

## **IMPLEMENTASI E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA TOKO SANDRINA COLLECTION UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**

**Anisa Dwi Utami<sup>1</sup>, Lestari Margatama<sup>2\*</sup>**

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

Email: <sup>1</sup>anisaadwi27@email.com, <sup>2\*</sup>lestari.margatama@budiluhur.ac.id

(\* : corresponding author)

**Abstrak-** Sandrina Collection merupakan toko pakaian muslimah dan kebaya yang berlokasi di Plaza Baru Ciledug Borobudur. Permasalahan utama yang dihadapi adalah terbatasnya jangkauan pemasaran dan penjualan karena masih mengandalkan toko fisik tanpa adanya media promosi digital maupun platform penjualan daring. Kondisi ini menyebabkan sulitnya menjangkau pelanggan potensial dari wilayah lain serta berkurangnya daya saing dengan kompetitor yang telah memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, dibutuhkan solusi berupa pengembangan sistem *e-commerce* berbasis teknologi yang mampu memperluas pasar sekaligus meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan platform *e-commerce* berbasis Content Management System (CMS) menggunakan WordPress, dengan dukungan strategi Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari. Metode penelitian menggunakan waterfall dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Observasi dilakukan untuk memahami kondisi bisnis dan alur transaksi yang berlangsung di toko. Wawancara dilaksanakan dengan pemilik toko guna menggali kebutuhan sistem serta kendala dalam proses penjualan. Sedangkan studi literatur digunakan untuk memperkuat landasan teori terkait CMS, *e-commerce*, dan SEO berdasarkan penelitian terdahulu. Hasil implementasi menunjukkan bahwa sistem *e-commerce* yang dibangun mampu menampilkan produk secara lebih informatif, memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui pencarian organik. Selain itu, penerapan SEO terbukti meningkatkan peringkat website pada hasil pencarian Google sehingga lebih mudah ditemukan calon pelanggan. Kesimpulannya, CMS berbasis WordPress dengan optimasi SEO dapat menjadi solusi efektif bagi usaha kecil menengah seperti Sandrina Collection dalam meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mendorong peningkatan penjualan secara signifikan.

**Kata Kunci:** Content Management System, E-commerce, WordPress, Search Engine Optimization, Pemasaran Digital.

### ***Implementation of a Content Management System (CMS)-Based E-Commerce Platform at Sandrina Collection to Enhance Sales Performance***

**Abstract-** Sandrina Collection is a store specializing in Muslim women's clothing and kebaya, located at Plaza Baru Ciledug Borobudur. The main problem faced by this business is the limited marketing reach and sales, as it still relies on physical stores without the support of digital promotion media or online sales platforms. This condition makes it difficult to reach potential customers from other regions and reduces competitiveness against competitors who have already utilized digital technology. Therefore, a solution is needed in the form of developing a technology-based *e-commerce* system that can expand the market while increasing sales. This study aims to implement an *e-commerce* platform based on a Content Management System (CMS) using WordPress, supported by Search Engine Optimization (SEO) strategies to improve website visibility in search engines. The research method employed is the waterfall model, carried out through observation, interviews, and literature study. Observation was conducted to understand the business conditions and transaction flows in the store. Interviews were conducted with the store owner to explore system requirements and challenges in the sales process, while the literature study was used to strengthen the theoretical foundation related to CMS, *e-commerce*, and SEO based on previous research. The implementation results show that the developed *e-commerce* system is capable of presenting products more informatively, facilitating customers in making transactions, and expanding marketing reach through organic search. In addition, the application of SEO has proven to improve the website's ranking in Google search results, making it easier for potential customers to find. In conclusion, a WordPress-based CMS with SEO optimization can be an effective solution for small and medium enterprises like Sandrina Collection to enhance competitiveness, expand their market, and significantly increase sales.

