

ANALISIS DAN IMPLEMENTASI E-COMMERCE MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS PADA QUEENITA CLASSIC

Ekie Revsie Akbar¹, Hendri Irawan²

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

Email: ¹ekierevsie@gmail.com, ²hendri.irawan@budiluhur.ac.id

Abstrak - Queenita Classic adalah toko *sparepart* motor klasik yang terbentuk sejak tahun 2013 yang menyediakan berbagai produk seperti tangki, *reflektor* lampu, lampu *sein*, *shockbaker*, *spedometer*, dan masih banyak yang lainnya. Tidak hanya menjual *sparepart* saja, perusahaan ini juga menyediakan jasa untuk pemasangan *sparepart*. Hal ini tentu menjadi nilai lebih Queenita Classic dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Dalam menjalankan usahanya Queenita Classic selalu mengalami permasalahan yang terjadi diantaranya: kurangnya media promosi penjualan, pelanggan sulit mendapatkan informasi stok barang yang tersedia, kurangnya media keamanan untuk bertransaksi, dan pembuatan laporan penjualan masih manual. Untuk mengatasi masalah yang terjadi penulis memberikan solusi dengan sistem *e-commerce* menggunakan *Content Management System* (CMS) dengan *tools* dari *Wordpress* sebagai solusi pemecahan masalah pada sistem yang sedang berjalan saat ini. Analisis bisnis pada penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) dibantu dengan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) dalam penerapannya untuk membantu *website* tampil di halaman mesin pencari. Hasil dari penerapan *e-commerce* ini dapat memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan, meningkatkan kepercayaan pelanggan saat bertransaksi dan pembuatan laporan yang akurat.

Kata Kunci: *e-commerce*, *website*, *content management system*, *business model canvas*, *search engine optimization*

Abstract - Queenita Classic is a classic motorcycle spare parts shop that was formed since 2013 which provides various products such as tanks, lamp reflectors, turn signals, shockbakers, speedometers, and many others. Not only selling spare parts, this company also provides services for installing spare parts. This is certainly an added value for Queenita Classic in providing services to customers. In running its business, Queenita Classic always experiences problems that occur, including: lack of sales promotion media, customers find it difficult to get information on available stock items, lack of security media for transactions, and making sales reports is still manual. To overcome the problems that occur, the author provides a solution with an *e-commerce* system using a *Content Management System* (CMS) with *tools* from *Wordpress* as a solution to problem solving on the system that is currently running. Business analysis in this research uses the *Business Model Canvas* (BMC) method assisted by *Search Engine Optimization* (SEO) techniques in its application to help websites appear on search engine pages. The results of the application of *e-commerce* can make it easier for customers to place orders, increase customer confidence when making transactions and create accurate reports.

Keywords : *e-commerce*, *website*, *content management system*, *business model canvas*, *search engine optimization*

1. PENDAHULUAN

Dalam perkembangan teknologi modern yang serba digital saat ini semua aktivitas kegiatan jual-beli baik produk fisik, produk digital, maupun jasa dapat dilakukan secara cepat, murah, dan mudah tanpa adanya batasan waktu dan ruang. Hal ini dimanfaatkan bagi pembisnis untuk mengembangkan usahanya secara *online*, salah satu pemanfaatan bisnis *online* saat ini dikenal dengan sebutan *e-commerce*. Pengertian *e-commerce* adalah pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik. *E-commerce* sendiri merupakan bagian dari *e-business* dimana *e-business* itu mencakup seluruh kegiatan bisnis seperti pembelian, pembayaran, manajemen rantai persediaan, pelayanan kepada pelanggan atau masyarakat, dan hubungan kepada mitra bisnis [1].

