

# PENJUALAN *ONLINE* BERBASIS *E-COMMERCE* MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA COOLKIDS CLUB FASHION

Fauzi Ramdani<sup>1)</sup>, Ady Widjaja<sup>2)</sup>

Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur  
 Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260  
 E-mail : [fauziramdani.id@gmail.com](mailto:fauziramdani.id@gmail.com)<sup>1)</sup>, [ady.widjaja@budiluhur.ac.id](mailto:ady.widjaja@budiluhur.ac.id)<sup>2)</sup>

## Abstrak

*Di era globalisasi yang tingkat perkembangan teknologi nya semakin hari semakin maju, konsep yang dimunculkan dalam segala bidang terutama bidang penjualan sangat bervariasi, salah satunya konsep E-commerce. Konsep E-Commerce memberikan banyak kemudahan dan kelebihan dalam proses transaksi jual beli. Coolkids Club Fashion merupakan sebuah usaha dalam bidang clothing line di Indonesia. Awalnya hanya menyediakan jasa custom design untuk kaos, tetapi karena banyaknya permintaan dan berkembangnya cara berpakaian, maka owner memutuskan untuk branding dan memproduksi produknya sendiri. Adapun permasalahan yang dihadapi dalam proses penjualan dan pemasaran menggunakan sosial media Instagram dan Line, diantaranya: tidak memiliki fitur pencarian produk, laporan penjualan yang masih berupa pembukuan dan produk yang tersedia maupun yang kosong tidak terdata dengan baik. Tujuan dari penulisan ini yaitu dengan dibuatnya website E-Commerce dapat memberi solusi bagi masalah yang terjadi dan meningkatkan penjualan produk pada Coolkids Club Fashion. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Business Model Canvas serta membuat website E-Commerce menggunakan Content Management System (CMS) Wordpress. Hasil dari penelitian ini yaitu website E-Commerce, yang nantinya diharapkan dapat menguntungkan semua pihak, baik pelanggan, admin serta owner Coolkids Club Fashion.*

**Kata kunci:** E-Commerce, Wordpress, Business Model Canvas, Clothing Line

## 1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang tingkat perkembangan teknologi nya semakin hari semakin maju, konsep yang dimunculkan dalam segala bidang terutama bidang penjualan sangat bervariasi, salah satunya konsep *E-commerce*. Dengan adanya konsep ini, selaku penjual dan pelanggan diberikan banyak kemudahan dan kelebihan dalam proses transaksi jual beli. Kini, pelanggan mulai terbiasa membeli suatu produk di situs-situs belanja online (*E-commerce*) dan mulai mengurangi kebiasaan membeli produk di toko-toko konvensional. Menurut Tata Sutabri [1], *Electronic commerce* atau *e-commerce* adalah penyebaran, pelanggan, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *world wide web*, atau jaringan komputer lainnya. Coolkids Club Fashion merupakan sebuah usaha dalam bidang *clothing line* di Indonesia. *Clothing line* sendiri yaitu bisnis membuat dan/atau memproduksi sebuah desain fashion untuk dijual ke masyarakat luas. Awalnya hanya menyediakan jasa *custom design* untuk kaos, tetapi karena banyaknya permintaan dan berkembangnya cara berpakaian, maka *owner* memutuskan untuk *branding* dan memproduksi produknya sendiri. Coolkids Club Fashion hanya memanfaatkan sosial media *Instagram* dan *Line* untuk penjualan dan promosi produknya. Adapun masalah yang dihadapi dalam proses penjualan dan pemasaran menggunakan sosial media tersebut diantaranya, tidak memiliki fitur pencarian produk, laporan penjualan yang masih berupa pembukuan dan produk yang tersedia maupun yang kosong tidak terdata dengan baik. Dari permasalahan di atas, penulis bermaksud untuk membuat *website*

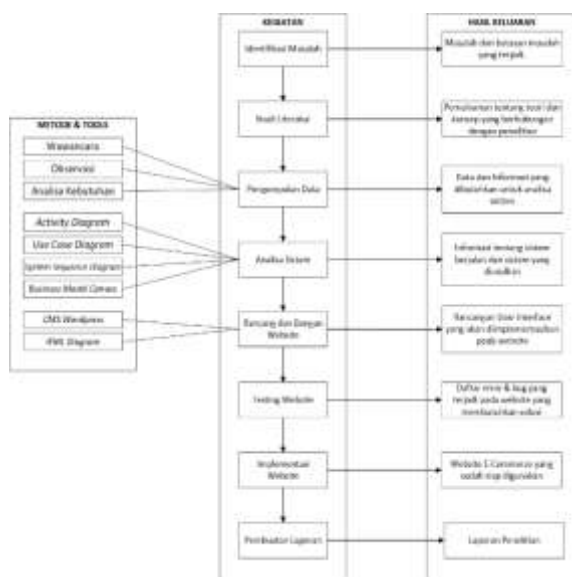
*E-commerce* dan mengoptimasi situs tersebut dengan metode *Search Engine Optimization (SEO)* untuk mempermudah transaksi dan memberi kenyamanan berbelanja bagi pelanggan serta menjadikan situs tersebut dapat menduduki halaman pertama pada mesin pencari. Tinjauan studi yang dilakukan penulis mengenai *E-Commerce* yang sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain : “Penggunaan aplikasi CMS *wordpress* untuk merancang website sebagai media promosi pada Maroon Wedding Malang”. Masalah yang dibahas yaitu : Dalam memasarkan produknya selama ini, Maroon Wedding Malang hanya melalui media brosur, katalog, proposal, dan lain-lain, maka perlu adanya suatu pengembangan media promosi yang telah ada yaitu membuat *website e-commerce* [2]. Penelitian selanjutnya berjudul “Pengembangan Model Cyber Cluster E-Commerce Berbasis CMS dan SEO Produk UMKM”. Masalah yang dibahas yaitu : Terbatasnya jumlah dan jangkauan pemasaran dan penjualan produknya. Begitu juga persaingan produk sejenis dapat terjadi oleh antar produk lokal atau produk yang datang dari luar. Hal ini disebabkan karena pemasaran dan penjualan masih dilakukan secara konvensional dan dilakukan secara individual [3]. Penelitian selanjutnya berjudul “Pengembangan Aplikasi *E-Commerce* Berbasis *Website* Menggunakan *Content Management System (CMS) Wordpress* Pada Startup *Hardcraft.id*”. Masalah yang dibahas yaitu : Kesulitan pada penetrasi pasar modern yang dikarenakan minimnya pengetahuan pemasaran dan belum menerapkan teknologi informasi. *Website e-commerce HARDCRAFT* diharapkan dapat membantu pengrajin lokal di desa yang berpotensi