**Keywords:** Content Management System, E-commerce, Digital Marketing, Search Engine Optimization.

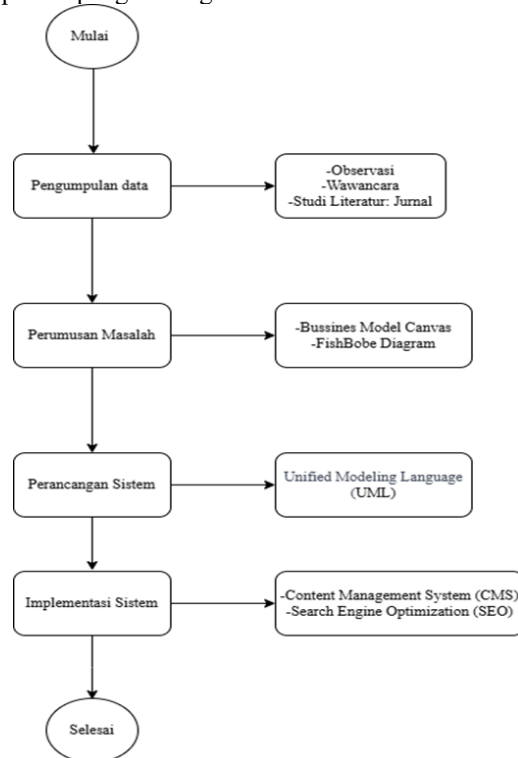
## 1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan informasi yang begitu cepat telah memberikan pengaruh besar terhadap pengelolaan usaha, termasuk pada bidang perdagangan pakaian. Menurut [1] *E-commerce* telah menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis dengan menawarkan kemudahan akses, jangkauan pasar yang lebih luas, serta proses transaksi yang lebih cepat. Teknologi untuk saat ini pun dapat membantu dalam berbagai hal dengan cepat, *Content Management System* atau CMS merupakan perangkat lunak yang dirancang untuk mengelola berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, suara, dokumen, dan format digital lainnya, yang dapat diakses melalui sebuah *website*. Platform CMS seperti *WordPress* memudahkan pengguna dalam melakukan pengeditan, publikasi, serta pengelolaan konten situs tanpa harus memiliki kemampuan teknis dalam pemrograman web. Salah satu contoh CMS yang paling banyak digunakan saat ini adalah *WordPress* [2] dengan menggunakan CMS, individu atau dapat dengan mudah mengelola data *online*. Toko Sandrina Collection adalah sebuah toko *offline* yang terletak di Plaza Baru Ciledug Borobudur, yang menjual berbagai macam pakaian wanita, termasuk baju muslimah dan kebaya. Toko ini menghadapi masalah akibat penurunan penjualan, banyak pelanggan kini lebih memilih berbelanja melalui *platform online* dibandingkan mengunjungi toko secara langsung. Tidak adanya media promosi dan platform toko *online*, sehingga pelanggan harus datang langsung ke toko hanya untuk melihat atau membeli produk yang diinginkan. Kondisi ini membatasi jangkauan pasar dan dapat menghambat peningkatan penjualan, untuk mengatasi hal tersebut, Toko Sandrina Collection perlu melakukan promosi melalui *website* dengan memanfaatkan Yoast SEO, sebuah platform optimasi mesin pencari pada *Content Management System (CMS) WordPress*. *E-commerce* dapat membantu toko ini memiliki peluang lebih luas untuk mempromosikan produk tanpa harus mengunjungi toko secara fisik dan berinteraksi dengan pelanggan secara *online*. Melalui *platform* tersebut, berbagai koleksi pakaian dapat ditampilkan dengan cara yang lebih menarik dan informatif, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai produk yang tersedia. Penting bagi Toko Sandrina Collection untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku pelanggan dan memanfaatkan teknologi digital. Pengembangan *platform e-commerce* memungkinkan toko menjangkau lebih banyak pelanggan sekaligus memudahkan mereka dalam memperoleh informasi produk, melakukan pembelian, serta menyelesaikan pembayaran tanpa harus datang langsung ke toko secara *offline*. Studi literatur dilakukan untuk mengkaji berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan implementasi *e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS)* dalam mendukung peningkatan penjualan pada sektor usaha kecil menengah di antara lain: Penelitian ini [3] berjudul "E-Commerce Produk Hasil Pertanian Berbasis Web dengan Metode Agile Software Development" bertujuan untuk membantu petani dalam menjual hasil pertanian secara online dengan menerapkan metode *Agile Software Development*, agar proses pengembangan sistem lebih adaptif terhadap kebutuhan pengguna. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada memperluas jangkauan pemasaran produk Sandrina Collection secara *online* melalui pemanfaatan *platform e-commerce* berbasis CMS dan strategi digital marketing. Penelitian [4] berjudul "Penerapan E-Commerce Pada Usaha Batik Jambi Pada Toko Batik Duo Serangkai" menyediakan sistem *e-commerce* berbasis PHP dan Laravel untuk membantu pengusaha batik dalam pemasaran dan penjualan produk secara online, solusi diarahkan pada persoalan keterbatasan pasar lokal dan persaingan produk batik di wilayah Jambi. Kemudian pada penelitian ini Memanfaatkan teknologi CMS dan optimasi SEO untuk memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan penjualan Toko Sandrina Collection secara digital. Kemudian penelitian [5] berjudul "Perancangan Sistem Informasi e-Commerce Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall" Mengubah proses belanja konvensional menjadi digital, menggunakan bahasa pemrograman PHP untuk membuat *E-Commerce*, sedangkan penelitian [6] ini membangun website *E-Commerce* berbasis *Content Management System (CMS)*. Selanjutnya, penelitian berjudul "Pengembangan Aplikasi E-Commerce Menggunakan Metode Web Information System Development Methodology (Studi Kasus: Jaks Store.Id)" Mengurangi kesalahan input data, mempercepat proses penjualan, dan pada penelitian ini menggunakan *Search Engine Optimization (SEO)* untuk meningkatkan penjualan. Kemudian dalam penelitian [7] yang berjudul "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Website (Studi Kasus Toko Komputer Di Denpasar)" meningkatkan efisiensi penjualan, promosi produk IT dengan bahasa pemrograman menggunakan PHP dan MySQL. Penelitian ini Meningkatkan penjualan jangkauan pasar via SEO dan Web.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan suatu aktivitas yang dilaksanakan secara sistematis dan terencana dengan tujuan mengumpulkan, menganalisis, serta menginterpretasikan data untuk menjawab pertanyaan penelitian

