

PENERAPAN *E-COMMERCE BUSINESS TO CONSUMER (B2C)* MENGUNAKAN *CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS* STUDI KASUS JOCYSPREI

Risky Hanif Nurhuda¹, Hendri Irawan^{2*}

¹²Fakultas Teknologi Informasi, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ¹1812500856@student.budiluhur.ac.id, ^{2*}hendri.irawan@budiluhur.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak—Perkembangan teknologi informasi dan internet yang semakin cepat, memiliki pengaruh besar terhadap transaksi bisnis, salah satunya adalah penjualan yang dilakukan secara online. *E-commerce* merupakan berbagai aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Jocysprei adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang penjualan *bedcover* dan seprai dengan proses produksi sendiri (*homemade industri*) yang memiliki nama brand “Jocy” berdiri sejak tahun 2001. Walaupun berada di kawasan sentral tekstil terbesar di kawasan Jabodetabek yaitu Cipadu, namun ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi. Permasalahan tersebut antara lain yaitu toko fisik hanya berada di satu tempat saja dan banyak pedagang yang menjual jenis produk serupa, selanjutnya berkurangnya potensi mendapatkan pelanggan baru dikarenakan potongan harga hanya diberikan kepada pelanggan lama. Selain itu, penggunaan sosial media *Instagram* saat ini mengalami kendala yaitu tidak adanya fitur untuk transaksi pada yang membuat pelanggan harus berinteraksi terlebih dahulu melalui *Instamessage* ataupun *direct message* melalui *WhatsApp*, pelanggan juga kesulitan untuk mengetahui ketersediaan stok produk dikarenakan postingan produk yang ada pada *Instagram* hanya berbasis *feed*. Telah dilakukan penelitian untuk merancang bangun sistem *e-commerce* berbasis web dengan menggunakan plugin *Woocommerce*. Hal ini bertujuan untuk memudahkan toko dalam melakukan penjualan online sebagai alternatif penjualan melalui toko fisik dan *Instagram*. Selain itu dengan menggunakan sistem online dapat memperluas area pemasaran produk. Serta mempermudah pelanggan yang hendak berbelanja di toko Jocysprei tanpa harus datang langsung untuk menanyakan ketersediaan stok produk.

Kata Kunci: penjualan online seprai, *jocysprei*, *wordpress woocommerce*

Abstract—The rapid development of information technology and the internet significantly influence business transactions, one of which is online sales. *E-commerce* is a variety of buying and selling activities carried out through electronic media. Jocysprei is a business that sells bedcovers and sheets with its production process (*homemade industry*), with the brand name “Jocy” established in 2001. Although it is located in the largest textile central area in the Greater Jakarta area, namely Cipadu, several problems were found. Among other issues, physical stores are only in one place, and many traders sell similar products. The potential for new customers is reduced because discounted prices are only given to old customers. In addition, the use of *Instagram* social media is currently experiencing problems, namely the absence of features for transactions that make customers have to interact first through *Instamessage* or *direct messages* via *WhatsApp*. Customers also have difficulty knowing product stock availability because product postings on *Instagram* are only based on feeds. Research has been carried out to design a web-based *e-commerce* system using the *Woocommerce* plugin. It is intended to make it easier for stores to make online sales as an alternative to selling through physical stores and *Instagram*. In addition, using an online system can expand the area of product marketing and make it easier for customers who want to shop at the Jocysprei store without having to come directly to ask for product stock availability.

Keywords: online sales of bed sheets, *jocysprei*, *wordpress woocommerce*.

1. PENDAHULUAN

Pada era saat ini, semakin berkembangnya kemajuan teknologi dan internet di Indonesia, berpengaruh besar terhadap perubahan bisnis, salah satu dari perubahan itu adalah penjualan yang dilakukan secara online. *E-commerce* sendiri dapat diartikan sebagai, aktifitas orang dalam melakukan transaksi komersial virtual dengan membeli dan menjual berbagai hal secara online menggunakan komputer atau perangkat seluler [1]. Sedangkan industri tekstil merupakan salah satu industri yang menciptakan benang, kain, dan pakaian. Produksi produk jadi tekstil seperti selimut, seprei, bantal, dan *bedcover* termasuk dalam industri seprei, salah satu kelompok industri barang jadi tekstil untuk keperluan rumah tangga.

