

Penerapan Model E-Commerce untuk Meningkatkan Penjualan Produk pada Ayam Bakar Kalasan XYZ

Laras Wijayanti ¹⁾, Agus Umar Hamdani ²⁾

^{1,2)} Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur

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

E- mail: 1712510070@gmail.com ¹⁾, agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id ²⁾

Abstrak — Ayam Bakar Kalasan XYZ merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang penjualan, khususnya penjualan ayam bakar yang dilakukan di sebuah toko. Terdapat beberapa kekurangan dalam proses bisnis saat ini, seperti : kurangnya promosi yang berdampak kurang luas jangkauan konsumen dan penjualan yang menurun dikarenakan berkurangnya jumlah pembeli dampak dari pandemic Covid-19. Selain itu, tidak adanya informasi pengiriman, menyebabkan penjual dan pelanggan tidak mengetahui status keberadaan produk yang dikirim, serta tidak adanya laporan penjualan untuk mengetahui produk yang diminati oleh pelanggan. Melihat kondisi diatas, maka penulis melakukan penelitian untuk menganalisa masalah dan membuat aplikasi penjualan secara elektronik (E-Commerce) guna membantu pemilik toko dalam mengatasi permasalahan diatas. Penulis menggunakan CMS Wordpress untuk implementasi sistem E-Commerce dengan penambahan fitur pemasaran dan optimasi Search Engine Optimization (SEO). Hasil akhir dari penelitian ini adalah prototipe E-commerce yang dibangun dapat menunjang aktivitas penjualan dan pemasaran produk ayam bakar sehingga dapat meningkatkan penjualan pada Ayam Bakar Kalasan XYZ.

Kata kunci: E-Commerce, Ayam Bakar, Kalasan, CMS Wordpress, SEO

Abstract — *Kalasan XYZ Grilled Chicken is one of the businesses engaged in sales, especially the sale of grilled chicken which is carried out in a shop. There are several shortcomings in current business processes, such as: a lack of promotions which has an impact on a less broad reach of consumers and decreased sales due to a reduced number of buyers as a result of the Covid-19 pandemic. In addition, the absence of shipping information causes sellers and customers not to know the status of the existence of the products sent, as well as the absence of sales reports to find out the products that are of interest to customers. Seeing the above conditions, the authors conducted research to analyze the problem and create an electronic sales application (E-*

Commerce) to assist shop owners in overcoming the above problems. The author uses CMS Wordpress for the implementation of the E-Commerce system with the addition of marketing features and Search Engine Optimization (SEO) optimization. The final result of this research is an E-commerce prototype that was built to support sales and marketing activities of grilled chicken products so as to increase sales at Kalasan XYZ Grilled Chicken.

Keyword : *E-Commerce, Grilled chicken, Kalasan, CMS Wordpress, SEO*

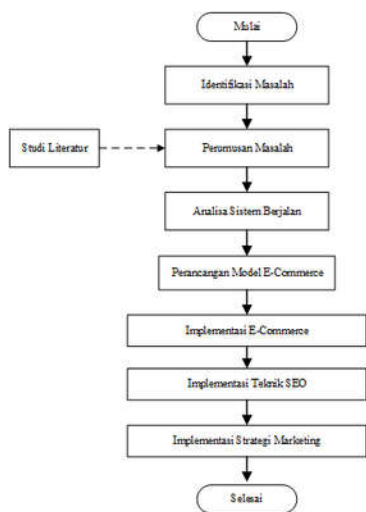
I. PENDAHULUAN

Saat ini, teknologi internet dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan bisnis baik individu maupun perusahaan. Dengan adanya teknologi internet, maka transaksi yang sebelumnya dilakukan secara offline diubah menjadi transaksi yang dilakukan secara online. E-Commerce merupakan kegiatan menjual dan membeli produk menggunakan media internet. Selain itu, customer juga menggunakan internet sebagai sumber informasi untuk memilih harga terbaik yang diinginkan [1]. Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi penulis, antara lain : penelitian ke-1 [2] yang mengangkat masalah banyaknya UMKM yang belum menggunakan sarana teknologi informasi untuk mendukung usaha mereka dan diberikan solusi yang diberikan adalah penerapan E-Commerce menggunakan teknik SEO dan CMS untuk membantu pemasaran produk, penelitian ke-2 [3] yang membahas masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan website untuk mendukung usaha sehingga diberikan solusi berupa penerapan E-Commerce dengan CMS dan SEO untuk memudahkan dalam mengelola penjualan dan pencarian produk, penelitian ke-3 [4] mengangkat masalah kurang efektifnya penggunaan perangkat teknologi informasi untuk mendukung penjualan produk aksesoris motor dan solusi yang diberikan berupa penerapan E-Commerce menggunakan CMS, penerapan teknik SEO dan strategi pemasaran 4P,