maupun menyelesaikan permasalahan yang telah dirumuskan. Gambar 1 berikut menyajikan alur tahapan penelitian yang digunakan dalam proses pengembangan sistem informasi e-commerce.



**Gambar 1.** Tahap Penelitian

Gambar 1 pada tahap penelitian ini melakukan beberapa tahap awal, pengumpulan data dan identifikasi masalah, sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi dilaksanakan dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas yang terjadi di Toko Sandrina *Collection*. Tujuan dari metode ini bertujuan menghimpun data aktual di lapangan. Melalui pengamatan langsung, peneliti dapat memahami kondisi dan permasalahan yang sedang dihadapi toko secara lebih mendalam. Data yang dikumpulkan melalui observasi ini akan menjadi dasar untuk menganalisis kebutuhan serta merumuskan solusi yang tepat dalam penelitian.

b. Wawancara

Metode ini dilakukan dengan menyampaikan beberapa pertanyaan kepada pemilik Toko Sandrina *Collection* guna memperoleh data dan memahami permasalahan yang dibutuhkan dalam menganalisis alur proses bisnis.

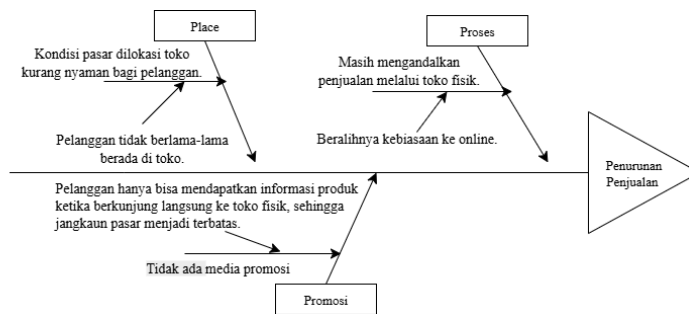
c. Studi Literatur

Metode ini merupakan proses pengumpulan informasi dan referensi dari berbagai sumber yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Tujuan dari metode ini adalah untuk memperdalam pemahaman terhadap teori, konsep, dan hasil studi sebelumnya, serta sebagai dasar dalam menganalisis dan mengembangkan solusi atas permasalahan yang diteliti.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Masalah

