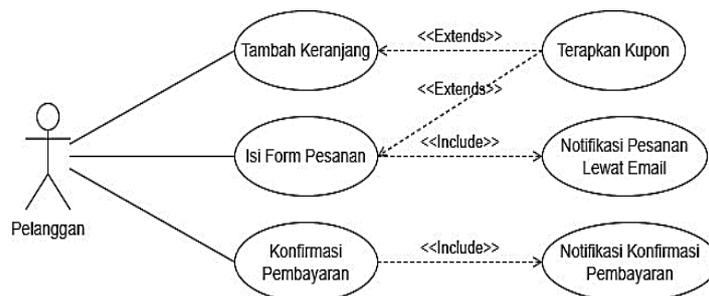
### 3.4 Use Case Diagram

Use case diagram adalah diagram yang secara ilustratif menjelaskan relasi antar *user* sistem dan sistem yang dipakai [9]. Pemodelan untuk *website* Berkah Jaya Prima dikelompokkan ke dalam lima *use case* diagram yang meliputi master pelanggan, transaksi pelanggan, master admin, transaksi admin, dan laporan admin. Use case diagram *master* pelanggan berisi kegiatan berupa daftar akun, melihat pesanan, melihat produk, sunting alamat, sunting akun use case diagram *master* pelanggan. Tersedia dalam ilustrasi yang ditunjukkan pada Gambar 7.



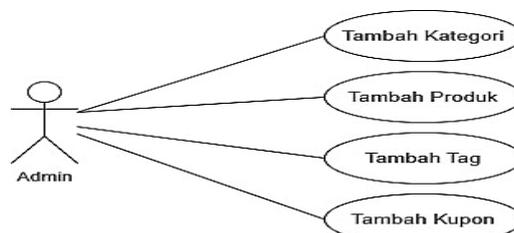
Gambar 7. Use Case Diagram Master Pelanggan

Use case diagram transaksi pelanggan menggambarkan tindakan pelanggan. Seperti menambahkan item ke keranjang, menerapkan kupon, mengisi formulir pesanan, dan mengonfirmasi pembayaran. Tersedia dalam ilustrasi yang ditunjukkan pada Gambar 8.



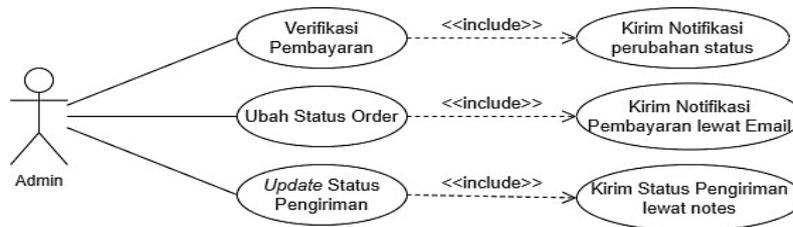
Gambar 8. Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

Use case Diagram *master* admin berisi kegiatan admin seperti menambahkan kategori, menambahkan produk, menambahkan tag, dan menambahkan kupon baru. Tersedia dalam ilustrasi yang ditunjukkan pada Gambar 9.



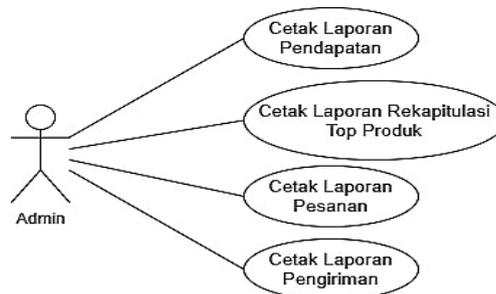
Gambar 9. Use Case Diagram Master Admin

Use Case Diagram Transaksi Admin berisi kegiatan berupa ubah status order, verifikasi pembayaran, dan update status pengiriman. Tersedia dalam ilustrasi yang ditunjukkan pada Gambar 10.



Gambar 10. Use Case Diagram Transaksi Admin

Use Case Diagram laporan berisi kegiatan seperti mencetak laporan penjualan, mencetak laporan pemesanan, mencetak laporan produk terlaris dan mencetak laporan pengiriman. Tersedia dalam ilustrasi yang ditunjukkan pada Gambar 11.



