

# PENERAPAN *E-COMMERCE* BERBASIS *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) WORDPRESS* UNTUK PENJUALAN BARANG PADA CV. ALTRIAKARYA

Muhammad Alfi Syahri Ramadhan<sup>1,\*</sup>, Ady Widjaja<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Budi Luhur, Jl.Arafah II F No.31, Karawac, Kota Tangerang

E-mail: [alfisyahri420@gmail.com](mailto:alfisyahri420@gmail.com)<sup>1</sup>, [ady.widjaja@budiluhur.ac.id](mailto:ady.widjaja@budiluhur.ac.id)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Dengan semakin majunya teknologi, membuat jaman berubah dan sangat mudah untuk menyampaikan informasi, hingga keadaan pasar saat ini sudah mulai beranjak memanfaatkan teknologi untuk saran penyampaian informasi. Akan tetapi saat ini CV. Altria Karya belum maksimal dalam penjualan dengan pemanfaatan teknologi, Altria Karya adalah toko yang menjadi salah satu saran untuk membeli atau memesan baju untuk keperluan *customer*, karna Altria Karya belum memanfaatkan teknologi, hal itu menyebabkan kurang *flexible* nya pelanggan dalam memesan barang promosi dan mengakibatkan calon pelanggan harus menunggu *update* produk melalui *e-mail*, Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *business model canvas* untuk menganalisa model pengembangan bisnis yang ada pada CV. Altria Karya dan implementasi *e-commerce* menggunakan *content management system (CMS)* serta menyiapkan strategi *search engine optimization* dan pemasaran agar dapat memberikan daya tarik lebih kepada calon pelanggan CV. Altria Karya. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu dengan adanya *website e-commerce*, diharapkan CV. Altria Karya memiliki saran untuk melakukan penjualan barang promosi melalui *website* dan saran penyampaian produk dengan memanfaatkan fitur *Search Engine Optimization* dan fitur-fitur lainnya yang ada pada *website e-commerce*.

**Kata kunci:** *E-commerce*, CV. Altria Karya, Barang, *Search Engine Optimization*.

## ABSTRACT

*With the advancement of technology, changing times and making it very easy to convey information, the current market condition have begun to switch to using technology for information delivery advice. But currently CV.AltriaKarya has not been maximized in sales with the use of technology, Altria Karya is a shop that is one of the suggestions for buying or ordering clothes for customer needs, because Altria Karya has not utilized technology, it causes customers to be less flexible in ordering promotional items and results in potential customer have to wait for product updates via e-mail. In this study, researchers used the business model canvas to analyze the existing business development model in CV.Altria Karya and implementation of e-commerce using a content management system (CMS) as well as preparing search engine opyimization and marketing strategies in order to provide more attractiveness to potential customer of CV.Altria Karya, The conclusion of this study is that with the existence of an e-commerce website, it is expected that CV.Altria Karya has suggestions for selling promotional items through the website and suggestions for product delivery using the Search Engine Optimization feature and other feature found on e-commerce websites*

**Keywords:** *E-commerce*, CV. Altria Karya, Barang, *Search Engine Optimization*.

## 1. PENDAHULUAN

CV. Altria Karya adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang promosi atau Marketing di Jl. Arafah II Blok F No. 31 Tangerang. Pada era saat ini semakin banyak produk-produk yang telah di hasilkan dan semakin banyak para konsumen yang ingin mendapatkan produk tersebut. Dimana, pihak perusahaan di tuntut untuk bisa merespon dan peka terhadap hal-hal

sekarang ini, dimana hal itu masih terbilang lambat dalam mencapai efisiensi maupun efektifitas tersebut, seperti dari segi kinerja perusahaan yang belum maksimal dan belum memenuhi target dan segi pemasarannya yang belum bisa menjangkau pangsa pasar yang luas.