*Fishbone Diagram*, yang juga dikenal sebagai *Cause and Effect Diagram*, merupakan salah satu metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai penyebab dari suatu permasalahan. *Diagram* ini memiliki bentuk visual menyerupai tulang ikan, yang memudahkan dalam menelusuri hubungan antara penyebab dan akibat dalam suatu kondisi [8]. Masalah ini akan diatasi melalui penerapan CMS WordPress dengan optimasi SEO pada Gambar 2 menyajikan analisis permasalahan untuk mengidentifikasi penyebab masalah yang terjadi di Sandrina *Collection*.



**Gambar 2.** Fishbone Diagram

Pada Gambar 2. Terdapat beberapa sebab (*Causes*) sehingga menimbulkan masalah (*Effect*), yaitu ”penurunan pendapatan”. Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing penyebab yang terjadi pada Sandrina Collection.

a. Proses

Toko Sandrina Collection mengalami penurunan penjualan karena masih mengandalkan penjualan secara toko fisik. Ketiadaan sistem penjualan online membuat toko ini sulit menjangkau konsumen yang lebih luas dan tidak mampu bersaing dengan pelaku usaha lain yang sudah beradaptasi dengan tren digital.

b. Place

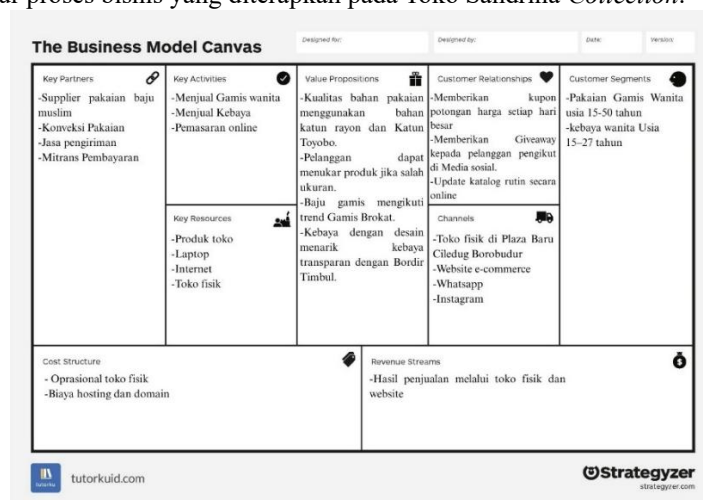
Kondisi pasar dilokasi kurang nyaman bagi pelanggan, situasi tersebut membuat pelanggan tidak untuk berlama-lama mengunjungi toko. Pelanggan cenderung terburu-buru saat melihat produk dan segera meninggalkan toko tanpa melakukan pembelian. Akibatnya, peluang toko untuk menarik minat dan meningkatkan penjualan menjadi lebih kecil karena waktu interaksi pelanggan dengan produk terbatas.

c. Promosi

Tidak adanya media promosi, pelanggan hanya mendapatkan informasi saat berkunjung langsung ke toko fisik. Akibatnya, informasi mengenai produk, promo, dan keberadaan toko sehingga jangkauan pasar terbatas.

**3.2 Business Model Canvas**

*Business Model Canvas* (BMC) merupakan sebuah alat yang efektif untuk memetakan, menganalisis, serta mengembangkan model bisnis secara komprehensif [9]. Gambar 3 menampilkan pemanfaatan *Business Model Canvas* dalam menilai alur proses bisnis yang diterapkan pada Toko Sandrina Collection.



**Gambar 3.** Business Model Canvas

Penjabaran berikut menjelaskan penerapan Business Model Canvas pada Toko Sandrina Collection:

a. Value Propositions

Nilai dari toko ini kualitas bahan yang digunakan, seperti katun rayon dan Toyobo yang dikenal nyaman dan adem. Toko memberikan kemudahan dalam penukaran ukuran, menawarkan produk yang mengikuti tren gamis brokat, serta kebaya dengan desain seperti bordir timbul yang elegan.

