

PENERAPAN *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA *ONLINE SHOP* FLANELIS

Aunul Fuad¹⁾, Safitri Juanita²⁾

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

^{1,2}Jl. Raya Ciledug, Petungkang Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

E-mail : fuadaunulfuad13@gmail.com¹⁾, safitri.juanita@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Online shop Flanelis merupakan salah satu penjualan online yang bergerak pada fashion wanita remaja hingga dewasa. Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, penulis menemukan permasalahan yang terjadi diantaranya kurang dari segi pemasaran dikarenakan online shop Flanelis baru menggunakan beberapa sosial media saja dalam menjual produk dan belum adanya laporan yang bisa dicetak melalui system sehingga pemilik online shop flanelis hanya menyimpan catatan penjualan berupa chat atau bukti transfer berbentuk foto yang tersimpan di whatsapp dan line. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan penjualan online shop Flanelis dan dengan dibuatkannya website berbasis E-Commerce ini pelaku usaha dapat mencetak laporan dengan akurat. Adapun metode penelitian yang digunakan seperti wawancara, observasi, analisa dokumen dan studi literature, dan mengimplementasi E-Commerce dengan menggunakan CMS (content management system) WordPress. Kesimpulan dari penelitian ini adalah dengan dibuatkannya E-Commerce membantu online shop Flanelis untuk membuat pemasaran yang lebih luas lagi, mencetak laporan dengan cepat juga akurat dan menyediakan website sendiri, untuk mengoptimalkan website ini harus dilakukan pelatihan kepada admin yang akan mengelola, maintenance secara berkala untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas juga diperlukannya promosi sebagai salah satu strategi pemasaran pada website Flanelis.

Kata kunci: *E-Commerce*, Meningkatkan Penjualan, CMS, Fashion

1. PENDAHULUAN

E-commerce adalah elektronik *commerce* merupakan istilah umum untuk proses pembelian dan penjualan yang didukung oleh cara-cara yang elektronik [1]. Pada era digital saat ini kita dimudahkan dalam melakukan bisnis yang tidak perlu mengeluarkan banyak modal untuk menyewa toko atau memakai jasa banyak karyawan karena sudah banyak media *online* yang menyediakan wadah untuk berjualan.

Flanelis adalah *online shop* yang menjual tas *backpack*, *slingbag*, *handbag*, *card holder* dan *straps bag import* dengan harga yang terjangkau. *Online shop* Flanelis berdiri pada tahun 2015. Sistem penjualan yang digunakan oleh Flanelis itu sendiri menggunakan instagram, line dan whatsapp dengan *id* instagram @Flanelis dan belum memiliki *E-commerce* sehingga penjualan masih belum maksimal juga dikhawatirkan kalah bersaing dalam penjualan. *Customer* selama ini jika ingin membeli produk dari Flanelis menggunakan *official account* line dengan *id* @Flanelis dan menggunakan nomor whatsapp 0895-1778-5862 sebagai media interaksi dan transaksi. Dengan menggunakan fasilitas sosial media sebagai sarana penjualan maka ruang lingkup atau jangkauan maupun promosi masih kurang luas karena hanya mengandalkan *followers* dari instagram dan pengikut dari line. Catatan penjualan

berupa bukti *transfer* yang tersimpan pada line dan whatsapp sehingga pemilik harus *screenshot* untuk menyimpan bukti penjualan dalam bentuk gambar. Solusi yang diajukan untuk mengatasi masalah dari Flanelis untuk mengembangkan bisnis penjualannya yaitu *E-commerce*.

Pada latar belakang di atas terdapat beberapa permasalahan seperti belum maksimalnya media pemasaran pada *online shop* Flanelis karena baru menggunakan beberapa media sosial saja, tidak adanya laporan yang bisa dicetak dari hasil penjualan sehingga pencatatan penjualan masih berupa *chat* yang tersimpan di whatsapp dan line dan tidak adanya laporan yang bisa dicetak dari sisa *stock* barang yang masih tersedia setiap bulannya.

Adapun tujuan dan manfaat pada penulisan ini yaitu dengan dibuatkannya *website* berbasis *E-commerce* penjualan *online* yang menyediakan fasilitas *chart* atau keranjang pembelian, yang otomatis tersimpan di *database* sehingga menghasilkan laporan yang informatif dan akurat, membantu mempromosikan produk dari *online shop* Flanelis agar lebih dikenal masyarakat luas dan dibuatkan *website* berbasis *E-commerce*, agar pelaku usaha dapat mencetak laporan penjualan, laporan pembayaran, laporan pengiriman, laporan pemesanan, laporan *stock* dan laporan *best seller*.