penelitian ke-4 [5] mengangkat masalah belum adanya menggunakan teknologi informasi untuk mendukung meningkatkan penjualan sehingga diberikan solusi berupa penerapan E-Commerce dengan penerapan teknik SEO untuk mempermudah pencarian produk dan lokasi, penelitian ke-5 [6]. Ayam Bakar Kalasan XYZ merupakan rumah makan yang terletak di kawasan Pondok Aren Tangerang Selatan. Saat ini, proses pengolahan data penjualan produk-produk ayam bakar masih dilakukan secara manual, yaitu ditulis tangan ke dalam pembukuan. Permasalahan yang dihadapi oleh Ayam Bakar Kalasan XYZ dijelaskan sebagai berikut: promosi produk tidak efektif, dikarenakan promosi nama toko dan produk hanya mengandalkan pada aplikasi Instagram dan Facebook, tidak ada informasi pengiriman produk dan tidak adanya laporan untuk mengetahui informasi produk yang diminati, serta tidak adanya laporan pembayaran sehingga menyebabkan pemilik toko mengalami kesulitan untuk mengetahui pendapatan. Berdasarkan latar belakang diatas dan merujuk pada studi literatur yang ada, maka penulis menawarkan solusi dengan membangun aplikasi E-Commerce untuk meningkatkan penjualan produk-produk ayam bakar kalasan menggunakan teknologi E-Commerce. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah website E-Commerce dapat digunakan untuk mempermudah transaksi penjualan dan memperluas area pemasaran bagi Ayam Bakar Kalasan XYZ.

II. METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan penelitian terapan (Applied / Practical Research) sebagai pendekatan untuk memberikan solusimasalah yang terjadi di Ayam Bakar Kalasan XYZ, dimana penulis melakukan kajian pendahuluan untuk mengetahui kondisi yang terjadi saat ini, kemudian melakukan perbaikan sehingga hasilnya dapat bermanfaat untuk instansi riset [7]. Gambar 1 memperlihatkan urutan kegiatan yang penulis lakukan untuk menyelesaikan masalah.



Gambar 1 : Langkah-langkah Penelitian

Tahap awal melakukan identifikasi masalah di instansi riset, tahap kedua: melakukan kajian studi literatur, tahap ketiga : merumuskan masalah, yaitu menentukan solusi dari masalah yang diangkat, tahap keempat : melakukan analisa terhadap sistem berjalan, antara lain : analisa masalah menggunakan Fishbone Diagram, analisa model perencanaan bisnis dengan Business Model Canvas dan identifikasi kebutuhan sistem E-Commerce, tahap kelima : merancang sistem usulan dengan membuat desain rancangan layar, desain database dan desain input/output program, tahap keenam : implementasi sistem usulan dengan CMS Wordpress. Content Management System adalah perangkat lunak aplikasi untuk memanipulasi isi / konten sebuah website [8], serta dapat digunakan untuk mengatur konten website [9], tahap ketujuh : implementasi teknik SEO (Search Engine Optimization) yang bertujuan bertujuan untuk memperoleh posisi yang optimal di mesin pencari, serta mendapatkan pengunjung baru, tahap kedelapan : menerapkan strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk kepada calon customer, tahap terakhir adalah melakukan pengujian kinerja teknik SEO dan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

III.1. Analisa Model Bisnis

Business Model Canvas adalah konsep penggambaran secara visual mengenai bagaimana memahami, menilai dan mengganti model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan bisnis sehingga dapat memberikan hasil kinerja bisnis yang optimal [10].

Komponen-komponen dalam Bussines Model Canvas meliputi : Value Propositions, merupakan nilai keunggulan bisnis yang dimiliki oleh Ayam Bakar Kalasan XYZ, yaitu ayam berkualitas terbaik, bumbu meresap merata, daging memiliki tekstur yang lembut, varian rasa up to date, memiliki cita rasa tersendiri pada sambal dan bumbu ayam dan memiliki garansi jika tidak sesuai.