b. Customer Segments

Sandrina *Collection* terbagi menjadi dua kelompok utama, yaitu wanita pengguna gamis dengan rentang usia 15 hingga 50 tahun yang membutuhkan busana muslimah yang nyaman dan trendy, serta wanita pengguna kebaya berusia 15 hingga 27 tahun yang membutuhkan kebaya modern untuk keperluan acara formal seperti wisuda dan pernikahan.

c. *Channels* atau saluran

Distribusi yang digunakan toko ini terdiri dari toko offline yang berlokasi di Plaza Baru Ciledug Borobudur serta website ecommerce, Instagram, dan Whatsapp yang memungkinkan pelanggan untuk berbelanja secara online dari mana saja.

d. *Customer Relationship*

Strategi hubungan pelanggan yang diterapkan oleh toko pemberian kupon potongan harga saat hari besar hari Kartini, Idul Fitri, pemberian hadiah melalui program giveaway di media sosial, serta pembaruan katalog produk secara rutin secara online.

e. *Key Resources*

Kegiatan utama meliputi produk-produk yang dijual, perangkat kerja seperti laptop, koneksi internet, serta keberadaan toko fisik yang menjadi salah satu pusat kegiatan operasional.

f. *Key Activities*

kegiatan pada toko Sandrina *Collection*. Menjual pakaian gamis dan Kebaya menawarkan, menyediakan busana gamisa baik untuk keperluan sehari-hari maupun acara formal.

g. *Key Partners*

Pihak-pihak yang bekerja sama dengan Toko Sandrina *Collection* guna mendukung kelancaran kegiatan operasional bisnis yang dijalankan. Supplier merupakan pihak yang menyediakan bahan atau produk jadi untuk dijual oleh toko, supplier pakaian juga penyedia stok yang akan dijual kembali. Konveksi, membantu toko Sandrina *Collection* untuk membuat produk dengan desain yang telah ditentukan. Layanan logistik JNE membantu produk sampai ke pelanggan. Terakhir, mitraan pembayaran memfasilitasi proses transaksi antara penjual dan pelanggan.

h. *Cost Structure*

Toko operasional toko fisik seperti listrik, pegawai, dan perawatan toko. Selain itu, toko juga menanggung biaya hosting dan domain untuk keberlangsungan *website e-commerce*.

i. *Revenue Streams*

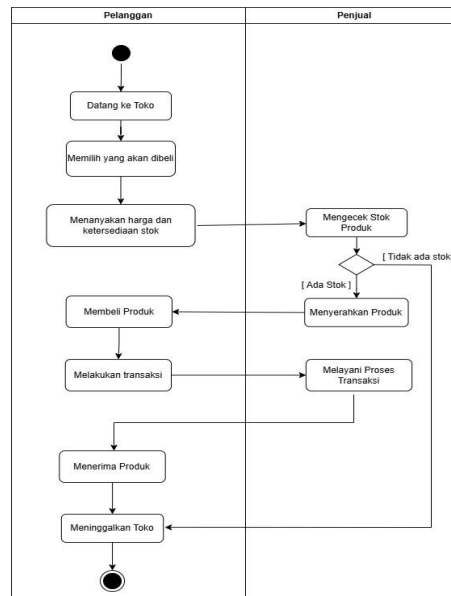
Sumber pendapatan utama berasal dari hasil penjualan produk, baik yang dilakukan melalui toko fisik maupun melalui website online yang telah disediakan.

### 3.3 Analisis Proses Bisnis Berjalan

*Activity diagram* adalah sebuah diagram yang menggambarkan suatu konsep alur pada data/kontrol, aksi terstruktur yang dirancang dengan baik pada sistem [10] *diagram* tersebut juga dijadikan acuan dalam merancang sistem *e-commerce* yang dikembangkan. Jika pada proses bisnis berjalan pelanggan harus datang langsung ke toko untuk melihat produk dan melakukan transaksi, maka pada sistem *e-commerce* pelanggan dapat melakukan seluruh aktivitas secara online. Menggambar proses bisnis berjalan menggunakan Activity Diagram pada toko Sandrina *Collection*. Berikut adalah activity diagram proses bisnis berjalan pada Sandrina *Collection*.