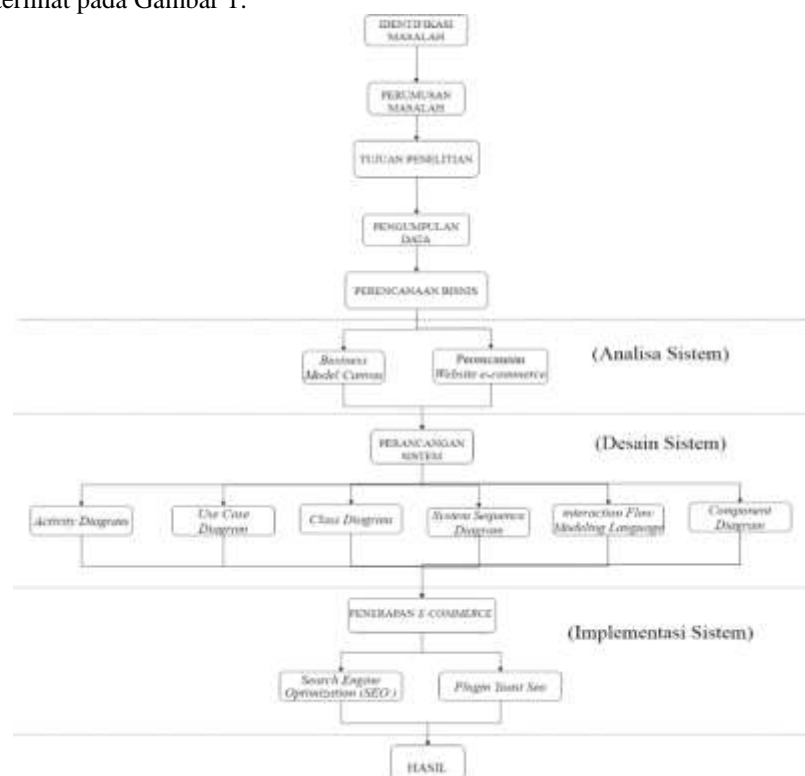
Queenita Classic merupakan suatu usaha jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak di bidang *otomotif* yang menyediakan berbagai produk *sparepart* motor klasik baik itu *sparepart variasi* ataupun *custom*, seperti tangki, *reflektor* lampu, lampu *sein*, *shockbaker*, *spedometer*, dan masih banyak yang lainnya. Saat ini, Queenita Classic hanya membuka toko fisik untuk melayani pelanggan dan dibantu media promosi melalui *Instagram*. pelanggan yang datang hanyalah pelanggan yang sedang berada di sekitar toko, karena toko terletak di pinggir jalan raya. Namun, dengan sistem yang berjalan saat ini masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi seperti, kekurangan dalam penyimpanan data, serta pencetakan laporan masih berupa pencatatan dalam bentuk arsip, ketersediaan stok tidak dicatat, sehingga sulit untuk diketahui pelanggan, dan media promosi untuk mengembangkan usahanya masih kurang, akibatnya penjualan hanya didapat dari pengunjung di sekitar toko dan *followers Instagram*.

Menurut latar belakang pembahasan diatas penulis ingin membuat sebuah *website* promosi sekaligus *e-commerce*, melihat usaha penjualan Queenita Classic belum dikenal banyak masyarakat maka penulis ingin mengangkat judul “Penerapan dan Pengembangan Sistem *E-Commerce* menggunakan *CMS Wordpress* untuk meningkatkan penjualan pada Queenita Classic”. Alasan penulis memilih membuat *website* karena menurut penulis saat ini *website* adalah wadah atau media yang tepat untuk mempromosikan produk dan jasa suatu perusahaan di era sekarang ini yang kebanyakan sudah menggunakan *website* sebagai media penyampaian informasi, sehingga

diharapkan dengan menggunakan *website* sebagai media promosi masyarakat dapat mengetahui tentang Queenita Classic. Beberapa studi literatur terkait dengan penelitian yang dilakukan, antara lain: penelitian pertama [2] yang membahas Perancangan *Website* sebagai media Promosi dan Informasi, penelitian tersebut menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *MySQL* sebagai *database*. Penelitian kedua [3] membahas Perancangan Sistem *E-Commerce* Untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak. Metode perancangan sistem *E-Commerce* menggunakan pendekatan *Waterfall* dengan pendekatan *berorientasi objek*. Penelitian ketiga [4] yang membahas tentang Implementasi *CMS Wordpress* pada Jogja Motor Sports Berbasis *E-Commerce*, penelitian tersebut menggunakan Rancangan *e-commerce* dengan metode *business model canvas* untuk meningkatkan penjualan *sparepart* pada toko jogja motor sports. Berdasarkan sistem berjalan saat ini dan studi literatur di atas maka peneliti melakukan penelitian untuk membuat model *e-commerce* sesuai dengan kebutuhan Queenita Classic, perbedaan peneliti lakukan dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan *content management system*, Di dalam *website* yang dibuat terdapat fitur *retur*, dan teknik *Search Engine Optimizatuin (SEO)* untuk meningkatkan *traffic website*. Adapun rumusan masalah yang harus dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana model *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan pada Queenita Classic. Manfaat dari penelitian ini adalah membangun hubungan interaksi dalam transaksi penjualan yang dilakukan secara *online*.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan yang diperlukan dibutuhkan metode yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan [5]. Yang terlihat pada Gambar 1:



Gambar 1. Metodologi Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, penjelasan alur metodologi penelitian yang dilakukan: tahapan penelitian diawali dengan identifikasi masalah dilakukan dengan wawancara kepada pemilik Queenita Classic, hal ini dilakukan untuk mengetahui kendala dan kebutuhan yang dihadapi Queenita Classic dalam menjalankan usahanya. Tahap kedua adalah perumusan masalah dengan merangkum permasalahan yang terjadi menjadi lebih spesifik, kegiatan yang dilakukan dengan mengamati dan mengeksplorasi permasalahan yang ada pada sistem yang berjalan saat ini, hal ini diperlukan untuk mendefinisikan keinginan dari sistem yang belum tercapai. Tahapan ketiga adalah dengan menentukan tujuan penelitian untuk memperjelas kerangka pemikiran tentang apa saja yang menjadi sasaran dari penelitian ini, agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian yang sudah ditentukan. Tahap keempat adalah melakukan pengumpulan data dan informasi untuk lebih memahami sistem yang akan diteliti, pengumpulan data dilakukan