Jocysprei adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang penjualan *bedcover* dan seprai dengan proses produksi *homemade industri* dengan memiliki nama brand Jocy yang berdiri sejak tahun 2001. Jocysprei memiliki beberapa permasalahan seperti Jocysprei hanya memiliki 1 toko yang menyebabkan, banyaknya kompetitor meskipun area tersebut strategis, namun tetap berkurangnya potensi mendapatkan pelanggan baru

dikarenakan potongan harga hanya diberikan kepada pelanggan lama, dan *Instagram* saat ini mengalami kendala, tidak adanya fitur untuk transaksi pada *Instagram* bisnis yang membuat pelanggan harus berintraksi terlebih dahulu melalui *Instamessage*, ataupun *Direct message* melalui *WhatsApp*. Pelanggan mengalami kesulitan untuk mengetahui stok ketersediaan produk dikarenakan postingan produk yang ada pada *Instagram* hanya berbasis *feed*. Maka dari itu, peneliti membangun *website e-commerce* toko Jocysprei, guna sistem penjualan online sebagai alternatif selain menggunakan *Instagram*. *Website e-commerce* ini, dapat meluaskan area pemasaran produk secara online dengan memanfaatkan *Search Engine Optimization (SEO)*, dimana tidak membutuhkan waktu ataupun biaya pengeluaran yang sangat banyak. Selain itu, *website* Jocysprei dapat mempermudah admin/owner dalam memperoleh informasi mengenai laporan transaksi penjualan pada *website e-commerce*.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi literatur yang berkaitan dengan topik pembahasan. Penelitian yang dilakukan oleh [2], permasalahan yang ditemukan pada penelitian tersebut adalah sistem penjualan di Cahaya *Bedcover* melakukan kegiatan transaksi menggunakan media telepon, *e-mail* atau datang untuk bertanya langsung mengenai Cahaya *Bedcover* dan terkadang barang yang ingin dipesan tidak selalu tersedia sehingga *costumer* harus menunggu. Hal ini berdampak terhadap adanya indikasi omset penjualan yang menurun. Dengan adanya *website e-commerce* pada toko Cahaya dapat meningkatkan penjualan *bedcover* pada toko cahaya, aplikasi ini dapat membantu pengolahan data dan penjualan *bedcover* pada toko cahaya, aplikasi ini mempermudah untuk memberitahu kepada konsumen tentang barang terbaru dan untuk mengolah data penjualan *bedcover*.

Penelitian yang dilakukan oleh [3], permasalahan yang ditemukan pada penelitian tersebut adalah konveksi gamis tawakal tidak adanya biaya sewa tersendiri untuk ruangan yang akan dijadikan toko, maka cara pemasaran dan penjualan konveksi gamis tawakal adalah dengan memasang *stand*, di acara majelis ta'lim dipasar kaget di wilayah Jakarta Barat. yang menyebabkan penjualan menjadi terbatas sehingga membuat produk stok lama seringkali terbuang karna tidak bisa terjual dan juga banyaknya pelanggan yang kesulitan untuk mendapatkan informasi mengenai produk yang dijual. Sehingga dengan adanya *website e-commerce* diharapkan mampu mendatangkan para pelanggan baru. Pada sisi admin mempermudah admin dalam melakukan pengolahan data penjualan yang akan diinputkan kedalam sistem dalam membuat laporan yang terkait dengan penjualan serta dapat melakukan promosi pada media sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh [4], permasalahan yang ditemukan pada penelitian tersebut adalah, kendala yang dihadapi Bumdes Limbato saat ini yaitu kesulitan dalam mengiklankan produk, memberikan data produk baru dan membuat biaya lebih kompetitif karena sudah tercatat pada data informasi produk, hal ini dapat menarik pembeli baik dari dalam maupun luar wilayah desa Limbato. Melihat permasalahan yang dimaksud, peneliti berinisiatif untuk membuat sebuah sistem yang dikenal dengan sistem *e-commerce* berbasis *website* dengan memanfaatkan media internet.