a. Proses Bisnis Pemesanan

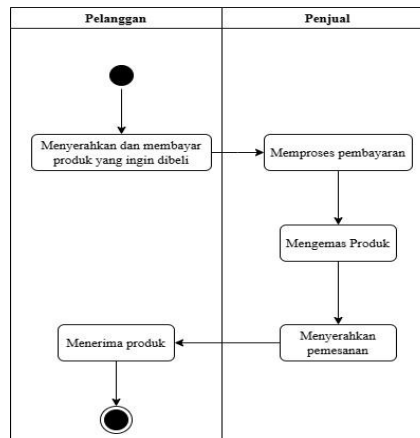
Konsumen mengunjungi Toko Sandrina *Collection* secara langsung untuk melihat dan menentukan pilihan produk sesuai dengan kebutuhan mereka. Pelanggan menentukan pilihan, menanyakan harga dan ketersediaan stok kepada penjual. Penjual memeriksa ketersediaan produk tersebut, jika produk "tidak ada", pelanggan akan meninggalkan toko tanpa melakukan pembelian, jika produk "ada", penjual menyerahkan produk kepada pelanggan untuk dilihat. Pelanggan yang telah memutuskan untuk membeli produk tersebut kemudian melakukan pembayaran. Setelah transaksi selesai, pelanggan menerima produk. Proses berakhir saat pelanggan meninggalkan toko.



Gambar 4. Activity Diagram Pemesanan

b. Proses Bisnis Pembayaran

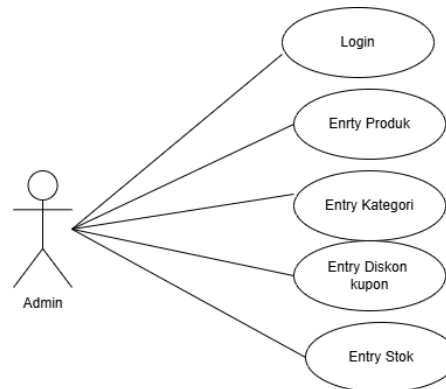
Pelanggan telah menentukan produk yang ingin dibeli, pelanggan menyerahkan produk tersebut dan melakukan pembayaran kepada penjual. Penjual kemudian memproses pembayaran yang diterima. Proses selanjutnya adalah mengemas produk yang telah dibeli. Produk yang sudah dikemas diserahkan kepada pelanggan sebagai bentuk penyelesaian transaksi. Pelanggan menerima produk yang telah dibeli dan proses pembayaran pun selesai.



Gambar 5. Activity Diagram Pembayaran

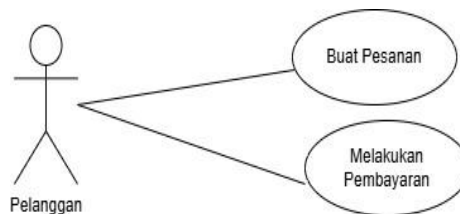
### 3.4 Use Case Diagram

*Use Case Diagram* adalah salah satu jenis dari berbagai macam diagram UML yang digunakan untuk menggambarkan interaksi atau hubungan antara suatu sistem dengan pihak luar yang terlibat, yaitu actor [11]. Gambar 6 *use case diagram* menunjukkan peran admin dalam sistem *e-commerce*. Admin bertugas mengelola sistem melalui beberapa fungsi utama, yaitu login ke sistem, menambahkan produk, mengatur kategori, membuat kupon diskon, dan memperbarui stok barang. Semua aktivitas ini bertujuan untuk memastikan toko online berjalan dengan baik dan data selalu *terupdate*.



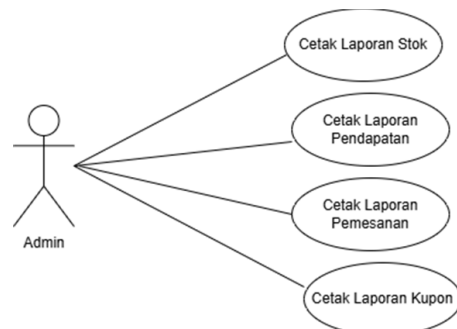
**Gambar 6.** Use Case Diagram Admin Master

Gambar 7 use case diagram menunjukkan aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan dalam sistem *e-commerce*, yaitu membuat pesanan dan melakukan pembayaran. Pelanggan dapat memilih produk, memesan barang, lalu menyelesaikan transaksi dengan metode pembayaran yang tersedia. Kedua fungsi ini dirancang agar pelanggan dapat berbelanja secara mandiri dan mudah melalui sistem *online*.