Gambar 11. Use Case Diagram Laporan

### 3.5 Tampilan Layar Website

#### 3.5.1 Tampilan Beranda Website

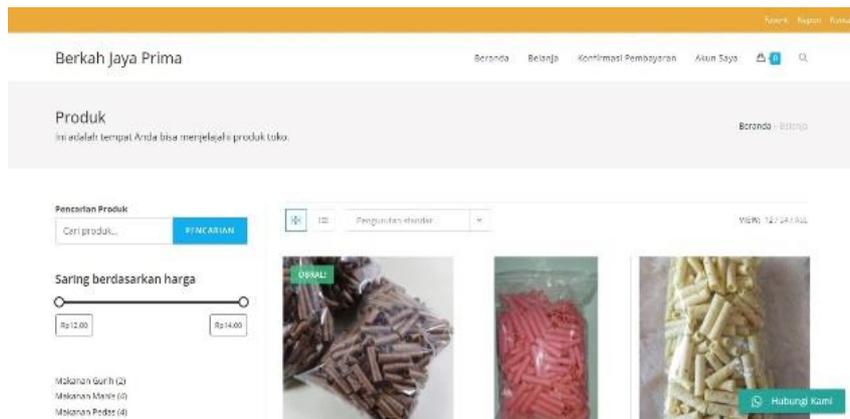
Halaman utama website ditampilkan pada Gambar 12 dimana pengunjung dapat memilih produk dengan mengklik menu belanja untuk menelusuri produk yang tersedia atau memilih kategori untuk melihat produk berdasarkan kategori tertentu. Kemudian, pengunjung juga diberikan kesempatan untuk mengonfirmasi pembayaran dan memperbarui informasi akun melalui menu “Akun Saya”.



Gambar 12. Tampilan Home Website

#### 3.5.2 Tampilan Halaman Belanja Website

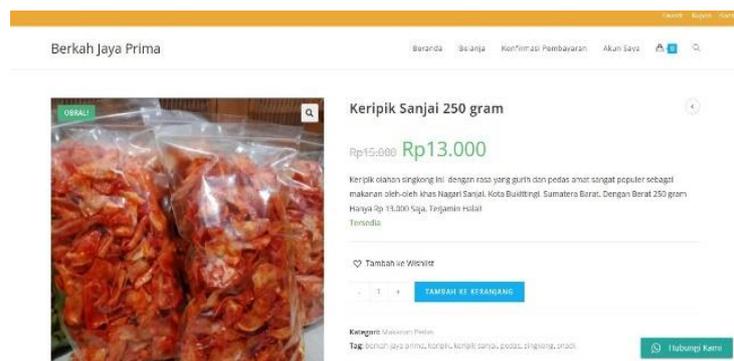
Di halaman belanja sebagaimana diperlihatkan pada Gambar 13, Pengunjung memiliki kemampuan untuk melihat daftar produk yang tersedia, melakukan pencarian produk, serta menambahkan produk pilihan ke dalam keranjang belanja.



Gambar 13. Tampilan Belanja Website

### 3.5.3 Tampilan Halaman Produk Website

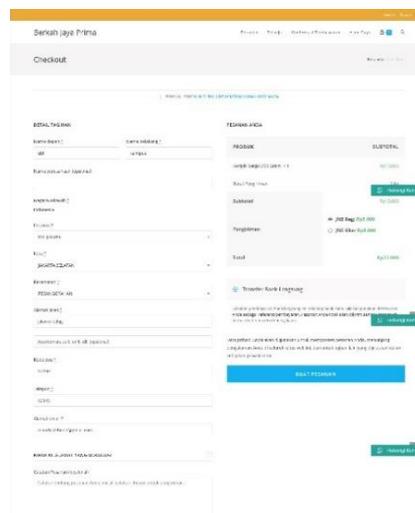
Halaman produk sebagaimana diperlihatkan pada Gambar 14. Ditampilkan ketika pengunjung mengklik produk yang diminati, halaman ini memuat informasi seperti nama produk, harga, dan deskripsi produk. Pelanggan memiliki opsi untuk memasukkan produk ke dalam keranjang belanja atau langsung melakukan pembelian.