Pada saat ini, sistem pemasaran yang dipergunakan CV. Altria Karya searang ini masih memakai sistem yang sangat manual, yaitu melakukan promosi dari mulut ke mulut

(*customer to customer*), Membagikan selebaran brosur dan memajang salah satu produk yang di andalkan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada saat ini zamannya penggunaan *E-commerce* guna belanja kebutuhan, yang dimaksud dengan *Ecommerce* yaitu suatu teknologi, dimana dapat meliputi aplikasi dan proses bisnis yang saling menghubungkan perusahaan, konsumen dan suatu komunitas melalui transaksi elektronik, yang menyelenggarakan pertukaran elektronik barang Di Indonesia.

Pada penelitian yang dilakukan [1] oleh Menjelaskan, Pada *Intensive English Course* Di Ciledug Tangerang sistem masih belum terkomputerisasi, sehingga bagian administrasi kesulitan dalam melakukan pengolahan data seperti jadwal kursus, dan lainnya yang masih belum optimal mengakibatkan lamanya waktu untuk mencari data yang dibutuhkan dan kurang efektifnya kinerja dalam pelayanan administrasi. Sehingga peneliti berinovasi mengembangkan sistem informasi administrasi di *Intensive English Course Institute* dengan cakupan proses pendaftaran calon siswa dan pemesanan kelas dengan aplikasi sistem informasi yang berbasis *web*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh [2] Pemasaran online merupakan strategi pemasaran yang diminati di era digital, terutama di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini. Pembatasan aktivitas sosial dan aktivitas di luar rumah membuat banyak orang melakukan semua aktivitasnya secara online. Adanya kondisi tersebut secara tidak langsung meningkatkan minat masyarakat berbelanja dari rumah untuk memenuhi kebutuhannya. Peningkatan besar pengguna Internet juga menghadirkan peluang besar untuk menjual produk secara online melalui situs web. Namun, peluang ini tidak dapat dicapai bahkan dengan penggunaan alat pemasaran online terbaik, terutama optimisasi mesin pencari (SEO). Oleh karena itu, Anda memerlukan teknik SEO untuk memaksimalkan pemasaran Anda melalui situs web.

Pada penelitian yang dilakukan oleh [3] Toko Istana Mahal sendiri masih sangat kesulitan untuk menjual produk model lama, dan karena penimbunan data transaksi, membutuhkan waktu untuk mencari data yang diperlukan, dan sertifikat pembayaran yang dikirimkan oleh pelanggan hilang. Mereka tidak akurat karena sering terjadi dan catatan itu sendiri dimasukkan ke dalam buku dan catatan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dirancanglah sebuah website *e-commerce* dengan menggunakan framework Code Igniter

dan MySQL sebagai databasenya. Business Model Canvas digunakan untuk menggambarkan aktivitas perusahaan dan IFML (*Interaction Flow Modeling Language*) dapat digunakan untuk dengan mudah mengekspresikan konten antarmuka pengguna dan interaksi yang memfasilitasi desain situs web ini. Pendekatan yang dipilih terdiri dari melihat dokumen yang ada, mencari literatur, menanya, dan menganalisis. Penelitian ini menghasilkan pembuatan website *e-commerce* yang memudahkan pelanggan untuk melihat semua produk yang mereka jual, mencatat setiap transaksi yang dilakukan setiap pelanggan, dan memudahkan pelanggan untuk mengirimkan bukti pembayaran.

Pada penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain: Penelitian yang dilakukan oleh [4]. Masalah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah sistem penjualan Cahaya Bedcover melakukan aktivitas transaksional melalui telepon, email, atau permintaan langsung ke Cahaya Bedcover, memastikan bahwa produk yang ingin Anda pesan selalu tersedia. pelanggan menunggu. Hal ini berdampak pada tanda-tanda penurunan penjualan. Kehadiran situs *e-commerce* di 18 toko Kahaya akan memungkinkan kami untuk meningkatkan penjualan quilt di toko Kahaya. Aplikasi ini dapat mendukung pengolahan data dan penjualan quilt di toko Kahaya. Aplikasi ini memberikan kemudahan dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Kami menyediakan produk terbaru dan mempermudah dalam pengolahan data penjualan.

Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain: Penelitian yang dilakukan oleh [5]. Permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah Konveksi Tawakal Jubah tidak memungut biaya khusus untuk menyewa ruangan yang akan digunakan sebagai toko, sehingga proses pemasaran dan penjualan Tawakal Jubah untuk mengaturnya. Saat kami mendirikan booth di Surprise Market di kawasan Jakarta Barat, jumlah penjualan terbatas, sehingga persediaan lama sering terbuang percuma tanpa terjual, dan banyak pelanggan yang kesulitan mendapatkan informasi produk yang mereka jual. Oleh karena itu, keberadaan situs EC diharapkan dapat menarik pelanggan baru. Di sisi admin memungkinkan admin untuk mengolah data penjualan yang masuk ke dalam sistem untuk menghasilkan laporan penjualan dan menjalankan promosi di media sosial.

Pada saat ini zamannya penggunaan *E-commerce* guna belanja kebutuhan, yang dimaksud dengan *Ecommerce* yaitu suatu

teknologi, dimana dapat meliputi aplikasi dan proses bisnis yang saling menghubungkan perusahaan, konsumen dan suatu komunitas melalui transaksi elektronik, yang menyelenggarakan pertukaran elektronik barang Di Indonesia.[6]. Setelah peneliti melakukan pengumpulan data, analisa dan perancangan sistem data sesuai prosedur serta pembentukan rancangan, peneliti melakukan perancangan prototype yang bertujuan agar peneliti mengetahui gambaran kasar dari e-commerce yang akan dibangun [7]. *Web* singkatan dari *World Wide Web*. *Web* merupakan bagian halaman – halaman yang dapat diakses oleh *browser Web* yang terdiri dari Internet. *Web* memiliki perbedaan satu sama lain, meskipun *web* menjadi bagian terbesar dari Internet[8].

*Sequence Diagram* merupakan diagram urutan sistem yang menunjukkan urutan interaksi yang diatur dalam urutan waktu pada sebuah sistem atau aplikasi yang dibuat[9]. Pada sebuah *Business Model Canvas* yaitu sebuah model rancangan bisnis yang memiliki 9 blok area aktivitas bisnis yang dituliskan dalam 1 lembar kanvas. 9 blok itu antara lain adalah: *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure* [10]

### 3. METODE

#### 3.1 Tahap Penelitian

Tahapan penelitian diawali dengan melakukan perumusan berdasarkan studi literatur yang berkaitan dengan yang ada pada CV.AltriaKarya. Langkah selanjutnya mencari metode penelitian yang tepat untuk menyelesaikan masalah yang ada pada CV.AltriaKarya. Setelah itu dilakukan analisa proses sistem berjalan yang bertujuan untuk mengetahui alur sistem yang telah ada pada CV.AltriaKarya tersebut salah satunya dengan mewawancara pemilik usaha. Setelah dilakukan analisa, kemudian merancang model bisnis yang dapat memaksimalkan kinerja toko tersebut dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Setelah itu dilakukan perancangan layar dan perancangan basis data *website e-commerce* yang nantinya akan menyelesaikan permasalahan yang ada pada CV.AltriaKarya..

#### 3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data untuk menyelesaikan penelitian ini yaitu:

a. Wawancara (Interview), merupakan metode pengumpulan data secara langsung, dengan melakukan proses tanya jawab secara langsung antara dua pihak, dimana pihak pertama adalah pewawancara dan pihak kedua adalah narasumber.

b. Pengamatan (Observasi), merupakan sebuah metode untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian dan kemudian membuat kesimpulan dari seluruh rangkaian kegiatan pengamatan pada objek tersebut.

c. Studi Literatur, dilakukan untuk mengetahui penelitian sebelumnya yang telah dilakukan mengenai topik yang sama dengan penelitian ini dengan cara membaca karya ilmiah tugas akhir, buku, dan juga penulis memanfaatkan google scholar untuk melakukan pencarian jurnal.

### 3.3 Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk analisa dan perancangan sistem informasi adalah *Fishbone Diagram* untuk menganalisa sebab akibat. Menganalisa penyebab masalah pada badan usaha CV.AltriaKarya, serta merancang sistem informasi, dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Men-identifikasikan sebuah Masalah
- Men-identifikasikan faktor - faktor terjadinya sebuah masalah
- Melakukan analisa dan membuat diagram yang sudah dibuat

#### 3.3.1 Analisis Proses Bisnis

Di dalam Analisis proses bisnis menggunakan beberapa jenis diagram diantaranya yaitu *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Sequence Diagram*, *Class diagram* dan menggunakan *Business Model Canvas*.