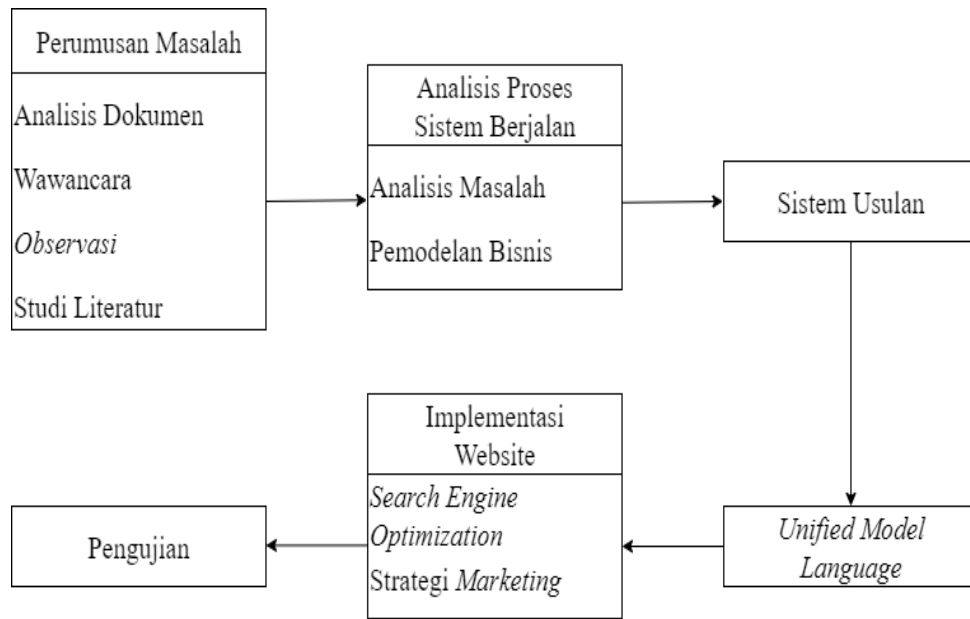
Pada Penelitian yang dilakukan oleh [5] memiliki permasalahan yang ditemukan pada penelitian tersebut adalah dalam hal penjualan. Songketkito masih mengandalkan media interaksi dengan pelanggan secara langsung dan masih berpusat pada lokasi tertentu. Di sisi lain, jumlah pesaing yang semakin bertambah, menyebabkan perusahaan semakin sulit menjaga performansi dan kinerja dengan tingkat profitabilitasnya. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi (Songketkito) untuk menghasilkan inovasi pemasaran yang inovatif untuk merebut pangsa pasar yang lebih besar dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Salah satunya dengan mengembangkan *website* khusus hanya untuk produk Songketkito.

Pada penelitian yang dilakukan oleh [6], masyarakat diwajibkan untuk membatasi semua aktivitas di luar karena wabah virus COVID-19 yang telah menyebar ke banyak wilayah di dunia. Seperti halnya kegiatan jual beli. Sekarang perlu membatasi jual beli yang sering dilakukan di luar rumah, dan penggunaan *e-commerce* yang meningkat. Inilah yang memotivasi Bellatex untuk mengembangkan usaha toko kainnya. 3 bulan di implementasikan beserta pemanfaatan sosial media terdapat penambahan omzet sekitar 15%, Karena kemampuannya untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, Berkat penggunaan media sosial dan kemampuan optimisasi mesin pencari, situs web *e-commerce* ini juga dapat digunakan sebagai alat promosi. Fungsi konfirmasi pembayaran otomatis dapat mempermudah admin untuk membuat laporan, dan fitur verifikasi retur membantu mempercepat proses pengembalian dengan memungkinkan admin dengan cepat menangani permintaan dan keluhan pengembalian pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Tahapan Penelitian

Metode penelitian atau tahapan penelitian merupakan tahapan proses dalam melakukan penelitian. Tahapan penelitian analisis dan perancangan yang dilakukan tertuang pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Menurut [7] tahapan penelitian menjelaskan secara menyeluruh mengenai tahapan yang terlibat dalam melakukan penelitian dari awal sampai akhir seperti yang terlihat dalam bentuk susunan bagan yang saling terhubung yang dilakukan di toko Jocysprei. tahapan penelitian merupakan tingkat ataupun tahapan dapat diucap tahapan dalam suatu kegiatan penelitian. Dimana tingkatan itu ada mempunyai cara yang dicoba dengan cara tertata, runtut, dasar, masuk akal serta analitis Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah memakai pendekatan *Operational Field Testing* (Percobaan Coba Rasio Besar).

Tahapan penelitian dijelaskan dalam bentuk diagram tertaut yang digunakan di toko Jocysprei dan menjelaskan secara lengkap metode melakukan penelitian dari awal hingga kesimpulan.