**Gambar 7.** Use Case Diagram Transaksi Pelanggan

Gambar 8 use case diagram menggambarkan peran admin dalam mencetak laporan pada sistem *e-commerce*. Admin memiliki akses untuk mencetak empat jenis laporan, yaitu laporan stok, pendapatan, pemesanan, dan kupon. Fitur ini bertujuan untuk memudahkan admin dalam memantau data operasional toko secara rutin dan mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih akurat.

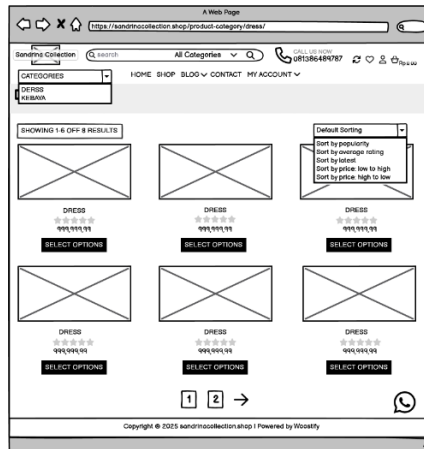


**Gambar 8.** Use Case Diagram Admin Laporan

### 3.5 Rancangan Layar

#### a. Tampilan Halaman *Shop*

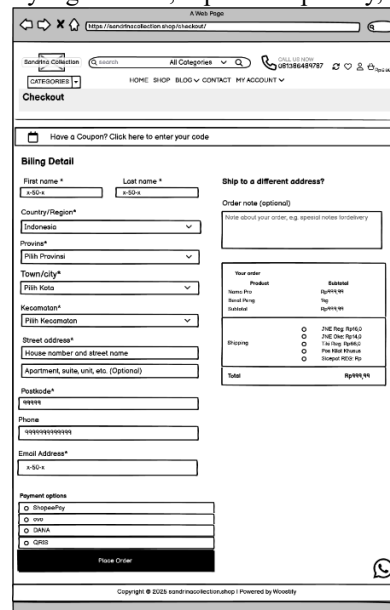
Gambar 9 halaman *Shop* pada website *Sandrina Collection* menampilkan daftar produk yang dijual, seperti dress dan kebaya. Pengguna dapat memilih kategori melalui menu *Categories*, Setiap produk ditampilkan dengan gambar, nama, harga, halaman ini dirancang agar pelanggan dapat berbelanja dengan mudah dan terorganisir.



Gambar 9. Halaman Shop

b. Tampilan Halaman Checkout

Gambar 10 menunjukkan halaman checkout pada situs e-commerce Sandrina Collection. Setelah memilih produk dan memasukkannya ke dalam shopping cart, pelanggan diarahkan ke halaman checkout untuk mengisi data pembayaran, meliputi nama, alamat, nomor telepon, dan email. Selain itu, pelanggan dapat memilih jasa pengiriman serta metode pembayaran yang tersedia, seperti ShopeePay, OVO, DANA, atau QRIS.



Gambar 10. Halaman Checkout

### 3.6 Strategi Marketing

-Meningkatkan daya tarik pelanggan dan mendorong penjualan, Sandrina Collection menerapkan strategi promosi sebagai berikut: Promosi Diskon diwebsite harga khusus saat hari-hari besar, seperti Idul Fitri, Ramadhan, dan Hari Kartini.



Gamabr 11. Diskon Web

-Mengadakan Give Away produk pakaian untuk para pengikut instagram dan mencantumkan tautan website e-commerce Sandrina Collection di media sosial Instagram serta memberikan informasi mengenai potongan harga khusus bagi pelanggan yang melakukan transaksi melalui situs web tersebut.