untuk dapat menjual hasil karyanya ke para peminat EKRAF seluruh Indonesia bersama startup HARDCRAFT [4]. Masalah yang timbul dalam proses penjualan produk pada Coolkids Club Fashion yaitu : Produk lama yang belum terjual tidak terdapat dengan baik, tidak ada fitur pencarian produk sehingga pelanggan kesulitan saat mencari produk, tidak terdapat informasi stok produk secara online, tidak terdapat modul yang memungkinkan pembeli untuk menandai produk yang ingin di beli di kemudian hari, tidak terdapat laporan transaksi secara *online* seperti laporan pengiriman, pesanan, penjualan, retur, stok barang dan rekapitulasi produk terlaris, tidak terdapat modul konfirmasi pembayaran dan konfirmasi retur produk secara *online*. Tujuan dari penelitian ini yaitu membangun website *E-commerce* untuk *clothing line* Coolkids Club Fashion yang bertujuan untuk mempermudah transaksi penjualan dan meningkatkan penjualan *clothing* Coolkids Club Fashion yang saat ini menurun. Dari permasalahan diatas, maka rumusan masalah yang harus dijawab yaitu bagaimana menganalisa, membangun, dan mengimplementasikan *website E-Commerce* untuk mempermudah transaksi penjualan dan meningkatkan penjualan *clothing* pada Coolkids Club Fashion. Hasil dari penelitian ini yaitu *website E-Commerce* untuk mendukung proses transaksi dan pemasaran produk pada Coolkids Club Fashion.

**2. METODE PENELITIAN**

**2.1. Kerangka Penelitian**

Berikut adalah ilustrasi gambar susunan kerangka kerja (*Framework*) yang dilakukan pada penelitian ini, dimana kegiatan pada kerangka penelitian ini berisi metode dan *tools* yang digunakan, kegiatan serta hasil keluaran yang dihasilkan secara sistematis. Berikut ini kerangka penelitian yang dijelaskan pada gambar 1 :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

**2.2. Metode Pengumpulan Data**

Pada pengumpulan data ini, penulis menggunakan beberapa metode antara lain:

- a. Wawancara  
Metode ini dilakukan untuk mengetahui masalah dan batasan masalah yang terjadi pada Coolkids Club Fashion dengan cara memberi pertanyaan secara lisan kepada *owner* dan admin.
- b. Observasi  
Metode ini dilakukan untuk menganalisa proses bisnis yang terjadi serta mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk membangun dan mengimplementasikan *website E-Commerce* pada Coolkids Club Fashion.
- c. Analisa Kebutuhan  
Metode ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan apa yang dibutuhkan guna menunjang proses transaksi dan pemasaran pada Coolkids Club Fashion yang nantinya akan diterapkan pada *website E-Commerce*.

**2.3. Tahap Analisa Sistem**

Metode dan *Tools* yang digunakan untuk melakukan analisa proses bisnis berjalan dan sistem usulan pada penelitian ini yaitu:

- a. *Business Model Canvas* (BMC)  
*Business Model Canvas* (BMC) adalah salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan secara visual sembilan elemen bisnis yang saling berkaitan pada Coolkids Club Fashion.
- b. *Activity Diagram*  
*Diagram* aktivitas atau *Activity diagram* adalah salah satu alat untuk menggambarkan proses bisnis dan urutan aktivitas dalam sebuah proses bisnis berjalan maupun usulan. Pada tahap ini digambarkan proses bisnis usulan menggunakan *Activity Diagram*.
- c. *Use Case Diagram*  
*Use Case Diagram* adalah gambaran *graphical* dari beberapa atau semua aktor, *use case*, dan interaksi diantara komponen-komponen tersebut yang memperkenalkan suatu sistem yang akan dibangun. Pada tahap ini digambarkan proses bisnis usulan menggunakan *Use Case Diagram*.
- d. *System Sequence Diagram*  
*System Sequence Diagram* adalah alat untuk mencapai deskripsi kasus penggunaan yang lebih formal dan terperinci.