2.2. Perumusan Masalah

Dibawah ini merupakan tahapan perumusan masalah yang dilakukan peneliti dengan melihat kondisi sebenarnya yang terjadi pada toko Jocysprei.

a. Analisis Dokumen

Metode dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen yang sudah diberikan oleh pihak terkait agar peneliti dapat mempermudah menganalisa. Informasi yang sesuai dengan sistem yang akan dibuat mulai dari nota pembayaran, laporan dan bukti gambar produk yang ada.

b. Wawancara

Metode ini melakukan kegiatan tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber. Pihak yang diwawancarai yaitu pimpinan dan staff toko untuk mendapatkan berbagai informasi proses bisnis dan permasalahan yang dihadapi.

c. Observasi

Metode yang dilakukan dengan mengamati secara langsung yang ada agar mendapatkan informasi aktual dan dapat dipercaya kebenarannya.

d. Studi Literatur

Metode ini dilakukan dengan cara mencari berbagai referensi yang terkait dengan topik *e-commerce* serta penelitian sebelumnya dari buku, jurnal dan proseding.

2.3. Analisis Proses Sistem Berjalan

Di bawah ini merupakan tahapan perancangan sistem dengan merancang secara rinci, sehingga menghasilkan model sistem yang baru berdasarkan sistem yang diusulkan pada tahap perancangan sistem ini adalah:

a. Fishbone Diagram

Fungsi dari *fishbone diagram* adalah untuk mempermudah dalam melakukan identifikasi faktor-faktor penyebab masalah yang ada pada toko. Melalui gambar diagram yang berbentuk seperti tulang ikan yang dibuat dengan menggunakan *tools* draw.io.

b. Business Model Canvas

Dalam pemodelan bisnis pada *e-commerce* ini, peneliti menerapkan metode *Business Model Canvas* yang digunakan agar mempermudah dalam menganalisis strategi model bisnis yang sudah ada menjadi lebih berkembang.

2.4. Sistem Usulan

Digunakan untuk menjelaskan alur proses bisnis usulan dengan menggunakan *activity diagram* dan dibuat menggunakan *tools draw.io*.

2.5. Unified Model Language

Untuk merancang sistem secara bertahap berdasarkan hasil analisa sistem yang ada, perancangan sistem ini dengan menggunakan *Unified Model Language*.

2.6. Implementasi Website

a. Search Engine Optimization

Search Engine Optimization dengan tujuan agar website yang dibuat dapat dikenal dengan mudah melalui mesin pencari. Tools yang digunakan dengan menginstall *plugin yoast SEO*.

b. Strategi Marketing

Strategi *marketing* yang digunakan oleh Jocysprei adalah dengan memberikan potongan harga untuk pelanggan lama, memanfaatkan sosial media Instagram dan whatsapp untuk mempromosikan produk secara online.

2.7. Pengujian Menggunakan BlackBox Testing

Pengujian menggunakan *Blackbox Testing* dan dilakukan secara manual tester, Metode pengujian pada *website* menguji fungsionalitas *website* tanpa mengintip ke dalam struktur atau cara kerja internalnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Masalah

Mencaritahu pemicu permasalahan, seperti apa permasalahan yang dialami disaat ini, serta urgensi mengatasi permasalahan itu. Temukan sumber perkaranya dengan cara melaksanakan penelitian kepada permasalahan yang dialami [8].