Gambar 14. Tampilan Halaman Produk Website

### 3.5.4 Tampilan Halaman Checkout

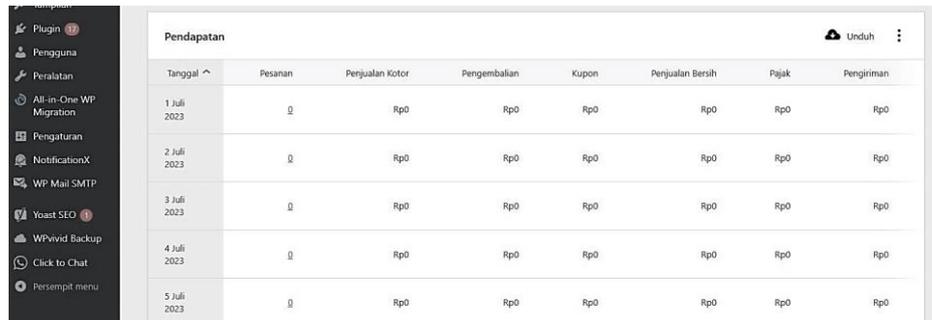
Tampilan halaman *checkout* di Gambar 15 memuat informasi tentang alamat pengiriman dan total biaya yang harus dibayarkan. Setelah mengklik opsi "Buat Pesanan," pelanggan dapat melanjutkan untuk melakukan pembayaran.



Gambar 15. Tampilan Halaman *Checkout*

### 3.6 Hasil Tampilan Laporan Pendapatan

Admin akan mencetak laporan pendapatan secara bulanan dan menyerahkannya kepada pemilik toko. Informasi ini dapat diakses dalam Gambar 16. Proses pencetakan laporan pendapatan dilakukan melalui menu "analytics" di dalam menu *WordPress*, di mana laporan pendapatan tersebut akan dicetak oleh admin.

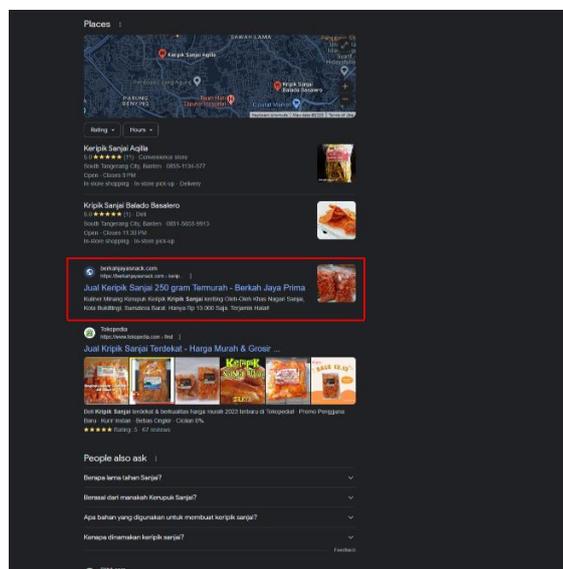


Tanggal	Pesanan	Penjualan Kotor	Pengembalian	Kupon	Penjualan Bersih	Pajak	Pengiriman
1 Juli 2023	0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
2 Juli 2023	0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
3 Juli 2023	0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
4 Juli 2023	0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
5 Juli 2023	0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0

Gambar 16. Tampilan Halaman Laporan Pendapatan

### 3.7 Hasil Pengujian Strategi SEO (*Search Engine Optimization*)

*Search Engine Optimization (SEO)* merupakan pendekatan yang sistematis digunakan untuk meningkatkan peringkat sebuah situs web perusahaan dalam hasil pencarian mesin pencari secara alami, terkait dengan kata kunci yang dicari oleh *user* [10]. Teknik yang diterapkan adalah *SEO On Page*, yang melibatkan langkah-langkah seperti penelitian kata kunci dengan menggunakan *Ubbersuggest*, pembuatan deskripsi produk, penerapan teks alternatif pada gambar, serta penggunaan *tag* produk. Dalam rangka mempercepat efektivitasnya, Penggunaan *Plugin Yoast SEO* juga dimanfaatkan oleh penulis guna mempercepat proses pengoptimalan di situs web. Optimasi pencarian *SEO* dengan menggunakan kata kunci "keripik sanjai" berhasil pada halaman pertama pada tanggal 12 juni 2023 seperti pada Gambar 17.