**2.4. Tahap Rancang dan Bangun**

Rancang dan bangun *website* ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tampilan *website* yang akan dibuat sehingga dapat menjadi acuan saat merancang dan membangun *website* tersebut.

### 2.5. Tahap Testing Website

Testing atau pengujian sistem ini dilakukan untuk mengetahui *error* atau *bug* yang terjadi, sehingga dapat dilakukan *problem solving* untuk mengatasi masalah tersebut, serta melakukan *review* kembali agar sesuai dengan *requirement* atau kebutuhan user. Berikut ini daftar *error* dan *bug* yang terjadi serta solusi yang digunakan :

- a. Hasil laporan selalu kosong. Solusi yang digunakan yaitu dengan cara mengubah fungsi *Readfile()* pada *function plugin export order* dan melakukan *import* data pada menu *analytics*.
- b. Hasil masukan dari form konfirmasi pembayaran dan form retur tidak masuk ke *email* admin. Solusi yang digunakan yaitu memasang *plugin SMTP* dan melakukan konfigurasi sesuai dengan SMTP *google*.

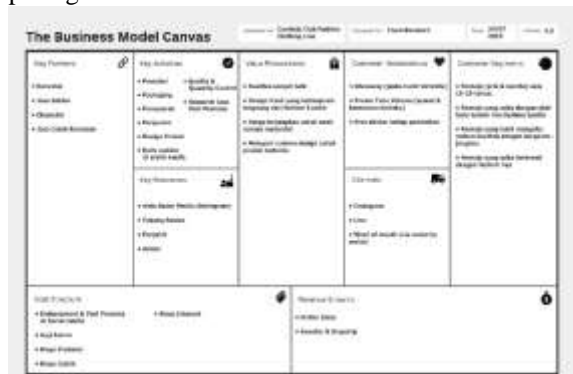
### 2.6. Tahap Implementasi Website

Setelah melakukan *testing website* dan dirasa sudah tidak menemukan *error* atau kendala lain, maka selanjutnya melakukan implementasi *website*. Implementasi ini dilakukan agar *website* yang sudah dibuat dapat digunakan oleh admin dan pelanggan untuk melakukan transaksi penjualan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Business Model Canvas

Berikut ini adalah gambar dan deskripsi setiap elemen *Business Model Canvas* yang ditunjukkan pada gambar 2 :



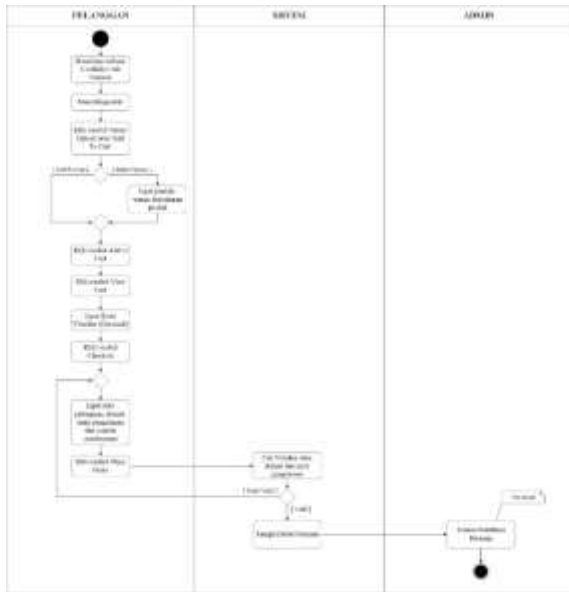
Gambar 2. Business Model Canvas

- a. *Key Partner*, kemampuan Coolkids Club Fashion dalam menciptakan hubungan baik dengan pemasok yang terdiri dari konveksi, jasa sablon, jasa cetak kemasan, dan kurir adalah salah satu faktor kekuatan dalam elemen ini.
- b. *Key Activities*, beberapa aktivitas yang dilakukan terdiri dari produksi, *packaging*, pemasaran, penjualan, *design* produk, *social media daily updates*, *quality* dan *quantity control* dan *research* jasa *paid promote*.
- c. *Key Resources*, kekuatan pada elemen ini yaitu SDM yang memiliki pengalaman lebih dari 8 tahun di masing-masing bidang. Contohnya dalam bidang konveksi dan sablon sehingga untuk kualitas produknya sangat baik.

- d. *Value Proposition*, kelebihan yang diberikan oleh Coolkids Club Fashion antara lain kualitas produk yang sangat baik, *design* yang *fresh* terinspirasi langsung dari *fashion tumblr*, harga yang terjangkau serta melayani *custom design*.
- e. *Customer Relationship*, kekuatan pada elemen ini yaitu owner Coolkids Club Fashion memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan, dikatakan baik karena owner sering mengadakan *giveaway* (bagi-bagi produk secara gratis pada event tertentu sesuai syarat dan ketentuan), mengadakan *promo* setiap minggu, memberikan *stiker gratis* di setiap pembelian serta melayani setiap pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan dengan cepat dan ramah.
- f. *Channels*, Kekuatan pada dua platform media sosial ini yaitu cakupan yang luas sehingga dibutuhkan untuk melakukan media marketing seperti *paid promote*.
- g. *Customer Segment*, kekuatan pada elemen ini yaitu Coolkids Club Fashion sudah memiliki *Customer Segment* yang jelas, yaitu remaja (pria dan wanita) usia 15-25 tahun yang menyukai *platform* dan *fashion tumblr*, mereka yang lebih mengutamakan kualitas dengan harga terjangkau dan mereka yang suka berkreasi dengan *fashion-nya*.
- h. *Cost Structure*, kelemahan pada elemen ini yaitu pemasukan dan pengeluaran yang tidak seimbang akhir-akhir ini disebabkan oleh menurunnya pesanan produk dan pengeluaran untuk gaji karyawan, biaya produksi, biaya listrik, biaya internet serta biaya *endorsement*.
- i. *Revenue Streams*, kekuatan pada elemen ini yaitu perusahaan tidak hanya memperoleh pendapatan dari penjualan sendiri tetapi memperoleh pendapatan dari reseller dan dropshipper yang mereka punya.