Ruang lingkup permasalahan pada penulisan ini yaitu pada *website* berbasis *E-commerce* ini terdapat proses pembelian, proses pembayaran, proses pengiriman dan proses laporan dan juga membahas tentang langkah-langkah pada pembuatan *website E-commerce* sampai dengan pembuatan laporan.

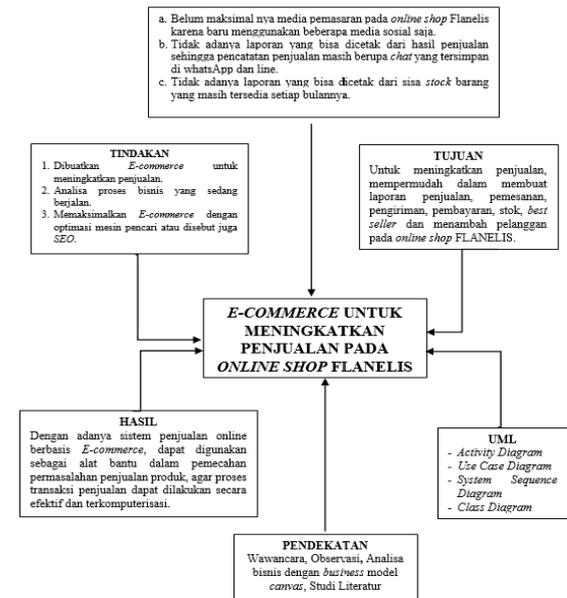
2. STUDI LITERATUR

Dalam hal ini penulis mencari referensi dari penelitian sebelumnya, referensi yang digunakan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini yaitu dari [2] dengan judul, Perancangan *E-Commerce* Batik Pada Batik Banten. Penelitian ini membahas tentang toko fisik yang menjual batik di daerah Banten, dalam hal tersebut peneliti menemukan beberapa permasalahan seperti penjualan yang belum maksimal karena hanya mengandalkan pelanggan yang datang ke toko, pelaku usaha belum menggunakan sistem informasi dalam penjualan dan dalam pembuatan laporan yang kurang efektif sehingga peneliti ingin mengimplementasikan sistem informasi *electronic commerce (E-Commerce)* agar pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan dan mempermudah pelaku usaha dalam pembuatan laporan yang lebih akurat dan mudah. Salah satu metodologi pengembangan sistem yang digunakan peneliti yaitu dengan metode *waterfall*. Dapat disimpulkan dengan dibuatkannya sistem informasi berbasis *E-Commerce* dapat memudahkan pelanggan dalam pembelian dan mengetahui informasi produk, memperluas pemasaran dan juga memudahkan dalam pembuatan laporan.

Adapun referensi dari penelitian [3] dengan judul, Sistem Informasi Penjualan Kaos Berbasis *Web* Pada Distro Sickness Berbasis *E-Commerce*. Dari penelitian yang dilakukan terdapat berbagai macam masalah pada distro sickness yaitu belum menggunakan sistem informasi, kurangnya dari segi pemasaran, kesulitan dalam mengetahui produk-produk terbaru dari distro sickness bagi para pelanggan sehingga harus mengunjungi distro terlebih dahulu agar tau produk-produk terbarunya. Dari masalah tersebut peneliti membuat *website* penjualan berbasis *E-Commerce* untuk solusi dari permasalahan yang ada pada distro sickness. Pada penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data seperti metode observasi, metode wawancara, dan juga studi pustaka. Adapun rancangan sistem dan program usulan, untuk pelanggan yaitu terdapat halaman/tampilan, *login*, produk kategori, riwayat pemesanan dan keranjang belanja sedangkan untuk admin dapat mengelola data barang, data pemesanan, dan data pelanggan. Dapat disimpulkan melalui *website* penjualan ini

dapat memberikan informasi produk-produk yang terbaru dan masih tersedia, mempermudah pelanggan dalam pemesanan dan juga jangkauan pasar yang lebih luas agar dikenal masyarakat.