3.1.1. Fishbone Diagram

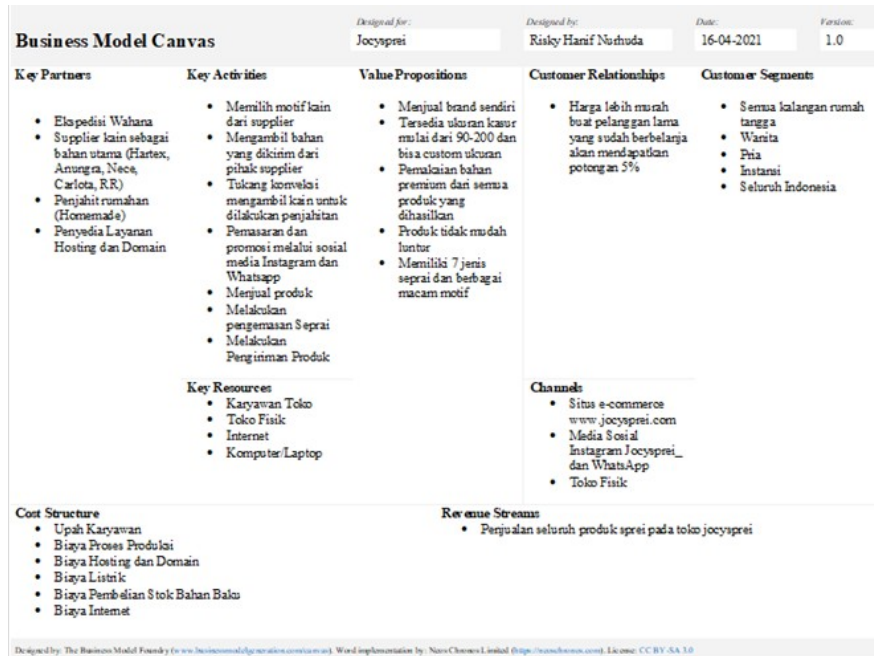
Menurut *Ishikawa* diagram ataupun diketahui dengan *fishbone* diagram merupakan salah satu tata cara dari *Seven Quality Tools* yang dipakai guna mencari pemicu dari timbulnya sesuatu permasalahan [9]. Digambarkan dalam bentuk *fishbone* diagram yang ada pada toko Jocysprei terlihat Pada gambar 2. *Fishbone Diagram*.



Gambar 2. Fishbone Diagram

3.1.2. Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) biasa digunakan sebagai alat memvisualisasikan segala aspek yang dibutuhkan dalam mengembangkan roadmap bisnis yang ada seperti siapa konsumen yang dituju, alur pasar, serta rencana keuangan. Adapun *Business Model Canvas* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Business Model Canvas

Pada gambar 2. *Business Model Canvas* menjelaskan bahwa *Business Model Canvas* yang terdiri dari 9 pilar, Berikut adalah 9 pilar tersebut:

a. *Customer Segments*

Customer Segments Menggambarkan elemen ini membahas konsumen yang menjadi target sasaran atau target pasar dari perusahaan. *Customer Segments* pada Jocysprei adalah semua kalangan rumah tangga, wanita, pria instansi dan seluruh Indonesia.

b. *Customer Relationship*

Customer Relationship Pada elemen ini membahas dimana perusahaan menjalin hubungan ikatan kepada pelanggan agar kesetiaan pelanggan tetap terjaga dengan baik. Jocysprei memberikan harga lebih murah buat pelanggan tetap dengan potongan 5%.

c. *Channels*

Channels adalah Satu elemen penting bagi keberhasilannya perusahaan dalam memasarkan produk kepada pelanggannya agar target pasar dapat tercapai, Jocysprei menggunakan situs e-commerce www.jocysprei.com, Media sosial Instagram Jocysprei_ dan toko fisik.

d. *Value Propositions*

Value Propositions merupakan elemen penjelasan dan rincian dari keunggulan produk serta manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi target pelanggannya untuk mendeskripsikan keunggulan produk kamu dengan produk yang lain. Jocysprei memberikan kepada pelanggannya adalah sebagai berikut, Menjual brand sendiri, Tersedia ukuran kasur mulai dari 90-200 dan bisa custom ukuran, Pemakaian bahan premium dari semua produk yang dihasilkan, Produk tidak mudah luntur, Memiliki 7 jenis seprai dan berbagai macam motif.

e. *Key Activities*

Key Activities Menggambarkan elemen aktivitas yang memiliki keterikatan dengan produktivitas bisnis pada sebuah produk agar dapat menghasilkan proposisi nilai. Kegiatan yang dilakukan Jocysprei saat ini adalah Memilih motif kain dari supplier, Mengambil bahan yang dikirim dari pihak *supplier*, Tukang konveksi mengambil kain untuk dilakukan penjahitan, Pemasaran dan promosi melalui sosial media Instagram dan Whatsapp, Menjual produk, Melakukan pengemasan Seprai, Melakukan Pengiriman Produk.

f. *Key Resources*

Key Resources adalah sumber daya yang wajib dimiliki perusahaan agar dapat berjalan sesuai dengan *Planning Business Model Canvas*. Jocysprei memiliki sumber daya yaitu Karyawan Toko, Toko Fisik, Internet, Komputer/Laptop.