### 3.2. Activity Diagram Pemesanan Produk

Pelanggan membuka halaman website Coolkids Club Fashion lalu mencari dan memilih produk yang akan dibeli pada halaman website toko online, lalu pada produk yang dipilih klik tombol *Select Option* atau *Add to Cart* untuk menuju halaman *Checkout* dan mengisi jumlah pembelian produk. Selanjutnya *Input* data Pelanggan, alamat, kurir pengiriman dan metode pembayaran. Jika data yang sudah diisi benar, maka secara otomatis Admin akan mendapatkan notifikasi pesanan baru melalui e-mail. Activity diagram proses pemesanan produk ditunjukkan pada Gambar 3 :



Gambar 3. Activity Diagram Pemesanan Produk

**3.3. Use Case Diagram**

Berikut ini adalah *use case diagram* berdasarkan proses bisnis usulan :

a. *Use Case Diagram Master*

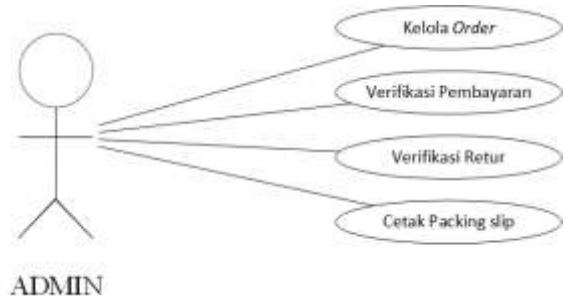
Pada *use case diagram master* ini terdapat 10 (sepuluh) *use case* yang terhubung dengan *admin*, diantaranya *use case login*, *use case entry produk*, *use case entry kategori produk*, *use case entry tag produk*, *use case entry attribute*, *use case entry kode kupon*, *use case tambah media*, *use case entry user*, *use case tambah ekspedisi pengiriman* dan *use case tambah metode pembayaran*. Dapat dilihat pada gambar 4 :



Gambar 4. Use Case Diagram Master Admin

b. *Use Case Diagram Transaksi*

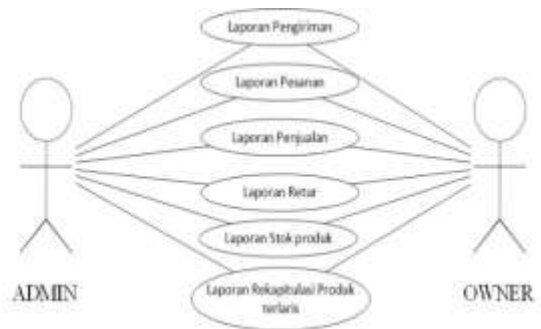
Pada *use case diagram transaksi* ini terdapat 4 (empat) *use case* yang terhubung dengan *admin*, diantaranya *use case kelola order*, *use case verifikasi pembayaran*, *verifikasi retur*, dan *use case cetak packing slip*. Dapat dilihat pada gambar 5 :



Gambar 5. Use Case Diagram Transaksi Admin

c. *Use Case Diagram Laporan*

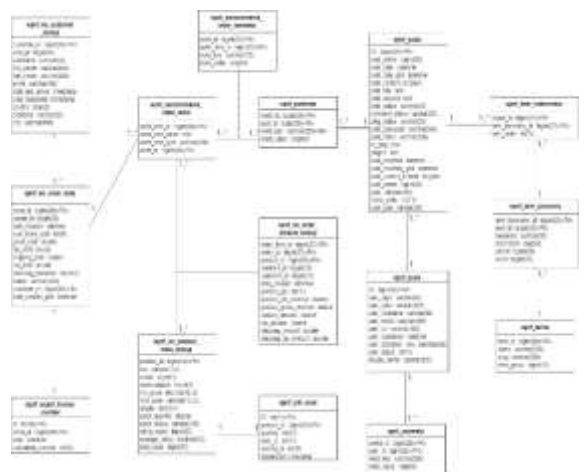
Pada *use case diagram laporan* ini terdapat 5 (lima) *use case* yang terhubung dengan *admin*, diantaranya *use case laporan pengiriman*, *use case laporan pesanan*, *use case laporan penjualan*, *use case laporan pembayaran* dan *use case laporan rekapitulasi produk terlaris*. Dapat dilihat pada gambar 6 :



Gambar 6. Use Case Diagram Laporan Admin

**3.4. Class Diagram**

Berikut ini adalah model basis data pada *website E-Commerce Coolkids Club Fashion* yang ditunjukkan pada gambar 7 :