3. METODE PENELITIAN



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pada gambar 1. merupakan teknik pengumpulan data yang berisikan masalah, tindakan, tujuan, hasil, *uml* yang digunakan dan pendekatan kepada pemilik *online shop*. Hal ini dapat bersangkutan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, pada sumbernya, dan alat yang dipergunakan. Untuk sumber data yang dikumpulkan dan digunakan pada penelitian, berupa :

- a. Wawancara

Langkah ini bertujuan untuk mempelajari dan menganalisa pada sistem yang sudah berjalan serta menerima data informasi langsung dari Nuri Rositania sebagai narasumber, dengan cara tanya jawab tentang alur aktifitas usahanya dan meminta dokumen yang dimiliki. Wawancara dilaksanakan dengan memberi pertanyaan yang sebelumnya sudah disediakan untuk pemilik usaha agar dapat memberikan informasi yang sangat penting.
- b. Observasi

Observasi pada metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan kepada objek penelitian secara langsung dan dapat menarik kesimpulan untuk semua kegiatan oleh objek tersebut. Observasi ini dilaksanakan untuk *online shop* Flanelis yang beralamat di jl.buntu RT.7/RW.10, Palmerah, Kota Jakarta Barat.
- c. Analisa Dokumen

Menganalisis dokumen yang terdapat pada *online shop* Flanelis dengan contoh dokumen yang sudah diberikan yaitu *screenshot* transaksi penjualan dari *online shop* Flanelis sebelum tanggal 11maret2019.

d. Studi Literatur

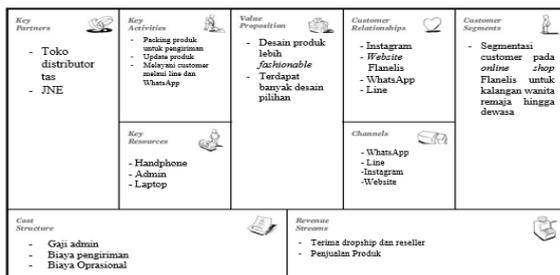
Studi literatur ini diterapkan agar mendapatkan referensi dari penelitian sebelumnya menyangkut pembahasan yang sama dengan pembahasan yang akan ditulis pada *online shop* Flanelis, dengan menggunakan cara membaca juga mamahami pada literatur dari beberapa referensi jurnal, buku, artikel ataupun bahan perpustakaan yang berkaitan pada masalah yang sedang diteliti.

e. Implementasi

Untuk mendesain *website* pada *online shop* Flanelis, seperti memilih tema, memasukkan *plugin* yang diperlukan, memposting produk dan dibuat semenarik mungkin agar *customer* mengunjungi *website* flanelis.com dan berminat membeli produk dari *online shop* Flanelis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. BMC (Business Model Canvas)



Gambar 2. BMC (Business Model Canvas)

Pada gambar 2. adalah *Business Model Canvas* yang sudah penulis buat dan digunakan pada *online shop* Flanelis.

Berikut ini ialah penjelasan tentang komponen-komponen yang terdapat didalam *Business Model Canvas*, yaitu:

a. Key Partners

Yang tercantum pada *key partners* itu ialah pihak yang terkait seperti distributor-distributor tas yang berkerja sama untuk mensuplai berbagai macam kebutuhan dari tempat usaha *online shop* Flanelis.

b. Key Activities

Suatu usaha yang memakai sumber-sumber yang dimiliki untuk diproduksi menjadi produk yang akan dijual oleh *online sheop* Flanelis.

c. Key Resources

Sumber utama mengenai suatu usaha dengan memproduksi nilai untuk kelancaran aktivitas bisnis pada sebuah perusahaan.

d. Value Proposition

Merupakan inti pada nilai yang telah disediakan dari *online shop* Flanelis untuk pelanggan.

e. Customer Relationship

Media yang telah dipakai oleh *online shop* Flanelis agar dimengerti bagaimana cara memasarkan produk dan juga berinteraksi pada pelanggan.

f. Channels

Berisi tentang sarana yang digunakan oleh *online shop* Flanelis untuk sebuah produk bisa tersampaikan kepada pelanggan.

g. Customer Segments

Tentang tahap penentuan siapa yang akan menjadi target penjualan untuk memasarkan produk.

h. Cost Structure

Merupakan struktur biaya apa yang dikeluarkan pada *online shop* Flanelis pada sebuah produk.

i. Revenue Stream

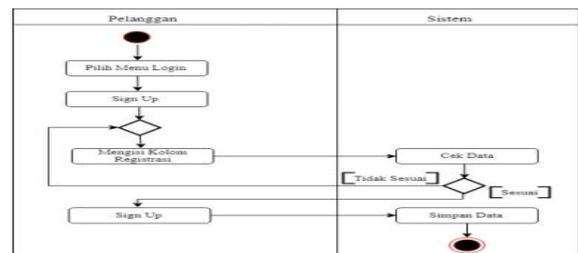
Isi dari *Revenue Stream* yaitu usaha *online shop* Flanelis dari segi apa saja penghasilan juga keuntungannya.