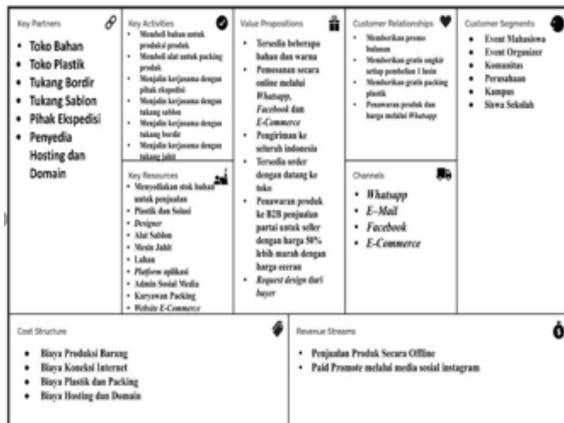
## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Perancangan Bisnis

Yang dimaksud *Business model canvas* adalah strategi manajemen atau rancangan bisnis yang digunakan untuk merancang rencana bisnis perusahaan berdasarkan proposisi nilai, produk, infrastruktur, pelanggan, dan keuangan perusahaan dimana dituliskan didalam canvas (atau dijabarkab) dengan tata letak berdasarkan 9 point *Business Model Canvas*. [11]. Didalam *Business Model Canvas* berisi 9 point dimana

masing-masing point saling berhubungan satu sama lain.

*Point - point* tersebut diantaranya adalah *Value Proposition, Customer Segment, Customer Relationship, Channels, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Revenue Streams, Cost Structure. Business Model Canvas* yang terdapat pada CV.AltriaKarya adalah sebagai berikut



Gambar 1. *Bussines Model Canvas*

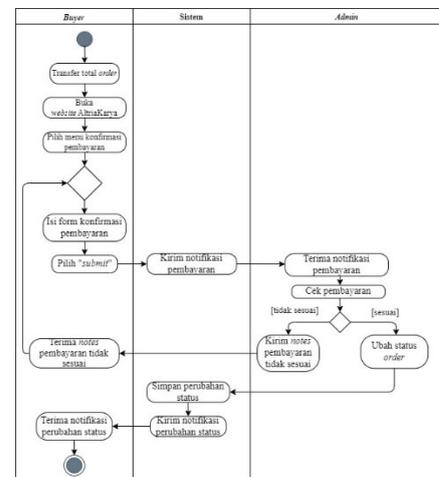
Pada gambar 3.1 Menunjukkan *Value Proposition* yaitu Tersedia beberapa warna dan beberapa bahan, *Request design* dari *buyer*, Pemesanan secara *online* melalui *Whatsapp, Facebook, dan E-Commerce*, Pengiriman keseluruhan Indonesia, Tersedia *order* dengan datang ke toko, Penawaran produk ke B2B penjualan partai untuk seller dengan harga 50% lebih murah dengan harga eceran. pada *Customer Segments* menunjukkan *Event Mahasiswa, Event Organizer, Komunitas, Perusahaan, Kampus, Siswa Sekolah.*

Pada *Customer Relationship* menunjukkan bahwa Memberikan promo bulanan, Memberikan gratis ongkir setiap pembelian 1 lusin, Memberikan gratis packing plastic, penawaran produk dan harga melalui *whatsapp*. pada *Channels* menunjukkan bahwa penggunaan channels berupa *Whatsapp, Email, Facebook, E-Commerce.* Pada *Key Activities* dapat dilihat aktivitas yaitu Membeli bahan untuk produksi produk, Membeli alat untuk *packing* produk, Menjalin kerjasama dengan pihak ekspedisi., Menjalin kerjasama dengan tukang sablon, Menjalin kerjasama dengan tukang jahit. Pada *Key Resources* dapat dilihat berupa Menyediakan stok bahan untuk penjualan, Plastik dan Solasi, Designer, Alat