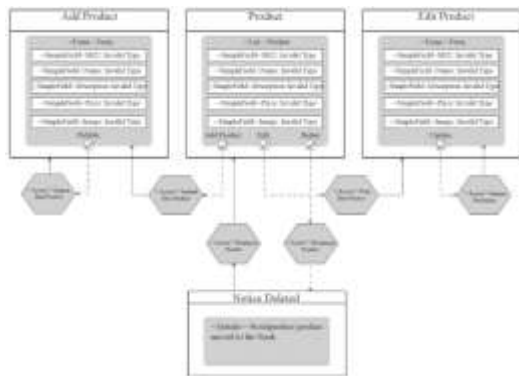
Gambar 7. Class Diagram

**3.5. IFML Diagram**

Berikut ini adalah *IFML Diagram* berdasarkan proses bisnis usulan :

a. *IFML Diagram Entry Produk*

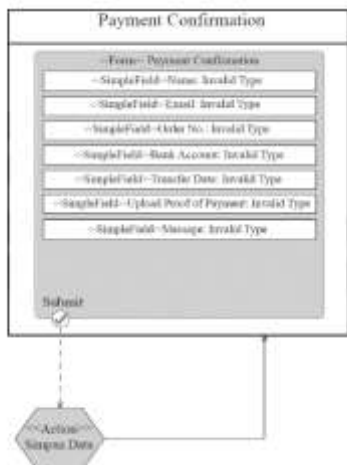
Pada gambar 8 dibawah, apabila *admin* ingin menambah produk maka *admin* harus menekan tombol *add product* kemudian sistem mengarahkan ke halaman *add product*, selanjutnya *admin* mengisi data *product* dan menekan tombol *publish* kemudian sistem akan menyimpan dan menerbitkan *product*. Apabila *admin* ingin mengubah *product* maka *admin* harus kembali ke halaman *product* dan menekan tombol *edit* pada *product* yang akan di ubah kemudian sistem akan mengarahkan ke halaman *edit product* dan *admin* melakukan perubahan pada *product* tersebut, apabila *product* sudah diubah selanjutnya *admin* menekan tombol *update* untuk memperbarui *product* dan sistem akan menyimpan *product* tersebut. Apabila *admin* ingin menghapus *product* maka *admin* harus kembali ke halaman *product*, pilih produk yang akan dihapus dan tekan tombol hapus untuk menghapus *product* tersebut.



Gambar 8. IFML Diagram Entry Produk

b. *IFML Diagram Payment Confirmation*

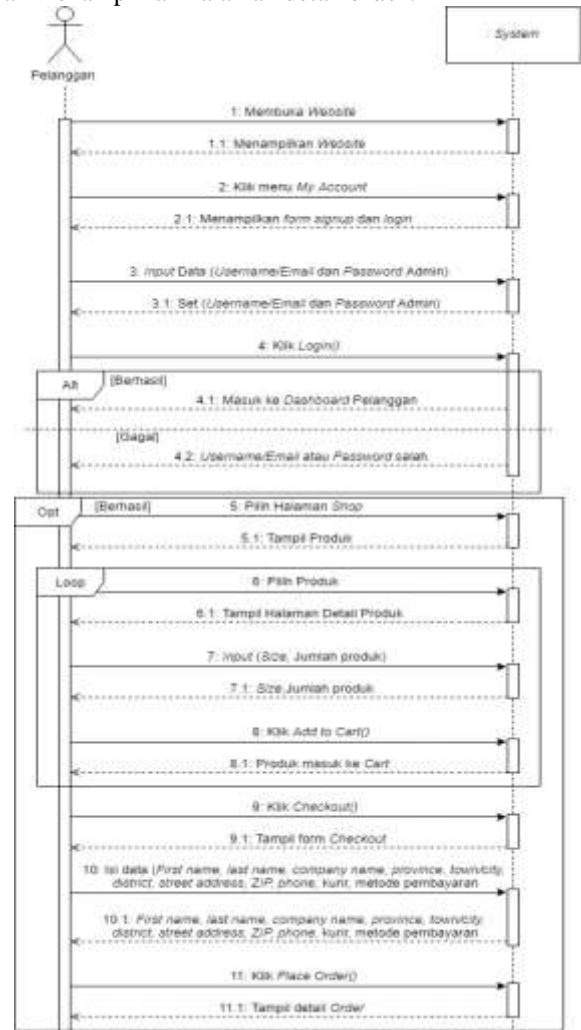
Pada gambar 9 dibawah, apabila pelanggan ingin melakukan *payment confirmation* maka pelanggan harus mengisi data-data pada halaman *payment confirmation*. Apabila data sudah diisi maka selanjutnya pelanggan menekan tombol *submit* dan sistem akan mengirim *payment confirmation* ke *email admin*.