4.2. Activity Diagram

Activity diagram ialah alur dari aktifitas yang dilakukan pada proses bisnis [4]. Berikut ini adalah *activity diagram* yang dibuat penulis pada penelitian:

a. Proses Pendaftaran

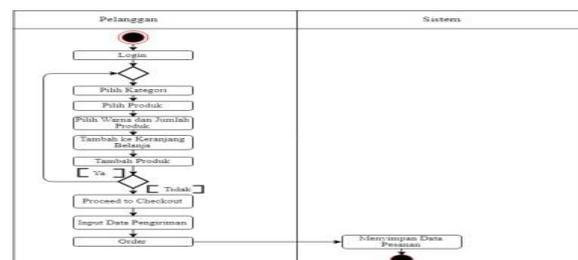
Pada gambar 3. ialah proses pendaftaran yang dilakukan pelanggan agar dapat *login* pada *website* Flanelis dengan cara mengunjungi *web* terlebih dahulu.



Gambar 3. Proses Pendaftaran

b. Proses Pemesanan Barang

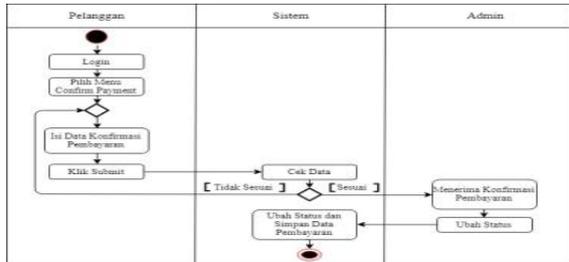
Pada gambar 4. ialah proses pemesanan barang yang merupakan aktivitas pelanggan ketika ingin memesan barang di *website* Flanelis.



Gambar 4. Proses Pemesanan Barang

c. Proses Konfirmasi Pembayaran

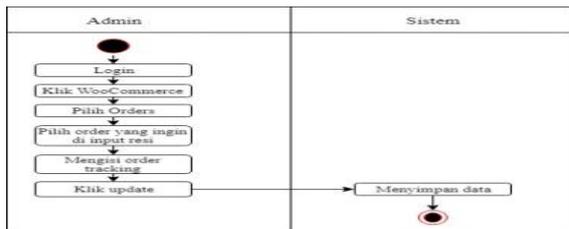
Pada gambar 5. ialah proses konfirmasi pembayaran yang dilakukan jika pelanggan sudah selesai memilih barang yang ingin dibeli kemudian mengisi *form confirm payment* yang tersedia di menu.



Gambar 5. Proses Konfirmasi Pembayaran

d. Proses Input Resi

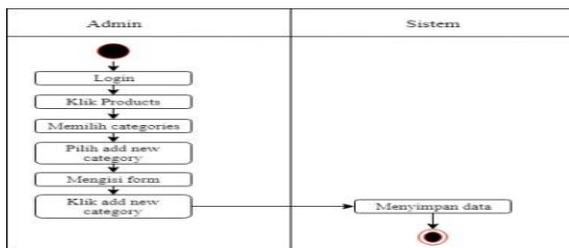
Pada gambar 6. Admin login untuk menginput resi setelah pelanggan melakukan pembayaran yang sudah valid.



Gambar 6. Proses Input Resi

e. Proses Tambah Kategori

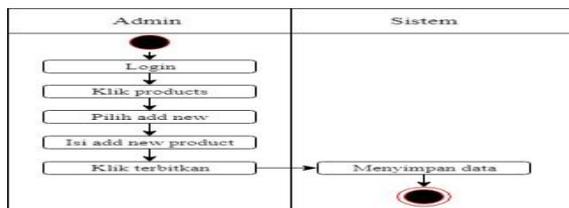
Pada gambar 7. merupakan aktivitas admin ketika ingin menambahkan kategori pada *website* Flanelis yang sebelumnya sudah login terlebih dahulu.



Gambar 7. Proses Tambah Kategori

f. Proses Tambah Barang

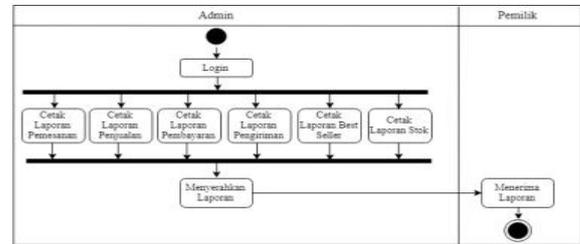
Pada gambar 8. merupakan aktivitas admin ketika menambahkan barang atau produk yang akan dijual di *website* Flanelis.



Gambar 8. Proses Tambah Barang

g. Proses Pembuatan Laporan

Pada gambar 9. Merupakan laporan yang dibuat untuk diserahkan kepada pemilik usaha dan sudah dicetak oleh admin.