dengan cara: wawancara, observasi, analisa dokumen, dan studi literatur. Tahapan kelima adalah melakukan perencanaan bisnis pada sistem berjalan dengan membuat *business model canvas*, hasil yang didapat penulis dapat mengetahui bagaian-bagian apa saja yang menjadi komponen utama dan pendukung dalam proses bisnis berjalan. *BMC* adalah salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai [6]. Langkah selanjutnya dengan melakukan perencanaan sebuah *webiste e-commerce* sebagai media pemasaran untuk melakukan promosi, teknik yang digunakan dengan *tolls Content Management System* menggunakan *Wordpress*. *Wordpress* adalah sebuah perangkat lunak yang digunakan untuk membuat *website*. Namun tidak hanya *web* pribadi dan situs berita, tetapi bisa dijadikan toko *online*. *Wordpress* ini sudah sangat populer untuk digunakan sebagai layanan *blog* [7]. Tahapan keenam adalah melakukan perancangan sistem, hal ini bertujuan agar sistem yang dibangun lebih tepat sesuai dengan kebutuhan dan mengurangi kesalahan pada pembuatan sistem. Adapun pendekatan yang dilakukan adalah dengan *UML (Unified Modeling Language)*, adapun diagram yang digunakan adalah: *Activity Diagram*, *Use Case Diagram*, *Class Diagram*, *System Sequencen Diagram*, *Interaction Flow Modeling Language*, *Component Diagram*. Tahapan ketujuh adalah penerapan *e-commerce* dengan melakukan strategi *Search Engine Optimization (SEO)*. *SEO* merupakan unsur penting pada *web* untuk memudahkan pencarian pada mesin pencari sehingga dalam penyampaian konten pada *web* akan menjadi lebih efektif, karena kecenderungan pengguna internet akan memilih *web* yang berada pada halaman pertama di mesin pencari [8]. Tahapan kedelapan adalah hasil yang telah dilalui serta saran yang berkenaan dengan hasil yang telah dicapai dalam melakukan penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

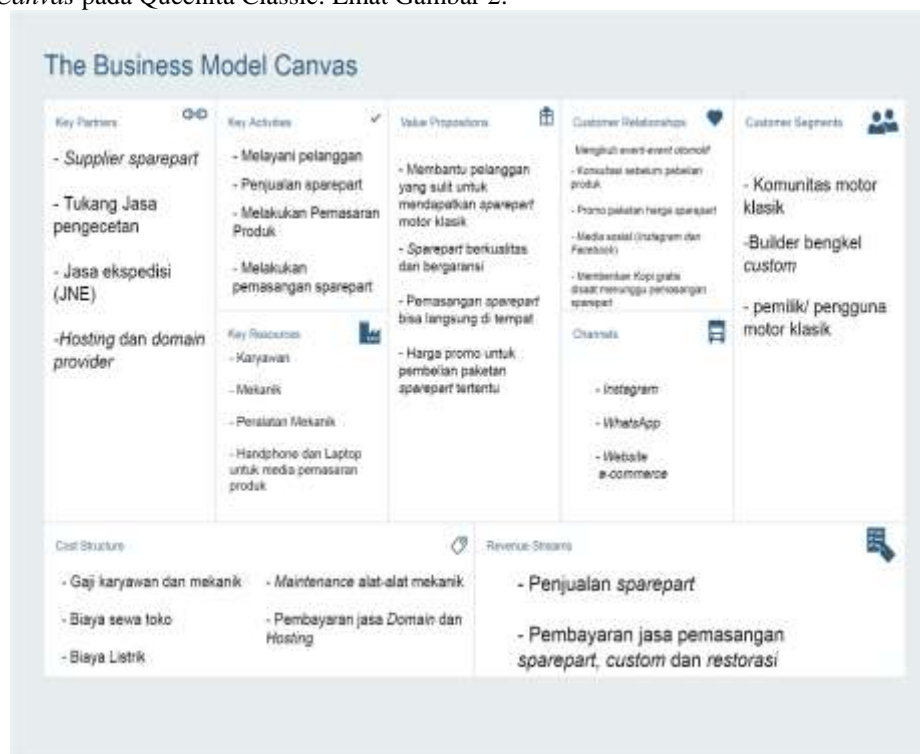
3.1 *Business Model Canvas*

Berikut ini adalah 9 elemen yang dimiliki Queenita Classic pada *Business Model Canvas* antara lain:

- a. *Value proposition* adalah nilai yang ditawarkan oleh Queenita Classic kepada pelanggan. Keunggulan produk maupun jasa yang ditawarkan Queenita Classic sebagai pembeda dengan kompetitor lainnya yang bergerak di bidang usaha yang sama. Produk *sparepart* yang dijual berkualitas dan bergaransi, untuk memudahkan pelanggan Queenita Classic menyediakan jasa pemasangan *sparepart* di tempat dengan harga yang terjangkau. Dan untuk menarik minat pelanggan terkadang Queenita Classic memberikan harga promo paketan *sparepart* seperti paketan *body motor* dengan harga yang murah.
- b. *Customer Segment*, pangsa pasar yang dituju oleh Queenita Classic sangat spesifik karena produk yang dijual merupakan produk atau jasa khusus, yaitu pemilik motor klasik Honda dan Yamaha.
- c. *Customer Relationship*, untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada sangat sulit untuk dilakukan. Hal ini diperlukan strategi untuk menyiapkannya dengan matang. Hal yang dilakukan Queenita Classic seperti: Aktif mengikuti *event-event otomotif* karena hal ini sangat efektif untuk memperkenalkan Queenita Classic dan produknya kepada pelanggan baru, selain itu untuk memperkenalkan secara luas di media digital Queenita Classic menggunakan media sosial *Instagram* dan *Facebook* untuk memasarkan produknya, lalu upaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada Queenita Classic melayani konsultasi sebelum pembelian produk agar terhindar dari kesalahan pada saat pembelian dan pemasangan.
- d. *Channles*, untuk mendistribusikan pemasaran Queenita Classic menggunakan media atau sasaran seperti *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Website e-commerce*. Hal ini dibutuhkan untuk mengkomunikasikan produk yang ditawarkan kepada pelanggan.
- e. *Key resources* adalah hal-hal yang paling penting yang harus Queenita Classic miliki agar *key activities* bisa dijalankan dan *value proposition* bisa diberikan pada pelanggan. Sumber daya yang dimiliki Queenita Classic Untuk menunjang keperluan perusahaan seperti, sumber daya manusia terdapat karyawan dan mekanik, lalu ada sumber daya elektronik seperti *handphone* dan laptop sebagai alat untuk memasarkan produk, dan dari sumber daya peralatan mekanik untuk jasa pemasangan *sparepart*.
- f. *Key Activities*, semua kegiatan atau aktivitas utama yang dilakukan agar memberikan nilai atau manfaat dapat tercapai aktivitas tersebut diantaranya seperti, melayani pelanggan, penjualan *sparepart* sebagai produk yang akan dijual dan digunakan untuk pemasangan *sparepart*, melakukan pemasaran produk agar produk dapat dikenal luas oleh masyarakat dan berminat untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan Queenita Classic.
- g. *Key Partners*, berlangsungnya sebuah usaha ada *entitas-entitas* yang mendukung usaha tersebut yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan. hal ini berguna agar Queenita Classic bisa fokus pada kegiatan utama yang dilakukan, untuk itu Queenita Classic berkerja sama kepada pihak penyedia *supplier sparepart* untuk menyuplai kebutuhan perusahaan, selain itu Queenita Classic membutuhkan penyedia jasa layanan mengecat karena pekerjaan itu membutuhkan tempat yang luas dan waktu yang cukup lama, jika ada pemesanan melalui *Instagram* Queenita

- Classic memakai jasa ekspedisi untuk pengiriman produknya, dan Queenita Classic membayar sewa tahunan pihak penyedia jasa *domain* dan *hosting* agar *website* Queenita Classic dapat bekerja dengan baik.
- Cost structure* rincian biaya-biaya yang harus Queenita Classic keluarkan untuk melakukan *key activities* dan menghasilkan *value proposition*. Berikut ini pengeluaran yang dikeluarkan Queenita Classic setiap bulannya seperti. Pembayar gaji karyawan dan mekanik, biaya sewa toko, biaya listrik, *maintenance* alat-alat mekanik, pembayaran jasa *domain* dan *hosting website*.
 - Revenue Streams*, tentu hal ini yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan yaitu dengan menjual produk sebanyak-banyaknya karena hal tersebut akan menjadi pendapatan atau keuntungan yang didapatkan oleh suatu perusahaan, pada Queenita Classic *revenue* didapat dari penjualan produk *sparepart* dan penyedia jasa layanan pemasangan *sparepart*.

Berdasarkan hasil analisis *business model canvas*, berikut ini merupakan rancangan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* pada Queenita Classic. Lihat Gambar 2:



Gambar 2. Business Model Canvas

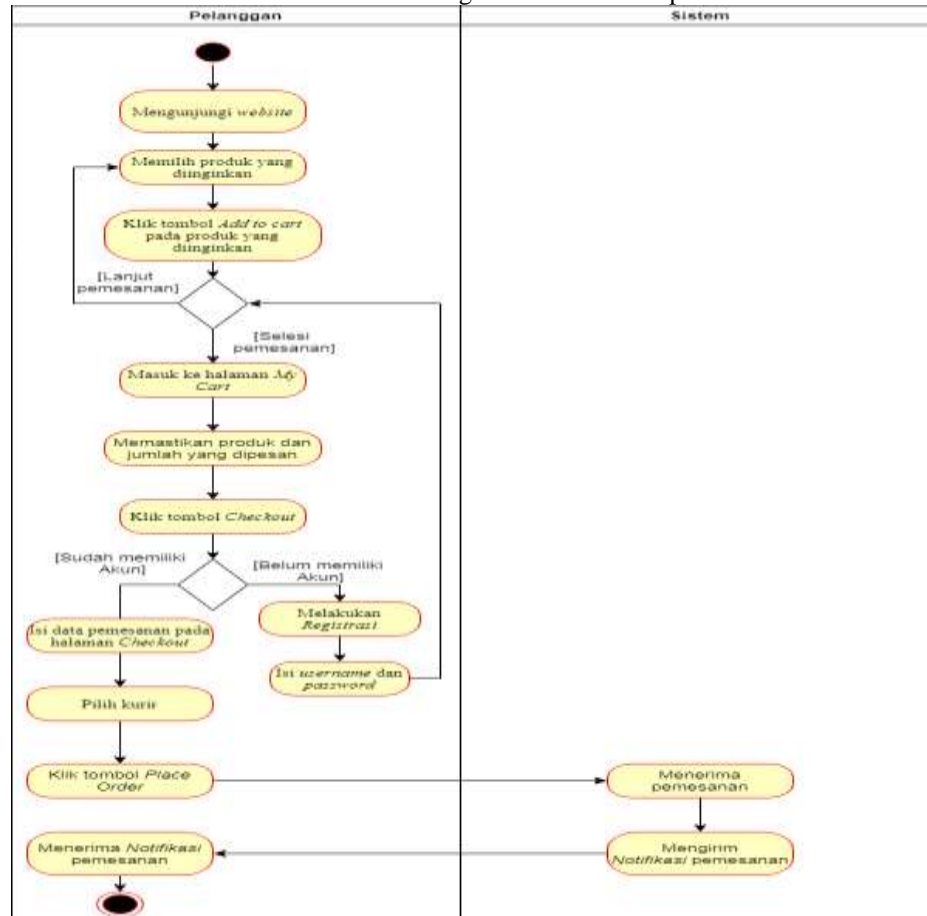
3.2 Proses Bisnis Usulan

Diagram activity menggambarkan aliran fungsionalitas dalam sistem. Pada tahap pemodelan bisnis *diagram activity* dapat digunakan untuk menunjukkan *business workflow* [9].

a. Activity Diagram Proses Pemesanan Produk

Pada Gambar 3, menjelaskan tentang pelanggan mengunjungi halaman *website* Queenita Classic lalu pelanggan memilih produk yang ingin dipesan di halaman *website* Queenita Classic setelah menemukan produk yang diinginkan pelanggan dapat mengklik gambar produk di halaman *website* atau bisa juga masuk ke menu *shop*. Lalu *website* akan menampilkan halaman detail produk. Pada halaman detail produk terdapat detail gambar, nama produk, harga produk, deskripsi produk, pilihan warna dan jumlah yang ingin dipesan. Jika sudah, pelanggan dapat menekan tombol *add to cart*. Lalu akan muncul *sidebar cart panel* (keranjang belanja) berupa produk yang dipesan. Pelanggan dapat menambah produk lain dengan memilih kembali produk yang akan dipesan. Setelah produk yang dipilih sudah didapat selanjutnya pelanggan menekan tombol *checkout*, di halaman *checkout* terdapat detail pemesanan yang telah dibuat, setelah dirasa pemesanan sudah sesuai selanjutnya pelanggan klik tombol *proceed to checkout*. Jika pelanggan belum terdaftar pada *website* Queenita Classic maka pelanggan tidak bisa melanjutkan pesanan dan sistem *website* menampilkan pesan bahwa pelanggan harus melakukan *registrasi* terlebih dahulu lalu akan di arahkan ke halaman *registrasi*, setelah itu mengisi *form registrasi* yang berisi *email* dan *password*. Jika sudah melakukan *login*, pelanggan akan diarahkan ke halaman *checkout*. Pada halaman *checkout* pelanggan dapat melihat detail pesanan. Untuk melihat

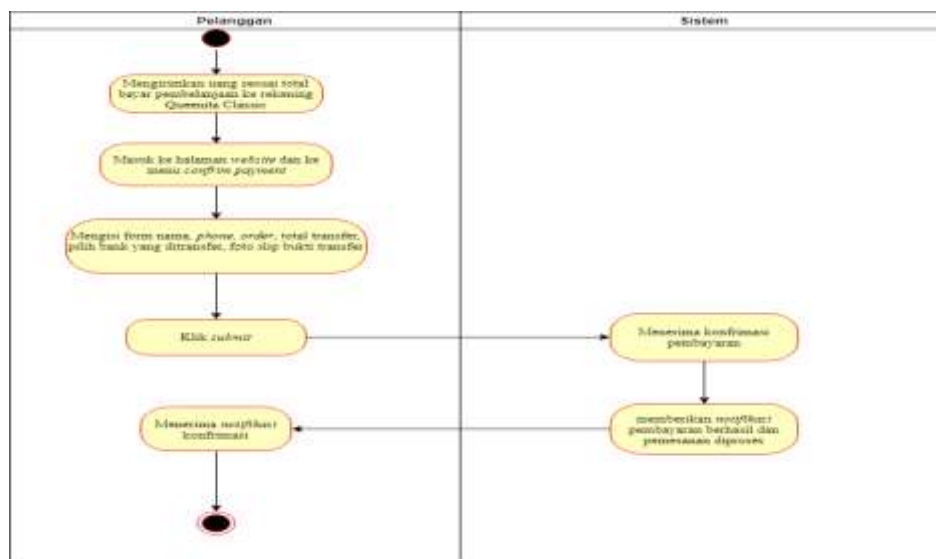
jumlah yang harus dibayar pelanggan harus mengisi nama lengkap, telepon, *e-mail*, alamat, provinsi, kota, kode pos (*opsional*) dan catatan (*opsional*) pada *form billing details*. Setelah itu, sistem *website* akan menampilkan pilihan jenis layanan pengiriman. Saat ini pelanggan hanya dapat memilih kurir JNE dengan layanan regular atau kilat. Metode pembayaran yang dapat digunakan pelanggan hanya bank transfer. Setelah itu sistem *website* akan menampilkan total pembayaran dan pelanggan dapat menekan tombol *place order*. Pelanggan akan diarahkan ke halaman yang menampilkan pesanan berhasil dibuat dan sistem akan mengirimkan notifikasi pesanan berhasil dibuat.