Gambar 9. IFML Diagram Payment Confirmation

3.6. *System Sequence Diagram Order Product*

Pada gambar 10 dibawah, *system sequence diagram order product* dimulai dari pelanggan membuka *website*, selanjutnya sistem akan merespon menampilkan halaman *website*. Pelanggan menekan *menu my account* untuk melakukan *login* atau *signup*, sistem akan merespon menampilkan halaman *form signup* dan *login*. Selanjutnya pelanggan menginput *username* atau *email* dan *password* dan menekan tombol *login*, apabila berhasil maka sistem akan menampilkan halaman *dashboard* pelanggan. Selanjutnya pelanggan memilih menu *shop* dan sistem menampilkan halaman *shop* yang berisi banyak *product*. Pelanggan memilih *product* yang akan dibeli kemudian menekan tombol *add to cart* yang selanjutnya sistem akan mengarahkan ke halaman *detail product*, pada halaman *detail product* pelanggan mengisi *size* dan *attribute product*, selanjutnya tekan tombol *add to cart* maka sistem akan menampilkan halaman *cart*, apabila sudah sesuai *order* maka pelanggan menekan tombol *checkout*, sistem akan menampilkan form *checkout* dan pelanggan mengisi data pesanan. Jika sudah diisi dan sudah sesuai maka selanjutnya pelanggan menekan tombol *place order* yang selanjutnya sistem akan menampilkan halaman detail *order*.

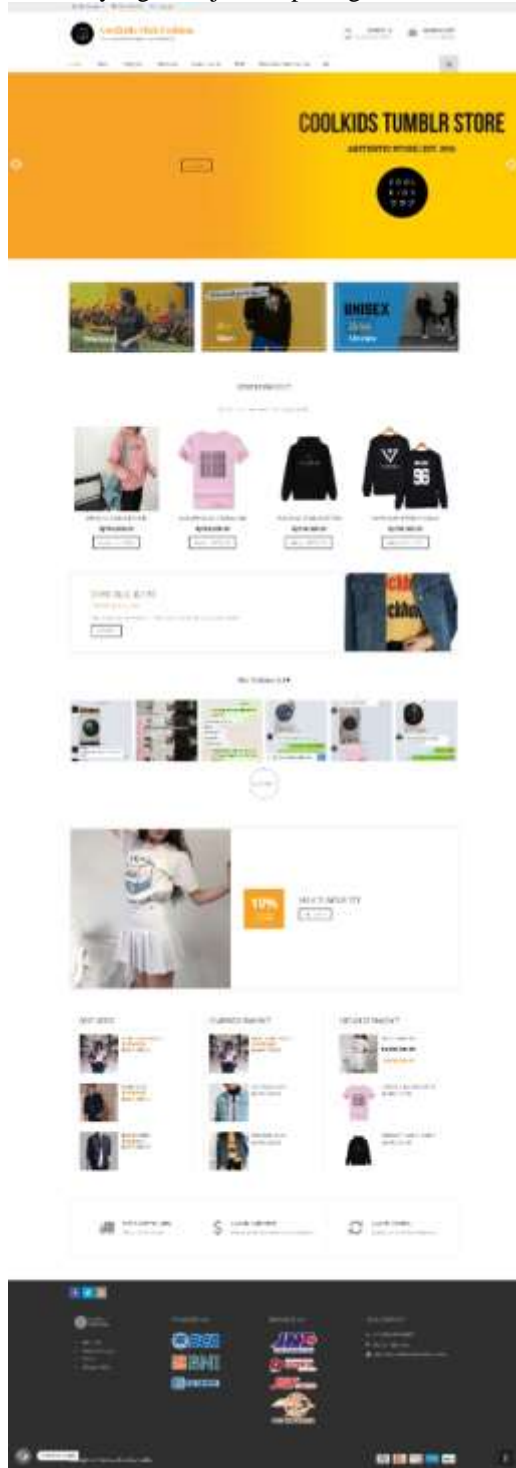


Gambar 10. System Sequence Diagram Order Product

### 3.7. Implementasi Website

#### a. Tampilan website halaman home

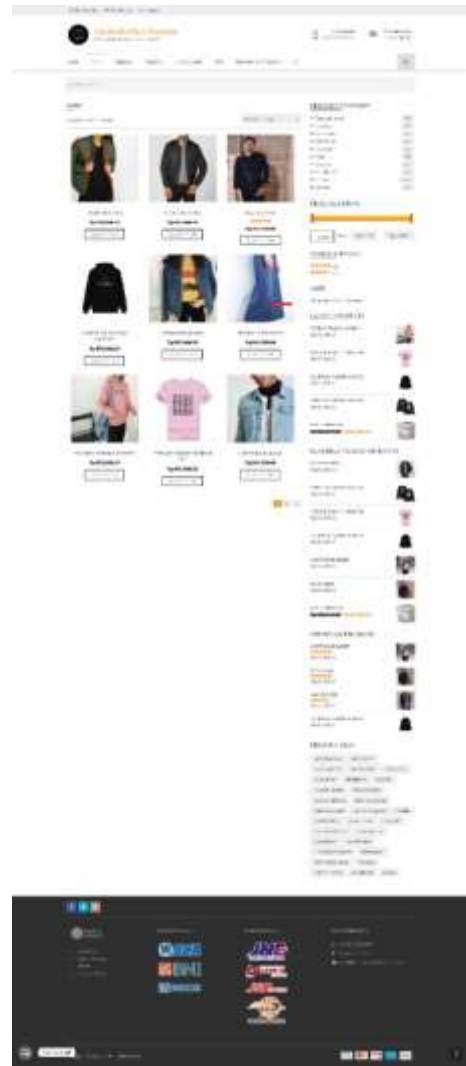
Berikut ini adalah gambar halaman *home* pada website *e-commerce* Coolkids Club Fashion yang ditunjukkan pada gambar 11 :