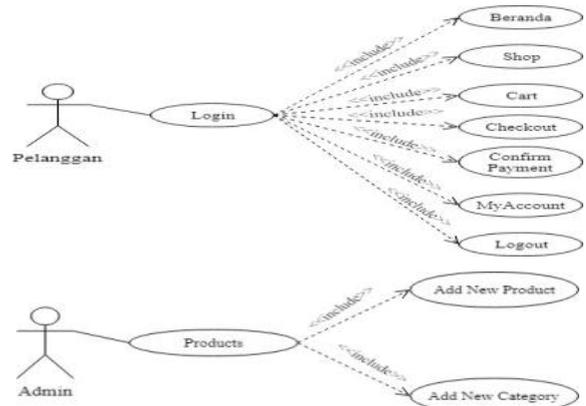
Gambar 9. Proses Pembuatan Laporan

4.3. Use Case Diagram

Use case diagram menggambarkan fungsi yang terdapat dari sistem [5]. Berikut ini ialah use case diagram yang telah dibuat:

a. Use Case Diagram Master

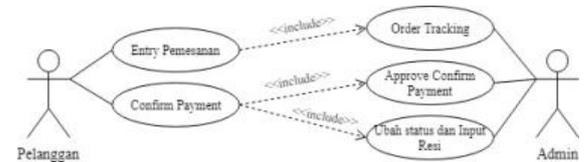
Pada gambar 10. Pelanggan sudah dalam kondisi login dan dapat mengakses menu di *website* flanelis.com. Admin bisa menambahkan produk dan kategori.



Gambar 10. Use Case Diagram Master

b. Use Case Diagram Transaksi

Pada gambar 11. Pelanggan dapat mengentry pesanan dan juga melakukan pembayaran kemudian admin akan memeriksa dan mengkonfirmasi.



Gambar 11. Use Case Diagram Transaksi

c. Use Case Diagram Laporan

Pada gambar 12. Admin dapat mencetak laporan pengiriman, laporan pembayaran, laporan stok barang, laporan penjualan, laporan *best seller* dan rekapitulasi yang akan diserahkan kepada pemilik usaha.

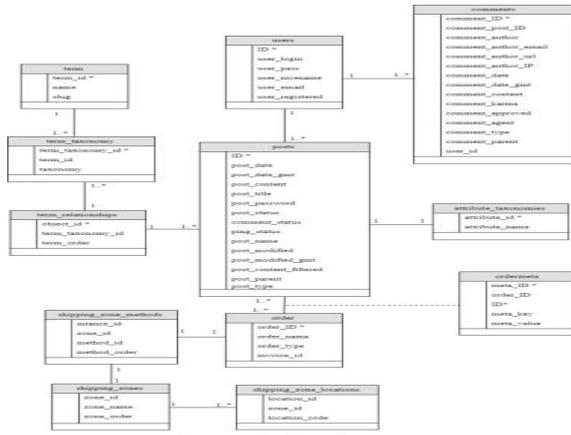


Gambar 12. Use Case Diagram Laporan

4.4. Class Diagram

Class diagram ialah salah satu spesifikasi jika di instansi akan mendapatkan suatu obyek dan merupakan inti pada pengembangan juga gambaran berorientasi obyek [6].

Pada gambar 13. Adalah class diagram yang terdapat di website Flanelis.



Gambar 13. Class Diagram

4.5. Implementasi Program

Berikut tampilan layar yang telah dibuat dalam penelitian:

a. Orders

Pada gambar 14. Merupakan menu orders dari admin yang fungsinya untuk mengetahui status orderan yang masuk jika barang sudah sampai kepada pelanggan status nya akan menjadi completed.

Order	Date	Status	Total	Export Status	Shipment Tracking
#533 grace aurnara	Jul 30, 2019	Completed	Rp50,000	-	JNE 876579
#519 esti walandari	Jul 27, 2019	Completed	Rp67,000	-	JNE 857078
#516 esti walandari	Jul 27, 2019	Completed	Rp347,000	-	JNE 4546575
#515 yayat hidayat	Jul 27, 2019	Completed	Rp348,000	-	JNE 43533
#512 yayat hidayat	Jul 27, 2019	Completed	Rp95,000	-	JNE 876888

Gambar 14. Orders

b. Konfirmasi Pembayaran

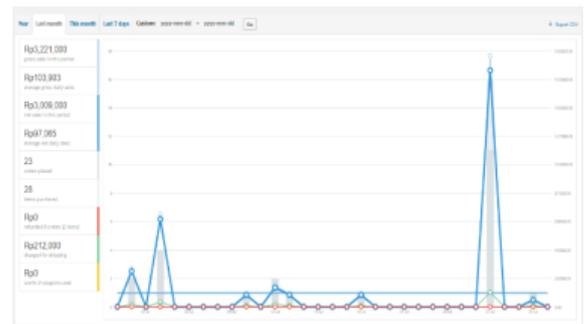
Pada gambar 15. Merupakan konfirmasi pembayaran atau *approve confirm payment*, ini dilakukan setelah admin mengecek bukti pembayaran yang sudah valid. Pada menu *confirm payment* terdapat slip/bukti transfer, nama pelanggan, nomer orderan, nama bank, jumlah transfer, tanggal transfer, nomer telpon pelanggan, tanggal konfirmasi pembayaran dan status konfirmasi pembayaran.