Gambar 3. Activity Diagram Proses Pemesanan Produk

b. Activity Diagram Proses Pembayaran

Pada Gambar 4, menjelaskan pembayaran dilakukan oleh pelanggan dengan mentransfer uang ke rekening Queenita Classic, selanjutnya pelanggan masuk kembali ke *website* dan ke menu *confirm payment*. Selanjutnya pelanggan diwajibkan mengisi *form* nama, *phone*, *order*, total transfer, pilih bank yang ditransfer, dan wajib foto slip bukti transfer. Setelah form terisi semua klik submit. Setelah itu sistem *website* akan mengirimkan *notifikasi* kepada pelanggan proses pembayaran berhasil dan status pemesanan menjadi proses.



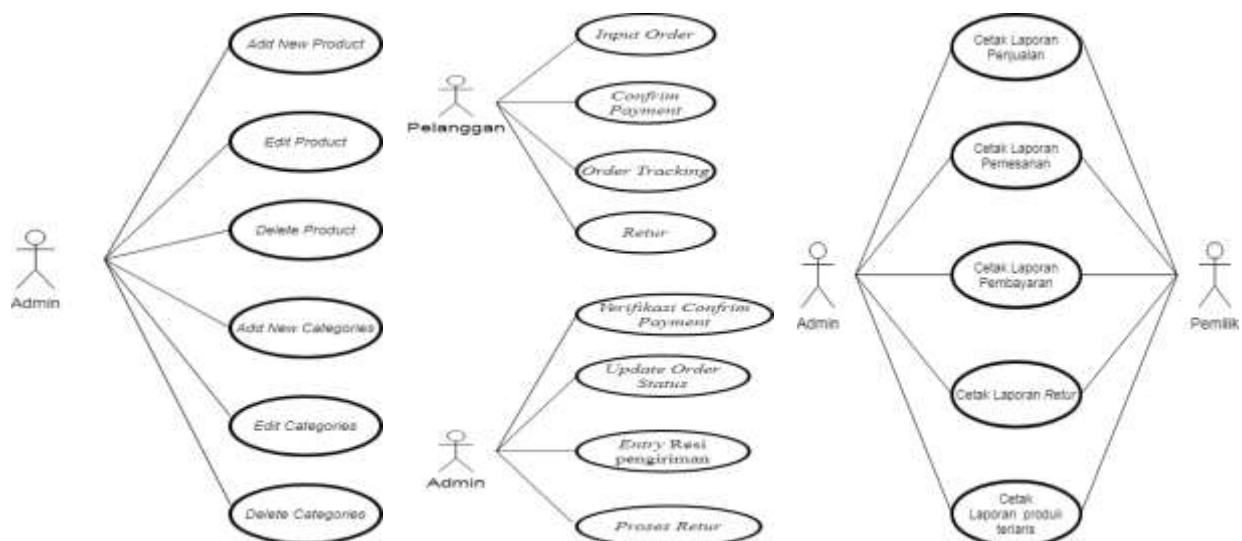
Gambar 4. Activity Diagram Proses Pembayaran

3.3 Use Case Diagram

Diagram yang menggambarkan interaksi antara aktor dengan sistem yang digambarkan secara berurutan sesuai alur sistem yang akan berjalan. sebuah *Use case* berisi apa yang dilakukan oleh sistem atau apa yang terjadi pada sistem [10].

a. Use Case Diagram Master

Pada Gambar 5, menggambarkan apa yang akan dikerjakan oleh *user* pada Queenita Classic yang terdiri dari *Actor Admin* akan melakukan *add new product*, *edit product*, *delete product*, *add new categories*, *edit categories*, dan *delete categories*. *Actor pelanggan* dapat melakukan proses *input order*, *confirm payment*, *order tracking*, *retur*, sedangkan *Actor admin* dapat melakukan proses *verifikasi confirm payment*, *update order status*, *entry resi pengiriman*, proses *retur* dan untuk proses pembuatan laporan yang terdiri dari *use case* cetak laporan penjualan, cetak laporan pemesanan, cetak laporan pembayaran, cetak laporan retur, dan cetak laporan produk terlaris yang dilakukan Admin secara berkala, laporan-laporan tersebut dapat juga di akses oleh pemilik.