g. *Key Partners*

Key Partners adalah pihak – pihak yang terlibat dalam melaksanakan kerjasama dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja pada Jocysprei diantaranya, Ekspedisi Wahana, Supplier kain sebagai bahan utama (Hartex, Anungra, Nece, Carlota, RR), Penjahit rumahan (Homemade), Penyedia Layanan Hosting dan Domain.

h. *Cost Structure*

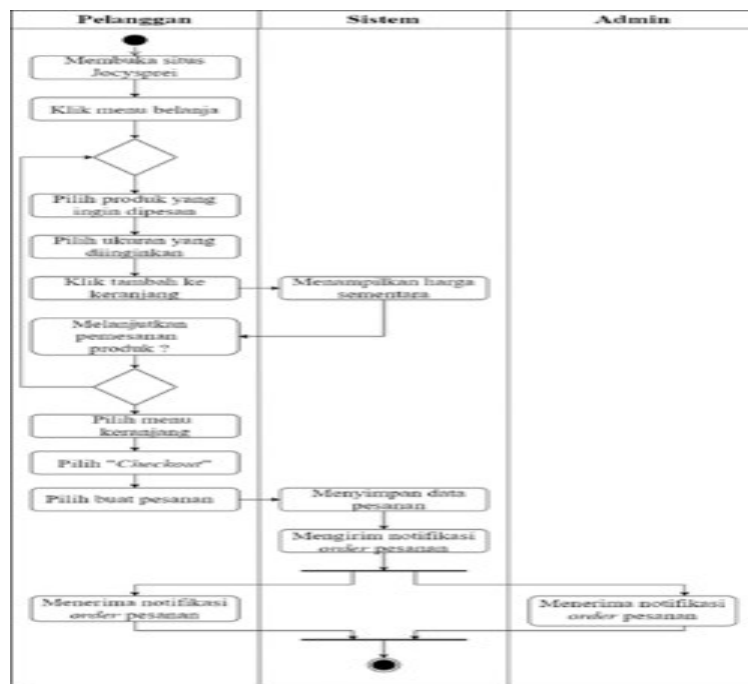
Cost Structure adalah berisi komponen-komponen yang dipergunakan oleh perusahaan. Biaya pengeluaran Jocysprei yaitu Upah Karyawan, Biaya Proses Produksi, Biaya Hosting dan Domain, Biaya Listrik, Biaya Pembelian Stok Bahan Baku, Biaya Internet.

i. *Revenue Streams*

Revenue Streams adalah bagian yang paling penting, di mana perusahaan memperoleh hasil pendapatan dari pelanggan. Pendapatan Jocysprei di dapat dari Penjualan seluruh produk seprai pada toko Jocysprei.

3.2. Proses Bisnis Usulan

Proses bisnis usulan merupakan aktifitas bisnis yang dijalankan dan diajukan kepada jocysprei yang memiliki tujuan agar aktifitas yang dilakukan mencapai tujuan dengan sempurna. Aktifitas digambarkan dengan *Activity Diagram* Proses Pemesanan Produk yang terlihat pada Gambar 4.



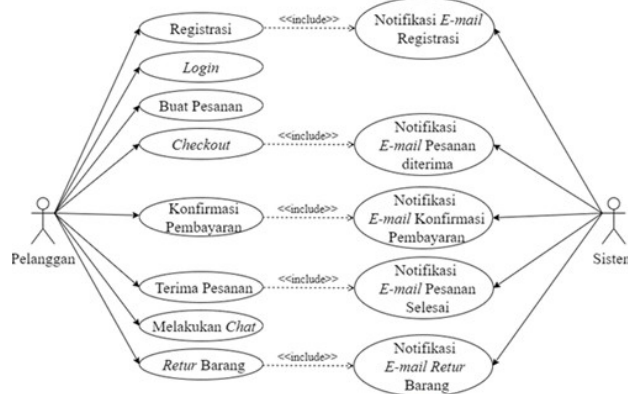
Gambar 4. Proses Pemesanan Produk

3.3. Use Case Diagram

Use Case Diagram bertujuan sebagai gambaran dari interaksi yang terjadi pada *website* serta teknik guna menemukan kebutuhan dari *website* tersebut.