Slip	Name	Order	Bank	Transfer amount	Transfer date	Phone	Tanggal	Status	Action
<input type="checkbox"/>	grace aurnara	#533 (Rp50,000)	BCA	Rp50,000	Jul 30, 2019 14:21	8979499933	2019.07.30	Success	
<input type="checkbox"/>	yayat hidayat	#515 (Rp348,000)	BCA	Rp348,000	Jul 17, 2019 19:00	89579324932	2019.07.17	Success	
<input type="checkbox"/>	yayat hidayat	#519 (Rp67,000)	BCA	Rp67,000	Jul 9, 2019 17:56	89579324932	2019.07.17	Success	
<input type="checkbox"/>	yayat hidayat	#516 (Rp347,000)	BCA	Rp347,000	Jul 3, 2019 16:54	89579324932	2019.07.17	Success	
<input type="checkbox"/>	yayat hidayat	#512 (Rp95,000)	BCA	Rp95,000	Jul 2, 2019 03:56	89927363843	2019.07.17	Success	
<input type="checkbox"/>	yayat hidayat	#509 (Rp95,000)	BCA	Rp95,000	Jul 15, 2019 06:04	89927363843	2019.07.17	Success	

Gambar 15. Konfirmasi Pembayaran

c. Laporan Penjualan

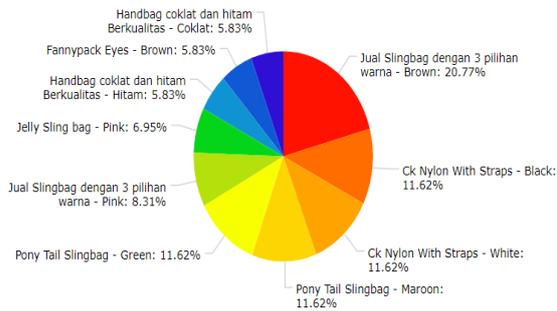
Pada gambar 16. Merupakan laporan dalam satu bulan terakhir yang bisa dicetak oleh admin, dengan pendapatan kotornya Rp3.221.000, rata-rata penjualan harian Rp103.903, pendapatan bersih Rp3.009.000, rata-rata penjualan bersih harian Rp97.065, orders placed 23, items purchased 28, tidak ada refund, dengan biaya pengiriman keseluruhan dalam satu bulan terakhir Rp212.000.



Gambar 16. Laporan Penjualan

d. Laporan Best Seller

Pada gambar 17. Merupakan *best seller* yang bisa dicetak oleh admin dan akan memberikannya pada pemilik usaha. Pada laporan *best seller* yang berbentuk bulat, memiliki warna berbeda, terdapat nama produk, warna produk, dan memiliki persentasi itu ialah produk yang terjual, dapat dilihat warna merah mendominasi dengan presentasi 20.77% terdapat nama produk yaitu "Jual Slingbag dengan 3 pilihan warna" pilihan warna produk *brown* itu ialah produk terlaris atau *best seller* nya.



Gambar 17. Laporan Best Seller

4.6. Struktur Tampilan Menu

a. Front end Pelanggan

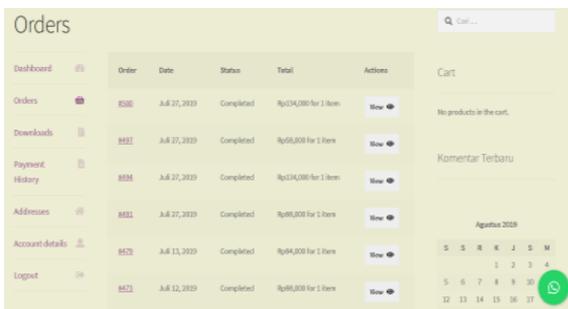
Pada gambar 18. adalah tampilan website pelanggan sebelum login. Terdapat menu beranda, shop, cart, checkout, confirm payment dan login.