Sablon, Mesin Jahit, Lahan, Platform aplikasi, Admin sosial media, Karyawan *Packing Website E-Commerce.* Pada *Key Partners* berupa Toko Bahan, Toko Plastik, Pihak ekspedisi, Tukang Bordir, Tukang Sablon, Penyedia *hosting* dan *domain.* Pada *Revenue Streams* dapat dilihat Penjualan produk secara *offline, Paid promote* posting *Instagram.* Pada *Cost Structure* menunjukkan berupa *biaya* produksi barang, Biaya koneksi internet, Biaya plastik dan *packing, Biaya Hosting dan Domain.*

### 3.2 Analisa dan Perancangan Bisnis

Pada analisis proses bisnis, peneliti menggunakan proses bisnis berupa *activity diagram* dan *use case diagram* dalam mendeskripsikan proses pemesanannya, *Activity Diagram* merupakan penggambaran aktifitas didalam use case kedalam notasi UML perdata. [12] adapun *activity diagram* dari proses pemesanan dapat dilihat pada gambar 1.

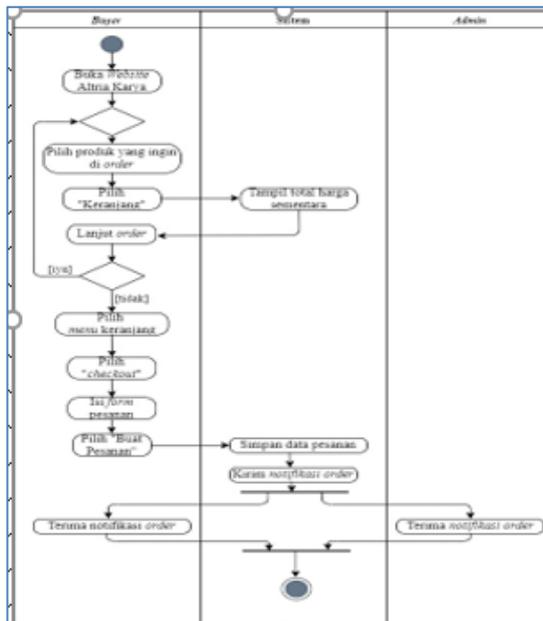


Gambar 2 *Activity Diagram* Proses Pemesanan

Pada gambar 2. Menunjukkan *Buyer* akan membuka halaman *website* AltriaKarya untuk melihat produk yang tersedia. Kemudian *buyer* yang sudah melihat dan tertarik untuk *order* akan memilih produk yang diminati. Setelah itu produk yang dipilih akan masuk kedalam keranjang sementara dan *buyer* akan memilih menu “keranjang”. Dan sistem akan menyimpan produk yang telah dipesan ke keranjang yang sudah di pesan. Apabila *Buyer* ingin menambahkan *order* akan melanjutkan memilih produk yang tersedia. Dan jika tidak *buyer* akan memilih menu “keranjang” kembali, untuk memilih tombol “*checkout*” pemesanan. Kemudian *buyer* akan mengisi *form* pesanan, setelah mengisi semua form

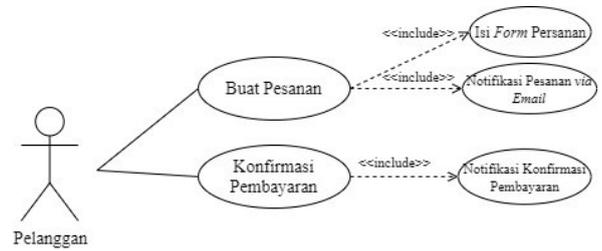
dengan benar, *buyer* pilih tombol “buat pesanan”. Sistem akan menyimpan data pesanan dan mengirim notifikasi *order* ke *buyer* dan *admin*.