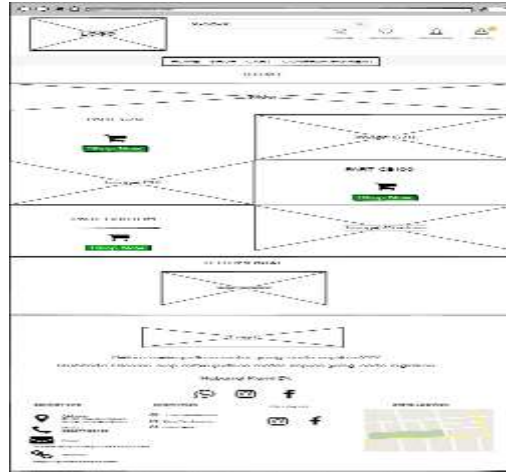
Gambar 5. Use Case Diagram

3.4 Rancangan Layar

Rancangan layar adalah sebuah *prototipe* desain tampilan awal sebuah *website* yang berfungsi sebagai antar muka pengguna dengan sistem, atau biasa disebut *userinterface*.

a. Rancangan Layar *Home*

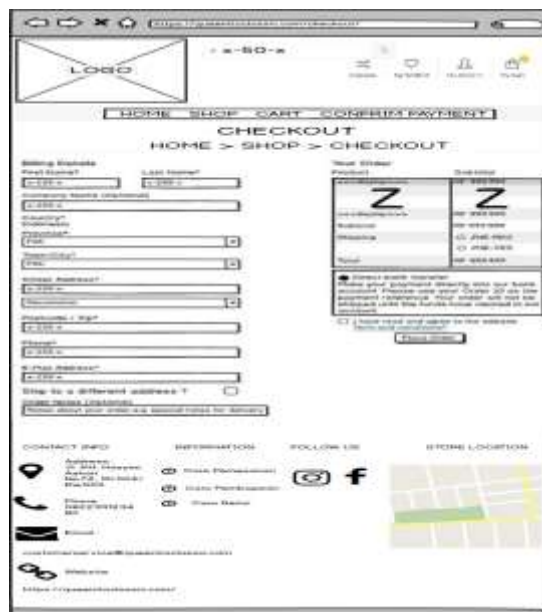
Pada Gambar 6 rancangan layar *home* merupakan tampilan awal ketika pelanggan mengunjungi *website queenitaclassic.com*, pada halaman ini pelanggan bisa melakukan berbagai aktivitas seperti melihat *my account* dan produk-produk yang ditawarkan.



Gambar 6. Rancangan Layar *Home*

b. Rancangan Layar *Checkout*

Pada Gambar 7 halaman ini pelanggan harus diwajibkan mengisi *form billing details* sebelum memilih jasa kurir yang digunakan dan melakukan proses pembayaran pemesanan produk.



Gambar 7. Rancangan Layar *Checkout*

c. Rancangan Layar *Confrim Payment*

Pada gambar 8 halaman ini pelanggan akan melakukan konfrimasi pembayaran setelah melakukan pemesanan produk, pelanggan harus mengisi nama, no *order* harus sesuai, no. telepon, dan *transfer amount* harus sesuai dengan jumlah yang harus dibayar, pilih bank transfer dan harus *upload* bukti slip transfer, selanjutnya klik *button submit*.

Gambar 8. Rancangan Layar *Confirm Payment*

d. Rancangan Layar *Retur*

Pada Gambar 9 adalah rancangan layar *retur* halaman ini pelanggan dapat melakukan proses permohonan *retur* dengan mengisi *form retur* dengan alasan untuk melakukan *retur*, setelah *form* terisi selanjutnya klik *button submit*.

Gambar 9. Rancangan Layar *Retur*

3.5 Strategi *Search Engine Optimization (SEO)*

Strategi *Search Engine Optimization (SEO)* adalah strategi yang dilakukan untuk mengoptimasi *website* yang sudah dibuat akan dapat tampil di halaman pertama pada mesin pencari, berikut ini adalah langkah-langkah untuk mengoptimasi *SEO*:

- Gambar 10 menjelaskan tentang optimasi *Yoast SEO* dengan melakukan optimasi pada setiap halaman produk *website*. Yaitu dengan penentuan *keyphrase* atau kata kunci produk, *SEO title*, *Slug/Permalink*, *Meta Description*, *Image Optimization* dan konten. Pastikan untuk kolom *SEO Title* dan *Meta description* berwarna hijau, agar pada mesin pencari dapat menemukan halaman produk yang sudah kita optimasi.