Gambar 18. Front end Pelanggan

b. Back end Pelanggan

Pada gambar 19. Merupakan tampilan menu back end pelanggan untuk melihat orderan yang sudah valid atau bisa disebut juga history pembelian pelanggan.



Gambar 19. Back end Pelanggan

c. Back end Admin

Pada gambar 20. Merupakan menu yang ada pada admin, dalam mengelola website untuk penerapan E-Commerce yang paling sering digunakan oleh admin yaitu seperti, menu WooCommerce di dalamnya terdapat sub menu orders yang berguna untuk melihat orderan masuk sampai dengan orderan completed atau transaksi

sudah selesai, kemudian ada menu Products di dalamnya terdapat sub menu add new yang berguna untuk menambahkan produk baru dan categories untuk menambahkan kategori baru, dan menu Confirm Payment yang berguna untuk mengkonfirmasi pembayaran jika data yang ada sudah valid dan sesuai. Adapun menu lainnya seperti Woo Reporting yang berguna untuk membuat laporan best seller dan juga menu lainnya untuk pendukung dalam pengelolaan website.



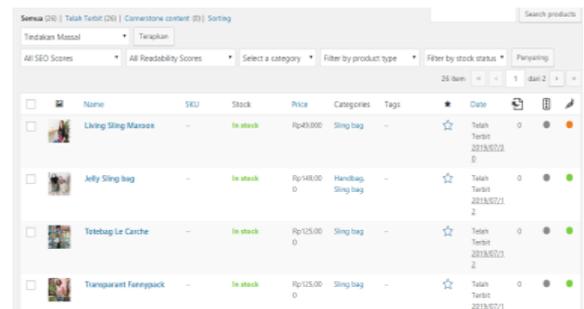
Gambar 20. Menu Admin

4.7. SEO (Search Engine Optimization)

Search Engine Optimization (SEO) ialah suatu proses yang mengenakan prinsip-prinsip dasar pencarian pada suatu mesin pencari dengan tujuan mendapatkan dan menambahkan nilai indeks peringkat yang lebih tinggi dalam satu halaman website ataupun juga bisa digunakan untuk meningkatkan jumlah akses kunjungan [7]. Berikut ini adalah langkah-langkah penerapan SEO pada website www.flanelis.com :

a. Pilih Produk

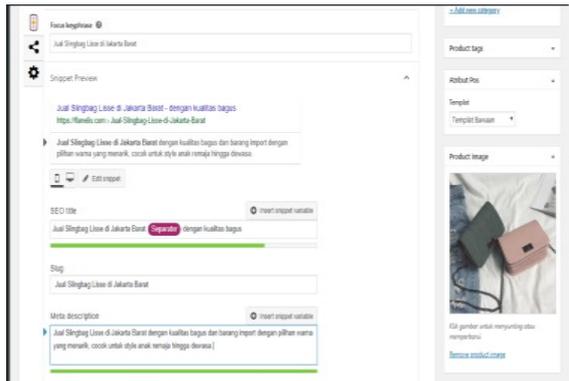
Pada gambar 21. Ketika memilih produk yang akan diterapkan SEO. Sebelumnya kita pasang plugin Yoast SEO, lalu pilih menu products pada toko online shop Flanelis kemudian ke menu all products, dan pilih produk yang akan dipasang SEO.



Gambar 21. Pilih Produk

b. Isi Kolom Pada *Focus Keyphrase*

Pada gambar 22. Merupakan gambaran *Focus Keyphrase*. Pertama harus mengisi kolom dibawah kalimat *focus keyphrase* sebagai kata kunci produk yang akan digunakan, kemudian edit *snippet* untuk mengisi *SEO title*, *slug*, dan *meta description*. Untuk *SEO title* dan *meta description* diharuskan membuat kalimat sampai parameter berwarna hijau agar mudah terbaca oleh *google*.



Gambar 22. Isi Kolom Pada *Focus Keyphrase*

c. Gambar Produk

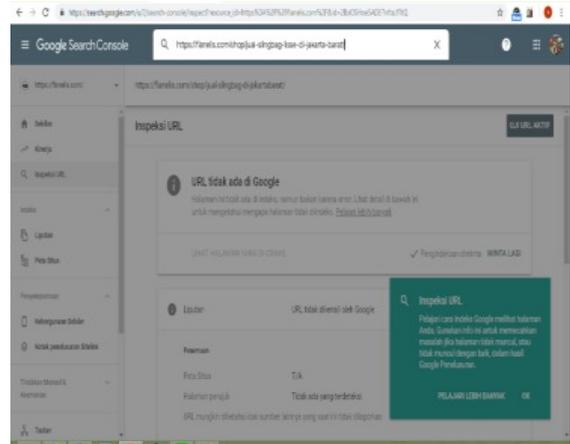
Pada gambar 23. Merupakan gambaran produk nya. Isi judul dan *teks alt* ketika ingin mengisi *product image* bisa juga disamakan dengan kata kunci yang sudah dibuat.