Setelah melakukan pemesanan, *buyer* akan diarahkan ke halaman konfirmasi pembayaran, adapun konfirmasi pembayaran dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Activity Diagram Konfirmasi Pembayaran

Pada gambar 3. Dapat dilihat *Buyer* akan melakukan transfer total yang sudah di *order* dan setelah itu *buyer* membuka *website* AltriaKarya. Setelah itu pilih menu konfirmasi pembayaran dan mengisi form pembayaran. Setelah mengisi form pembayaran *buyer* akan memilih tombol “submit”. Dan sistem akan menerima dan mengirim notifikasi pembayaran ke *admin*. *Admin* akan menerima notifikasi pembayaran dan melakukan cek pembayaran. Jika tidak sesuai maka *admin* akan mengirimkan *notes* pembayaran ke *buyer*. *Buyer* akan menerima notifikasi dan isi form konfirmasi pembayaran kembali. Jika sesuai *admin* akan mengubah status *order* melalui sistem, sistem akan menyimpan perubahan status pembayaran. Sistem akan mengirim notifikasi perubahan status ke *buyer* dan *buyer* akan menerima notifikasi perubahan status. Yang dimaksud dengan *Use case diagram* biasa ditempatkan guna memodelkan fungsionalitas – fungsionalitas sistem /perangkat yang sering disebut actor sebelum terbentuknya sistem. [13] Adapun use case diagram transaksi dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Use Case Diagram Pemesanan

Pada Gambar 4. Use case diagram transaksi pelanggan berisi kegiatan yang dilakukan pelanggan yang berkaitan dengan pembelian produk yaitu, buat pesanan lalu mengisi form pesanan buat pesanan lalu mengisi form pesanan, konfirmasi pembayaran kemudian pelanggan akan menerima *email* notifikasi. Didalam konfirmasi pembayaran didalam use case diagram transaksi.

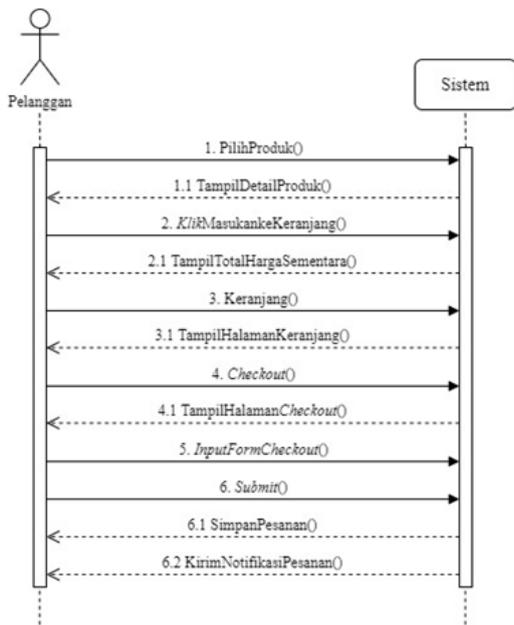
### 3.3 Perancangan Sistem

Yang dimaksud dengan Rancangan Layar adalah sebuah desain tampilan secara kasar yang berfungsi sebagai desain antar muka dimana dipertemukan antara si pengguna dengan Sistem atau biasa dikenal sebagai *User Interface*. [14].

yang dimaksud dengan *Sequence diagram* atau diagram urutan adalah sebuah diagram yang biasa ditempatkan untuk menjelaskan, dan menampilkan urutan interaksi antar objek-objek dalam sebuah sistem secara terperinci dan biasa dibuat sebelum adanya pembuatan sistem. [15].

#### 1. Sequence Diagram Pemesanan

Sequence Diagram pemesanan dapat dilihat pada gambar 5.

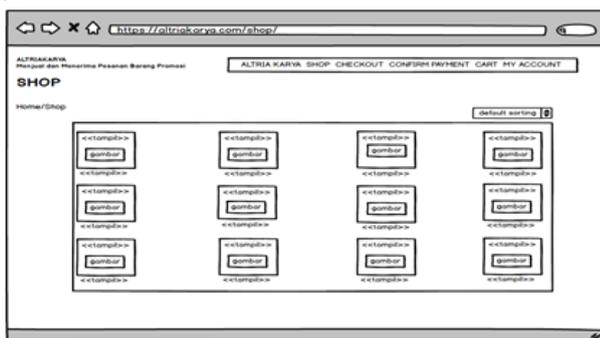


**Gambar 5. Sequence Diagram Pemesanan**

Pada gambar 5. merupakan sebuah proses yang dilakukan pada saat pelanggan ingin melakukan pembuatan pesanan baru. Kegiatan diawali dengan pelanggan memilih produk, kemudian dilanjutkan dengan pelanggan menambahkan ke keranjang dan sistem akan menampilkan total harga sementara. Setelah itu pelanggan akan memilih menu keranjang dan pilih *checkout*. Pelanggan melakukan input form *checkout*, dan *submit*. Setelah itu maka pelanggan mendapatkan notifikasi.