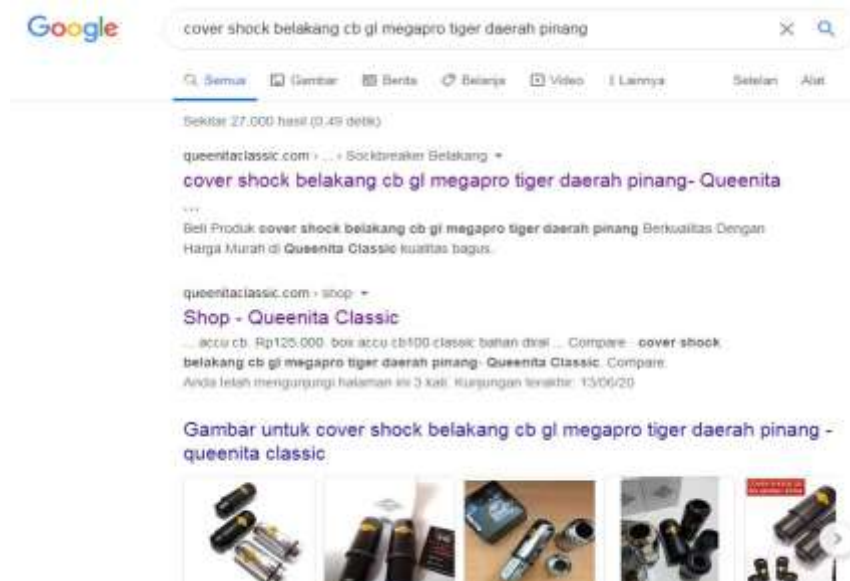
Gambar 10. Optimasi *SEO* Halaman Produk

- b. Pada Gambar 11 adalah menambahkan *alt text* pada gambar produk.



Gambar 11. Optimasi *SEO* Pada Gambar Produk

- c. Gambar 12 adalah hasil dari implementasi *SEO*, berikut ini adalah hasil dari penerapan strategi *SEO* yang sudah diimplementasikan pada penelitian ini, hasil *SEO* dilakukan pada 28 Juni 2020, pada jam 12.49 WIB.



Gambar 12. Hasil Penerapan *SEO*

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil analisis dan implementasi *E-Commerce* menggunakan *CMS Wordpress* pada Queenita Classic yaitu dengan adanya sistem *website e-commerce* dapat memudahkan Queenita Classic melakukan promosi penjualan sehingga jangkauan pasar menjadi luas, di dalam *website* juga terdapat *fitur* informasi stok produk dan *fitur order* yang berfungsi untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mengetahui informasi status pemesanan, sistem ini juga membantu Queenita Classic dalam pembuatan laporan dengan cepat dan akurat hal ini dikarenakan pada sistem *website* Queenita Classic terdapat *fitur* cetak laporan yang akan otomatis membuat laporan sesuai periode yang diinginkan, serta penjualan akan lebih maksimal dengan menggunakan teknik *SEO On-Page* yang berfungsi agar *website* berada di halaman pertama mesin pencari dan teknik pemasaran digital seperti *Instagram* dan *Facebook* yang akan *back link* ke *website* utama.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. S. Asih, and K. Kasmi, "E-Commerce Web Mobile untuk layanan Jual Beli HP yang Berbasis Teknologi," *Konferensi Mahasiswa Sistem Informasi*, vol. 6, no. 1, pp. 83–89, 2018.
- [2] P. S. Hasugian, "Perancangan Website sebagai Media Promosi dan Informasi," *Journal of Informatic Pelita Nusantara*, vol. 3, no. 1, pp. 82–86, 2018.
- [3] S. Kosasi, "Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak," *Snastia*, Oktober, pp. 110–119, 2015.
- [4] B. A. Sutrisno, and B. C. Putra, "Implementasi CMS Wordpress Pada Jogja Motor Sports Berbasis E-Commerce," *IDEALIS*, vol. 3, no. 1, pp. 2–7, 2020.
- [5] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)," Edisi 1, Bandung: Alfabeta, 2016.
- [6] M. F. Gunawan, "Perancangan Business Model Canvas sebagai Alternatif Strategi Bisnis Budidaya Ikan Gurame (Studi Kasus pada UKM Mitra Mina. Desa Sridadi, Kecamatan Kalirejo, Lampung Tengah)," *Skripsi*, FISIP Unila, 2016.
- [7] R. Rachmawati, "Teknik dan Ideologi Penerjemahan Di Wordpress," *Madah*, vol. 7, no. 2 pp. 211–224, 2016.
- [8] A. Q. A., and J. D. Pribadi, "Pembuatan Website Menggunakan CMS Wordpress," *Jurnal Aplikasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 287–292, 2017.
- [9] A. Azis, N. Fuat, and K. Yahya, "Aplikasi Jadwal Event Cb Sejava Timur Berbasis Android," *J-TIIES*, vol. 1, no. 1, pp. 471–478, 2017.
- [10] T. Loveri, "Sistem Informasi Aplikasi Pengelolaan Transaksi Keuangan dan Pendataan Konsumen pada CV. Puplas," *Jurnal Sains dan Informatika*, vol. 4, no. 2, pp. 138–149, 2018.