Gambar 23. Gambar Produk

d. Inspeksi *URL*

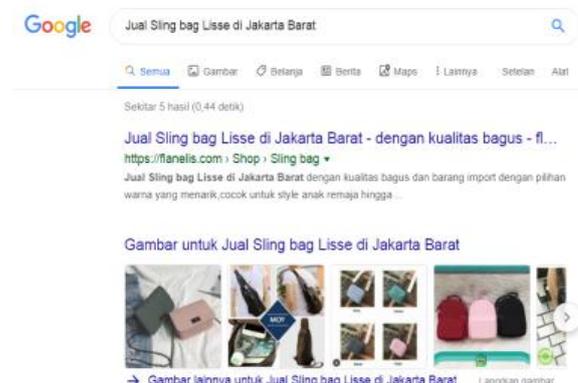
Pada gambar 24. Merupakan inspeksi *URL*. Periksa *URL* produk yang sudah dipakaikan *SEO* dengan cara membuka *Google Search Console* disitu *login* dengan *email* dan daftarkan alamat *website*, setelah itu *copy link* produk yang akan di inspeksi dan paste di periksa semua *URL* kemudian indeks *link* selama dua menit.



Gambar 24. Inspeksi *URL*

e. Hasil Pencarian

Pada gambar 25. Merupakan hasil dari pencarian di *google*. Lihat di pencarian *google* dengan kata kunci yang sudah digunakan, jika tidak ada di halaman pertama cari di halaman kedua dan seterusnya, dari beberapa produk Flanelis dengan kata kunci "Jual Sling bag Lisse di Jakarta Barat" ada pada halaman pertama, pencarian dilakukan pada tanggal 23 juni2019.



Gambar 25. Hasil Pencarian

5. KESIMPULAN

Pada penelitian kali ini, penulis dapat menarik kesimpulan, yaitu:

- a. Dengan dibuatkannya *website* berbasis *E-commerce* pada *online shop* Flanelis jangkauan penjualan akan lebih luas dan tidak bergantung pada sosial media saja.
- b. Dengan dibuatkannya *website* berbasis *E-commerce* pada *online shop* Flanelis laporan *stock* bisa dicetak setiap bulannya yang memudahkan pemilik *online shop* dalam mengetahui produk yang masih tersedia.
- c. Memudahkan pemilik *online shop* untuk mencetak hasil penjualan setiap bulannya.

Saran yang diberikan:

- a. Diperlukannya *maintenance* secara berkala untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas pada *website* Flanelis.
- b. Diperlukannya promosi seperti potongan harga dan lain-lain pada *event* tertentu untuk menarik pembeli.
- c. Diperlukannya model produk yang tidak terlalu pasaran agar membedakan produk penjualan *website* Flanelis dengan *website* lainnya.
- d. Pengecekan dalam menambahkan produk agar tidak salah *input* ataupun salah informasi penjualan terhadap pembeli.
- e. Pelatihan kepada admin yang akan mengelola *website*.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Prasetyo & Widodo, "Anteseden Kepercayaan Pengguna Pada Penawaran E-Commerce dan Konsekuensinya Terhadap Niat Beli," *E-Proceeding of Management*, vol.4, pp. 1429–1436, 2017.
- [2] Irma & Suryani, "Perancangan E-commerce Batik Pada Batik Banten," *Teknik Informatika*, vol.2, pp. 66–81, 2018.
- [3] Nugraha & Octasia, "Sistem Informasi Penjualan Kaos Berbasis WEB Pada Distro Sickness Berbasis E-commerce," *SNIPTEK*, vol.3, pp. 299–302, 2016.
- [4] Prasetyo, "Rancangan Bangun Sistem Informasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmanyah Kabupaten Musi Banyuasin Berbasis Website," *Informatika*, vol.1, pp. 19–30, 2015.
- [5] Irma & Suryani, "Perancangan E-commerce Batik Pada Batik Banten," *Teknik Informatika*, vol.2, pp. 66–81, 2018.
- [6] Handoko & dkk " Pembuatan Website Pada UPT Pusat Kesehatan Masyarakat Desa Kalak," *Evolusi*, vol.4, pp. 83–90, 2016.
- [7] Halilintar & Dony, "Implementasi SEO (Search Engine Optimization) Pada Website AGC (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page)," *Teknologi Informasi*, vol.3, 13–18, 2018.