**Rancangan Layar Pemesanan**

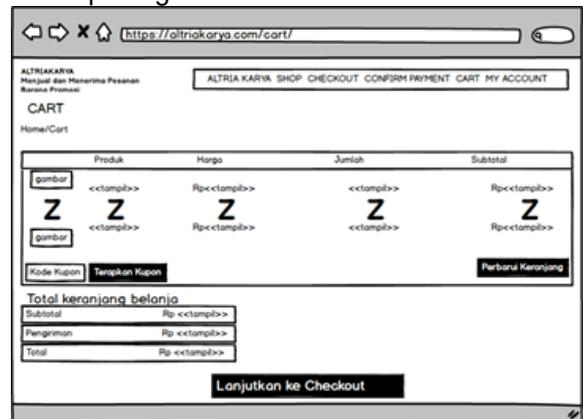
Rancangan layar menu pemesanan terdapat dari beberapa tampilan seperti tampilan produk, detail produk, tampilan keranjang dan checkout, tampilan lihat produk dapat dilihat pada gambar 6.



**Gambar 6. Rancangan Layar Lihat Produk**

Pada gambar 6. adalah rancangan layar *home*, menampilkan produk terbaru. Pada rancangan layar dapat melakukan berbagai macam produk yang baru saja dipasarkan, dimana pelanggan dapat memilih mana yang ingin di *order*.

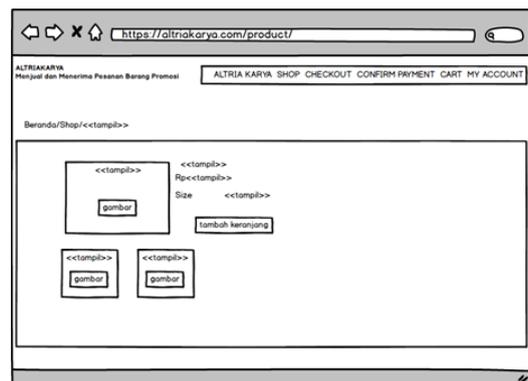
Rancangan Layar tampilan keranjang dapat dilihat pada gambar 7.



**Gambar 7 Tampilan Keranjang**

Pada gambar 7. menunjukkan rancangan layar keranjang, menampilkan produk produk yang telah pelanggan masukan ke keranjang. Pada rancangan layar keranjang pelanggan dapat melakukan penambahan kupon, sampai dengan melihat total jumlah *order*.

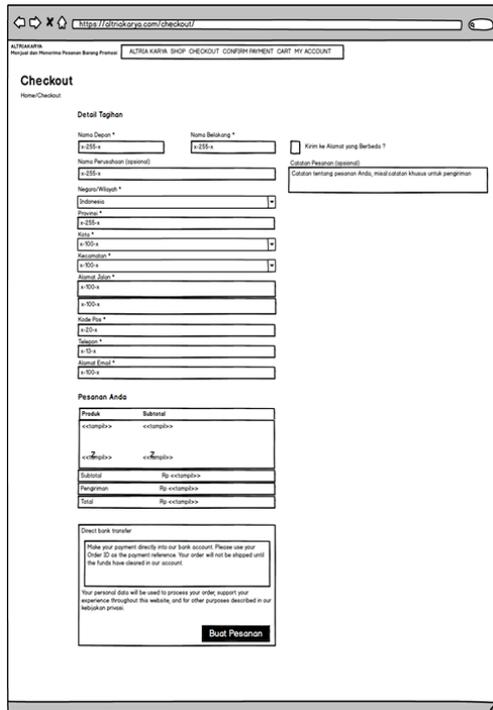
Rancangan Layar gambar detail produk dapat dilihat pada gambar 8



**Gambar 8. Rancangan Layar Tampil Detail Produk**

Pada gambar 8, adalah rancangan layar produk, menampilkan semua produk yang terdapat pada CV.AltriaKarya. Pada rancangan layar produk pelanggan dapat memilih jenis produk apa yang ingin di *order*.