Gambar 17. Hasil Pencarian *Google Search*

### 3.8 Strategi Marketing

Penulis memanfaatkan *platform* media sosial sebagai alat untuk mengundang pelanggan agar mengunjungi situs web *e-commerce*. Sosial media *marketing* merujuk pada strategi pemasaran *online* yang melibatkan penciptaan dan distribusi konten melalui media sosial dengan tujuan membangun *merk* dan meningkatkan promosi. [11]. Platform media sosial yang dimanfaatkan adalah *Instagram*, dimana postingan dipublikasikan dengan

mengandung tautan menuju situs web *e-commerce*. Ini memungkinkan pengguna *Instagram* untuk melakukan pembelian produk melalui situs web tersebut.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan diskusi di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dengan menerapkan model *E-Commerce* pada toko Berkah Jaya Prima, pemilik toko memiliki kesempatan untuk memperluas cakupan pemasaran. Dengan menggunakan *E-Commerce* sebagai medium untuk mempromosikan produk, pemilik juga dapat mengiklankan produk-produk baru dan yang sudah ada di toko, serta mampu menjangkau pelanggan yang berada di luar wilayah cakupan toko tersebut. Adapun saran untuk penelitian lebih lanjut dalam mengembangkan model *E-Commerce* yaitu, dengan memperbarui *plugin* secara berkala, membuat konten penggunaan *website*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Hermiati, A. Asnawati, and I. Kanedi, "Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan Database MYSQL," *Jurnal Media Infotama*, vol. 17, no. 1, Feb. 2021, doi: 10.37676/jmi.v17i1.1317.
- [2] H. Hasugian, "Analisis dan Perancangan E-Commerce Menggunakan Content Management System Wordpress pada Kayra Nu Hijab," *Indonesia Journal Information System (IDEALIS)*, vol. 5, no. 1, 2022.
- [3] S. Santosa dan H. Ismaya, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan CMS Wordpress Pada Toko Importir Laptop Bandung," *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, vol. 11, no. 1, hal. 1–8, 2021.
- [4] H. E. Nugroho and A. Nugroho, "Analisis Dan Perancangan E-Commerce Pada Toko Sepatu Dope13store Menggunakan Framework Laravel," *INFOS Journal*, vol. 4, no. 1, pp. 38-44, May 2021.
- [5] M. Nur, I. Wicaksono, and H. Irawan, "Merancang Bangun Web E-Commerce Menggunakan Wordpress Studi Kasus Toko Arleuis," *IDEALIS*, 2022. [Online]. Available: <http://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/index>
- [6] Y. Gema, A. Diana, and D. Achadiani, "Penerapan E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Berbasis Content Management System (CMS) Untuk Memperluas Pemasaran Produk Pada Jtbekasi," *IDEALIS : Indonesia Journal Information System*, vol. 5, no. 1, Jan. 2022, doi: 10.36080/idealis.v5i1.2870.
- [7] D. M. Safitri, N. Rahmawati, and A. Faradilla, "Perancangan dan Pengukuran Kerja: Buku Ajar Kuliah Ergonomi dan Perancangan Sistem Kerja", Makassar: Nas Media Pustaka, 2021.
- [8] W. Ayu, R. Fitriani, M. Aksal, D. A. Tenri, and Masitah, "Business Model Canvas: Implementasi Terhadap Industri Rumahan Produk Virgin Coconut Oil (VCO)", Bandung: Media Sains Indonesia, 2020.
- [9] Henderi, R. Untung, and R. Efana, "UML Powered Design System Using Visual Paradigm", Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2021.
- [10] D. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, "Digital Marketing", London: Pearson Education, 2019.
- [11] J. Helianthusonfri, "Belajar Social Media Marketing", Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019.