a. *Use Case Diagram* Pelanggan

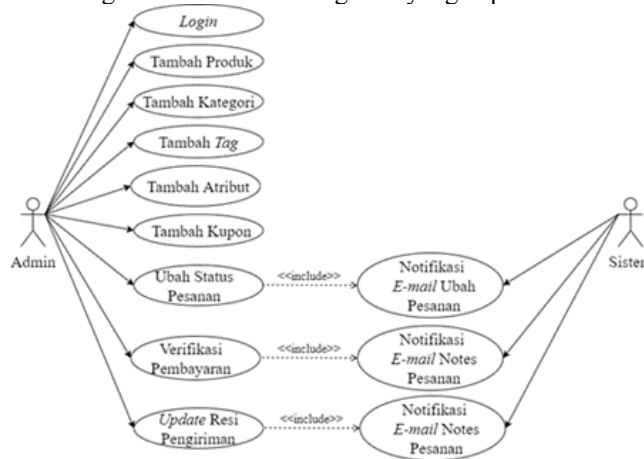
Pada gambar 5. *Use Case Diagram* Pelanggan berisi kegiatan yang dapat dilakukan pelanggan.



Gambar 5. Use Case Diagram Pelanggan

b. Use Case Diagram Admin

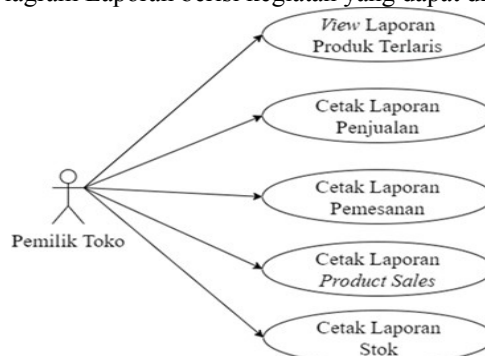
Pada gambar 6. Use Case Diagram Admin berisi kegiatan yang dapat dilakukan admin



Gambar 6. Use Case Diagram Admin

c. Use Case Diagram Laporan

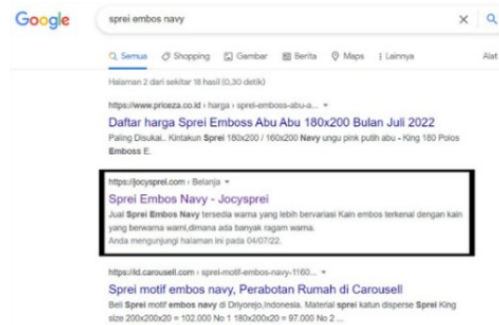
Pada gambar 7. Use Case Diagram Laporan berisi kegiatan yang dapat dilakukan pemilik toko .



Gambar 7. Use Case Diagram Laporan

3.4. Class Diagram

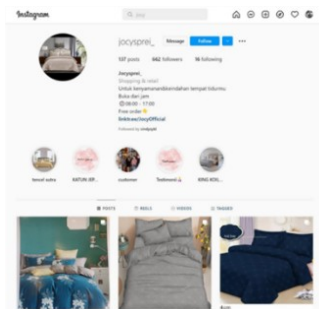
Class diagram gambaran bentuk sistem dari segi pendefinisian kelas-kelas yang hendak dibuat guna membuat sistem. Class diagram terdiri dari atribut serta operasi dengan tujuan pembuat program bisa membuat ikatan antara dokumentasi penyusunan serta perangkat lunak. Adapun class diagram bisa diamati pada gambar 8. Class Diagram



Gambar 10. Hasil Search Engine Optimization

3.7. Strategi Marketing

Strategi marketing adalah strategi yang digunakan yang berfungsi untuk meningkatkan penjual sehingga menjadi lebih tinggi dibandingkan kompetitor sejenis, diantaranya dengan menggunakan media sosial. Strategi *marketing* yang digunakan pada toko Jocysprei adalah *Instagram* sehingga pelanggan dapat mengetahui produk tanpa harus datang langsung ke toko (Lihat Gambar 11).



Gambar 11. Instagram

3.8. Pengujian Menggunakan *BlackBox Testing*

Menurut [10] pengtesan fungsional aplikasi tanpa mengenali bentuk dalam program (*no knowledge*)

a. Melakukan Pengujian Halaman Register

Untuk hasil pengujian halaman register dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1. Melakukan Pengujian Halaman Register

Scenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1. Akses Web https://jocysprei.com/	Melihat tampilan web	Rapih tidak ada kesalahan	Rapih tidak ada kesalahan	Valid
2. Registrasi	Alamat Pengguna : Erika20 Alamat email: erikanur200900@gmail.com Password: Rahasia123	Berhasil Registrasi	Berhasil Registrasi	Valid

b. Pengujian Terhadap Proses

Kupon Pada Website Untuk hasil pengujian terhadap proses kupon pada website dapat dilihat pada Table2 dibawah ini.