Rancangan Layar Menu Checkout dapat dilihat pada gambar 9.



**Gambar 9. Rancangan Layar Menu Checkout**

Pada gambar 9.. adalah rancangan layar *checkout*, menampilkan form isian yang wajib diisi pelanggan untuk melakukan *checkout*.

## 5. Kesimpulan

Setelah mempelajari dengan melakukan analisa sistem yang sedang berjalan dan solusi pemecahan masalah yang ada pada Altria Karya, maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya Dengan adanya *website e-commerce*, Altria Karya sudah dapat memiliki laporan pendapatan, melalui *menu analytics*, *sub menu* pendapatan, untuk owner mendapatkan laporan pendapatan. Dengan demikian *owner* dapat mengatur keuangan yang lebih tepat dan akurat, Dengan adanya *website e-commerce*, Altria Karya memiliki laporan *top product* melalui *menu analytics*, *sub menu* ikhtisar. Sehingga *owner* dapat mengetahui jenis produk apa saja yang cenderung lebih banyak diminati oleh *customer*, Dengan toko *online (e-commerce)* yang fleksibel, *owner* dapat melakukan penjualan dengan melaksanakannya tanpa harus menunggu waktu dan menggunakan banyak tenaga dalam menjual produk nya.

Saran dari hasil kesimpulan adalah untuk kedepannya Melakukan penambahan fitur – fitur yang mungkin belum terlaksanakan seperti jadwal *system booking collabs* dan laporan pengiriman, Melakukan pelayanan lebih seperti melakukan edukasi mengenai barang promosi apabila pelanggan bertanya tentang produksi barang kepada *owner* agar terciptanya kepercayaan pelanggan untuk melakukan order

secara *online* melalui *website*, Melakukan sosialisasi kepada *customer* yang ada di *whatsapp* tentang *website* ini serta fitur-fitur yang ada di dalam *website*, agar memudahkan pelanggan dalam mengakses *website* dan melakukan transaksi, Melakukan *maintenance* setiap bulan agar *website* terus berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. D. Jantce, T. Sitinjak, and J. Suwita, "Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Administrasi Kursus Bahasa Inggris Pada Intensive English Course Di Ciledug Tangerang," *IPSIKOM*, 2020.
- [2] S. Nurfauziah and C. R. Wati, "Penentuan Teknik Search Engine Optimization (SEO) A Systematic Literature Review Pada Pemasaran Online," *Search Engine Optim.*, 2020.
- [3] D. Y. Priatama and Samsinar, "Pembuatan Website E-Commerce Menggunakan Pendekatan Interaction Flow Modeling Language Dan Business Model Canvas Pada Toko Istana Mahar," *IDEALIS(Indonesia J. Inf. Syst.*, 2019.
- [4] K. N. Putra and R. W. Arifin, "Sistem Informasi Penjualan Bedcover Berbasis Website," *J. Mhs. Bina Insa.*, 2018.
- [5] A. Guntero and G. Triyono, "Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Dengan Metode Business Model Canvas (BMC) Pada Konveksi Gamis Tawakkal," *J. IDEALIS*, 2019.
- [6] S. Handayani, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta," *J. Fikom*, 2018.
- [7] J. S. Kurnia and F. Risyda, "Rancang Bangun Penerapan Model Prototype Dalam Perancangan Sistem Informasi Pencatatan Persediaan Barang Berbasis WEB," *JSI (Jurnal Sist. Informasi) Univ. Suryadarma*, 2021.
- [8] D. Setiawan, *Buku sakti pemrograman web : HTML, CSS, PHP, MYSQL & JAVASCRIPT*. 2019.
- [9] Yurindra, *Software Engineering*. 2017.
- [10] N. Handayani, *JUDUL DIKUTIP OLEH TAHUN Diagram UML Dalam Membuat Aplikasi Android Firebase" Studi Kasus Aplikasi Bank Sampah"*. 2021.