Gambar 12. Instagram

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan sebuah sistem *e-commerce berbasis Content Management System (CMS) WordPress* yang dilengkapi dengan strategi *Search Engine Optimization (SEO)* sebagai solusi untuk permasalahan Toko Sandrina Collection yang masih bergantung pada penjualan fisik. Melalui . Metode penelitian menggunakan waterfall dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur, diperoleh gambaran kondisi bisnis, kebutuhan sistem, serta teori pendukung yang relevan. Implementasi *website e-commerce* yang dikembangkan terbukti mampu menampilkan produk secara lebih informatif, mempermudah proses transaksi, serta memperluas jangkauan pemasaran. Hasil optimasi SEO menunjukkan adanya peningkatan visibilitas website pada mesin pencari, sehingga produk lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan secara organik. Pengembangan *e-commerce* berbasis CMS dan dukungan strategi SEO dapat membantu meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta mendorong peningkatan penjualan Sandrina Collection. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi usaha kecil menengah lainnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pertumbuhan bisnis di era persaingan *modern*. Sistem dapat dikembangkan dengan integrasi metode pembayaran yang lebih beragam atau fitur pelacakan pengiriman otomatis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Kamil and H. Hasugian, "Implementasi E-Commerce Berbasis Web Untuk Memperluas Penjualan Pada Toko Barokah Moeslemah," *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, vol. 3, no. 2, pp. 1826–1835, Sep. 2024.
- [2] D. Fauziyyah, "Pembuatan Website Company Profile Pada Konoba Coffee Menggunakan CMS Wordpress," *Applied Business and Administration Journal*, vol. 2, no. 3, Sep. 2023.
- [3] A. B. Prahastyo, A. Triayudi, and B. Rahman, "KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer E-Commerce Produk Hasil Pertanian Berbasis Web dengan Metode Agile Software Development," *Media Online*, vol. 3, no. 6, pp. 1334–1339, 2023, doi: 10.30865/klik.v3i6.911.
- [4] E. Sany and Y. Kurniawan, "PENERAPAN E-COMMERCE PADA USAHA BATIK JAMBI PADA TOKO BATIK DUO SERANGKAI: Customers, Promotion, E-Commerce, Batik.," *Jurnal Akademika*, vol. 15, no. 2, pp. 84–90, Apr. 2023.
- [5] R. Al Ghani, N. Wahdiaz Azani, S. N. Auliani, S. Maharani, M. D. Gustinov, and M. L. Hamzah, "Perancangan Sistem Informasi e-Commerce Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall," Jun. 2022, doi: <https://doi.org/10.47701/senatib.v2i1>.

- [6] M. I. Alfiansyah, M. Bagoes, and S. Junianto, “Pengembangan Aplikasi E-Commerce Menggunakan Metode Web Information System Development Methodology (Studi Kasus: Jaks Store.Id) E-Commerce Application Development Using The WISDM (Web Information Development Methodology) Case Study Method jaks\_store.id,” *JTSI*, vol. 4, no. 1, pp. 1–10, Apr. 2023, doi: <https://doi.org/10.35957/jtsi.v4i1.2929>.
- [7] P. G. S. C. Nugraha, I. P. Y. Indrawan, and I. K. A. Asmarajaya, “Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Website,” *INSERT: Information System and Emerging Technology Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 53–61, Sep. 2022, doi: [10.23887/insert.v3i1.50467](https://doi.org/10.23887/insert.v3i1.50467).
- [8] T. EduNers and A. A. Hidayat, *Buku Pengayaan Uji Kompetensi Manajemen Keperawatan*. Health Books Publishing, 2021. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=gzsfEAAAQBAJ>
- [9] R. Utami *et al.*, *Buku Referensi Bisnis Model Canvas: Mendesain Rencana Bisnis yang Inovatif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=g2UfEQAAQBAJ>
- [10] N. N. Amiroh *et al.*, *PROSIDING SEMINAR NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI INFORMASI & KOMUNIKASI: “Optimalisasi Teknologi Kecerdasan Artifisial untuk Mendukung Transformasi Digital dan Masa Depan Otomasi.”* Sanata Dharma University Press, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=N30YEQAAQBAJ>
- [11] R. Destriana, S. M. Husain, N. Handayani, and A. T. P. Siswanto, *Diagram UML Dalam Membuat Aplikasi Android Firebase “Studi Kasus Aplikasi Bank Sampah.”* Deepublish, 2022. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=6bM-EQAAQBAJ>