Tabel 2. Pengujian Terhadap Proses Kupon Pada Website

Scenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1. Penambahan Produk Kedalam Keranjang	1. Pilih Produk 2. Pilih Jenis	Dapat memasukkan	Dapat memasukkan	valid

	3. Pilih Jumlah	kedalam	kedalam	
	4. Pilih Masukkan ke keranjang	keranjang sesuai dengan pilihan	keranjang sesuai dengan pilihan	
2. Penggunaan Kupon	5. Pilih Keranjang	Berhasil	Berhasil	Valid
	6. Pilih barang	menggunakan kupon	menggunakan kupon	
	7. Kupon "XXN2DD4C"			

c. Pengujian Terhadap proses Checkout dan pembayaran

Untuk hasil pengujian terhadap proses checkout dan pembayaran dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Pengujian Terhadap Proses Checkout dan Pembayaran

Scenario Pengujian	Test Case	Hasil Yang diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1. Pengisian data lengkap	1. Isi data beserta alamat	Data berhasil di deteksi dan diisi	Data berhasil di deteksi dan diisi	Valid
2. Proses Pemilihan Kurir	2. Pilih kurir sesuai kebutuhan	Dapat menampilkan	Dapat menampilkan jenis kurir	Valid

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini yaitu dengan adanya *website e-commerce* pelanggan dapat membeli produk tanpa harus datang langsung ke toko. Terdapat fitur yang memungkinkan admin dapat menambahkan berbagai macam jenis potongan harga baik untuk pelanggan baru maupun yang sudah ada. Dengan adanya *website e-commerce* pelanggan dapat langsung membeli produk sesuai keinginan, tanpa harus melakukan konfirmasi pembelian kepada admin, postingan produk yang ada pada *instagram* hanya berbasis *feed* yang mengharuskan pelanggan mencari produk secara satu persatu dengan adanya *website e-commerce* memiliki fitur *search*, *preview* produk dan *sharing* berdasarkan kategori dan harga tanpa harus melihat satu persatu produk. Saran untuk pengembangan selanjutnya yaitu perlu adanya pemeliharaan *website* secara berkala serta penambahan fitur pelengkap seperti *tracking* kurir, *tracking* jumlah stok barang dan stok bahan, dan penambahan *payment gateway* yang dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi pembayaran.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Barata and Steven, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Dan Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Memilih Platfor, E-Commerce (Survey Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Pontianak)," 2022.
- [2] K. N. Putra and R. W. Arifin, "Sistem Informasi Penjualan Bedcover Berbasis Website," vol. 3, no. 1, pp. 13–22, 2018.
- [3] A. Gunto and G. Triyono, "Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Dengan Metode *Business Model Canvas* (BMC) Pada Konveksi Gamis Tawakkal," 2019.
- [4] Azwar, Hamria, and E. Muksin, "Perancangan Sistem E-Commerce Berbasis Website Untuk Transaksi Penjualan Toko Pakaian Bumdes Limbato Kabupaten Boalemo," *J. Sist. Inf. Dan Tek. Komput.*, vol. 6.
- [5] N. B. Sukamdani and W. Istuningsih, "Perancangan Strategi E-Commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus 'Songketkito' Kain Khas Palembang)," 2018.
- [6] F. Nur Anisa and H. Irawan, *Penerapan E-Commerce Sebagai Solusi Mempertahankan Usaha di Era Pandemi COVID-19 Studi Kasus: Bellatex*. 2021.
- [7] Mela Aryani, N. Gazali, and M. Sari, *Metodologi Penelitian Olahraga*. 2022.
- [8] M. Wispandono, N. Imamah, and H. Yulistiyono, *Penguatan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Berbasis Pemecahan Masalah*. Deepublish, 2022.
- [9] 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, Aug. 2020, doi: 10.32736/sisfokom.v9i3.808.
- [10] D. I. Permatasari, M. Ardani, and A. Y. Ma'ulfa, "Pengujian Aplikasi Menggunakan Metode Load Testing dengan Apache Jmeter pada Sistem Informasi Pertanian," *J. Sist. Inf. Dan Teknol. Inf.*, 2020.