Gambar 11. Halaman Home

#### b. Tampilan website halaman shop

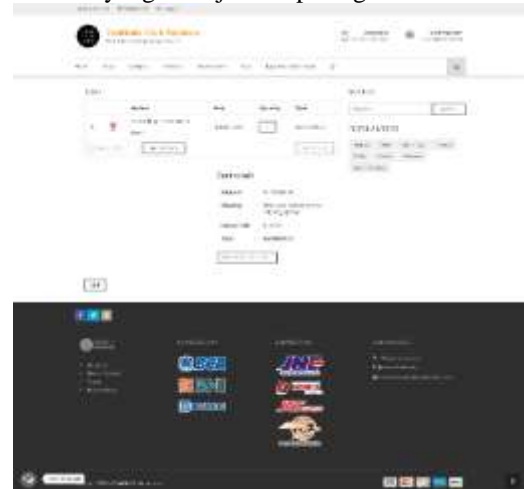
Berikut ini adalah gambar halaman *shop* pada website *e-commerce* Coolkids Club Fashion yang ditunjukkan pada gambar 12 :



Gambar 12. Halaman Shop

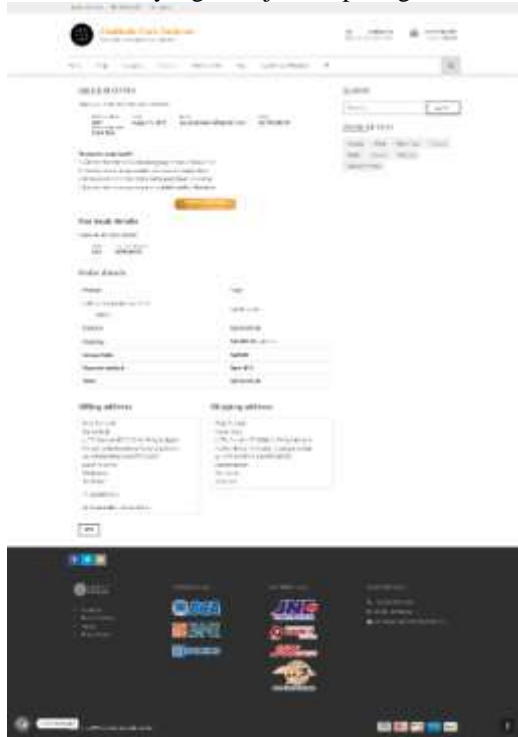
#### c. Tampilan website halaman cart

Berikut ini adalah gambar halaman *shop* pada website *e-commerce* Coolkids Club Fashion yang ditunjukkan pada gambar 13 :



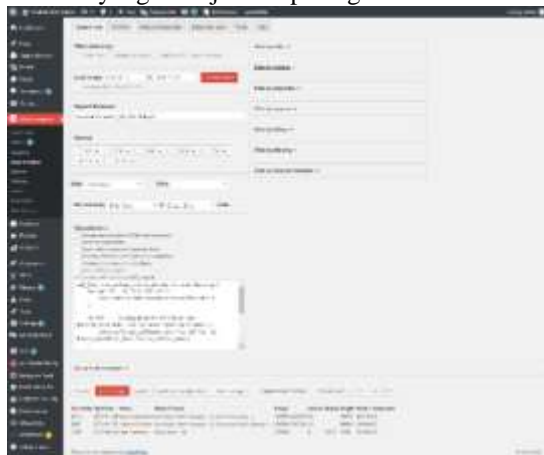
Gambar 13. Halaman Cart

- d. Tampilan *website* halaman *order received*  
 Berikut ini adalah gambar halaman *order received* pada *website e-commerce* Coolkids Club Fashion yang ditunjukkan pada gambar 13:



Gambar 14. Halaman Order Received

- e. Tampilan *website* halaman *export orders*  
 Berikut ini adalah gambar halaman *export orders* pada *website e-commerce* Coolkids Club Fashion yang ditunjukkan pada gambar 15:



Gambar 15. Halaman Export Orders

**3.8. Hasil Keluaran dan Masukan Website**

Berikut ini adalah hasil masukan dan keluaran dari *website e-commerce* :

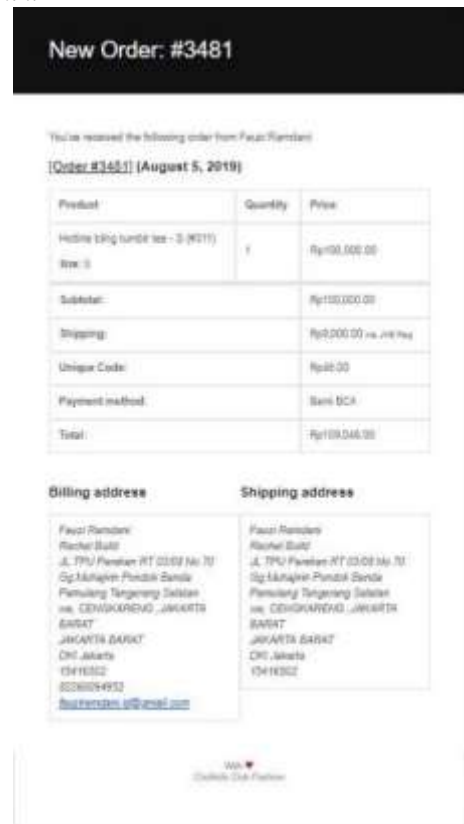
- a. Laporan Penjualan

Pada gambar 16 dibawah adalah hasil keluaran dari laporan penjualan pada *export orders*.

Gambar 16. Laporan Penjualan

- b. Notifikasi *email new order*

Pada gambar 17 dibawah adalah hasil masukan dari sistem yang tampil pada *email admin*.



Gambar 17. Notifikasi Email New Order

**3.9. Implementasi SEO dan Marketing**

Dalam penelitian ini, dilakukan langkah-langkah implementasi SEO (*Search Engine Optimization*) dan Marketing sebagai berikut :

- a. *Install plugin* Yoast SEO

Langkah pertama untuk melakukan SEO pada *website* yang sudah selesai yaitu memasang *plugin* Yoast SEO melalui *backend website*.

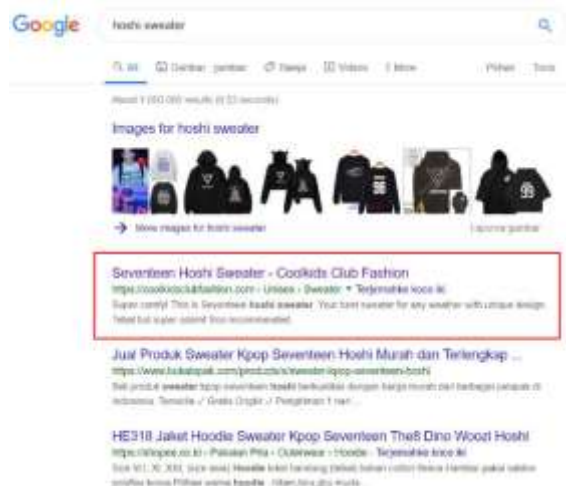
- b. Riset *keyword* atau Kata kunci

Tujuan dari pencarian kata kunci ini yaitu untuk mengetahui kata kunci apa yang biasa dicari oleh orang-orang dan bagaimana persaingannya pada halaman pertama mesin pencari.

- c. Mengirimkan *sitemap* atau peta situs  
Setelah produk berhasil di lakukan penyesipan link *sitemap* dari *website* Coolkids Club Fashion pada kolom *sitemap* di layanan *google search console*. Penyesipan *sitemap* ini bertujuan agar setiap halaman yang ada pada *website* cepat terindeks oleh mesin pencari.
- d. Inspeksi URL  
Lakukan optimasi pada setiap halaman *website* Coolkids Club Fashion di halaman inspeksi URL *google search console* untuk mengoptimalkan kinerja SEO, dengan cara menyisipkan setiap link pada halaman *website* kedalam kolom inspeksi URL.

### 3.10. Implementasi SEO dan Marketing

Berikut adalah hasil dari penerapan SEO *on page* pada *website* Coolkids Club Fashion ditunjukkan pada gambar 18 :



Gambar 18. Notifikasi Email New Order

### 3.11. Strategi Marketing

Berikut adalah strategi *marketing* yang dilakukan pada *website* Coolkids Club Fashion :

- a. Memanfaatkan media sosial *Instagram* dan *Line@* untuk media *paid promote* pada jasa *selebgram* dan *official account*.
- b. Menyisipkan *link product* dari *website* Coolkids Club Fashion pada *Instagram story* dan *timeline* di *line@*.
- c. Menampilkan kode kupon pada *banner* dan *image slider* pada *website* sebagai promosi.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisa dan pembahasan yang diuraikan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dengan implementasi *website e-commerce*, admin dapat memanfaatkan fitur-fitur pada *website e-commerce* untuk memasarkan produk lama tersebut.
- b. Dengan adanya fitur pencarian produk maka pelanggan dapat mencari produk dengan mudah dan akurat.
- c. Dengan implementasi *website e-commerce* ini, *owner, admin* dan pelanggan dapat mengetahui stok produk secara *online*.
- d. Dengan adanya fitur *wishlist* pelanggan dapat menandai produk yang akan di beli di kemudian hari, sehingga pelanggan tidak perlu mencari kembali produk yang akan dibeli.
- e. Menyediakan modul laporan transaksi secara *online* sehingga *owner* dan *admin* dapat melakukan pengawasan transaksi serta sebagai landasan *owner* dalam kebutuhan pengambilan kebijakan atau keputusan.
- f. Dengan adanya fitur konfirmasi pembayaran dan konfirmasi retur produk maka *admin* dapat mengetahui pelanggan mana yang sudah melakukan konfirmasi, sehingga *admin* dapat melakukan proses selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sutabri. T, "Konsep Sistem Informasi", Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- [2] Anjarkusuma. D, and Soepeno. B, "Penggunaan aplikasi cms wordpress untuk merancang website sebagai media promosi pada maroon wedding malang", *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, pp. 63–69, 2014.
- [3] Diartono. D, A, Suhari. Y, and Supriyanto. A, "Pengembangan Model Cyber Cluster E-Commerce Berbasis CMS dan SEO Produk UMKM", *Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems*, pp. 145–156, 2015.
- [4] Salim. A, A, Gumilang. S, F, S, and Hasibuan. M, A, "Pengembangan Aplikasi E-Commerce Berbasis Website Menggunakan Content Management System (CMS) Wordpress Pada Startup Hardcraft.Id", *Jurnal Fakultas Rekayasa Industri*, pp. 3269–3277, 2018.
- [5] Hutahaean. J, "Konsep Dasar Informasi", Konsep Sistem Informasi, Yogyakarta: Deepublish, 2015, pp. 10-15.