Customer Segments, merupakan customer yang menjadi target pemasaran produk, yaitu : kantin kantor, Event Organizer, perorangan usia 5 tahun atau lebih, masyarakat yang menyukai ayam bakar dan kantin sekolah. Channels, merupakan sarana yang digunakan Ayam Bakar Kalasan XYZ untuk menyampaikan atau menawarkan produknya, yaitu : Instagram, Facebook dan E-Commerce.

Customer Relationship, merupakan bagaimana cara menjalin hubungan yang baik dengan customer, yaitu : memberikan diskon dan Customer Service. Key Partners, merupakan pihak yang menjadi mitra bisnis Ayam Bakar Kalasan XYZ, yaitu supplier bahan baku, penyedia jasa ekspedisi, reseller dan bank. Key Activities, merupakan kegiatan inti yang akan

menghasilkan value proposition, yaitu : proses mendesain produksi produk, proses penjualan dan proses pemasaran produk. Key Resources, merupakan sumber daya utama yang dimiliki untuk menjalankan key activities, yaitu : admin penjualan, juru masak, peralatan masak dan komputer. Cost Structure, biaya yang dikeluarkan untuk mendukung bisnis, yaitu : biaya gaji karyawan, biaya listrik, biaya internet dan telepon, biaya pengadaan bahan baku, biaya transportasi dan biaya operasional.

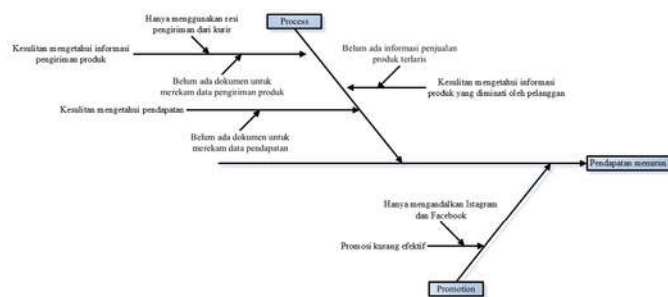
Revenue Streams, sumber pendapatan yang dimiliki oleh Ayam Bakar Kalasan XYZ, yaitu hanya dari penjualan produk. Gambar 2 merupakan model bisnis usulan dari Ayam Bakar Kalasan XYZ.

Company Name: Ayam Bakar Kalasan XYZ		Date: 24 Nopember 2021	
Key Partners: 1. Supplier bahan baku 2. BAKS 3. Perantara Jasa Ekspedisi 4. Reseller	Key Activities: 1. Proses produksi produk 2. Proses penjualan produk 3. Proses promosikan produk	Value Propositions (Kemenarikan toko / produk): 1. Ayam berkualitas terbaik. 2. Bumbu meresap merata. 3. Daging memiliki tekstur yang lembut. 4. Variasi rasa up to date. 5. Memiliki cita rasa tersendiri pada sambal dan bumbu ayam. 6. Memiliki garansi jika tidak sesuai.	Customer Relationship: 1. Chatan 2. Kupon 3. Customer Service Channels: 1. E-Commerce 2. Instagram 3. Facebook
Key Resources: 1. Admin Penjualan 2. Juru masak 3. Peralatan masak 4. Komputer	Customer Segments: 1. Kantor kantor 2. Kantor sekolah 3. Event Organizer 4. Perorangan usia 18 tahun ke atas. 5. Masyarakat yang menyukai ayam bakar.	Cost Structure: 1. Bahan dan KANDUHAN 2. Bahan Listrik 3. Biaya internet dan telepon 4. Biaya pengadaan bahan baku 5. Biaya transportasi 6. Biaya operasional	Revenue Streams: 1. Ekspansi produk

Gambar 2. Hasil Analisa Business Model Canvas

III.2. Analisa Masalah

Fishbone Diagram merupakan diagram berbentuk tulang ikan untuk menyelesaikan masalah dengan melakukan analisis terhadap hubungan sebab dan akibat yang ada pada sebuah masalah [11]. Gambar 3 merupakan penggambaran dari hasil analisis masalah permasalahan pada Ayam Bakar Kalasan XYZ.



Gambar 3 : Hasil Analisa Masalah dengan Fishbone Diagram

Adapun masalah yang terjadi dalam kategori proses, antara lain :

- Promosi kurang efektif, karena hanya mengandalkan Instagram dan Facebook

- Kesulitan mengetahui informasi produk yang diminati oleh pelanggan, karena belum ada informasi penjualan produk terlaris
- Kesulitan mengetahui informasi pengiriman produk, dikarenakan hanya menggunakan resi pengiriman dari kurir
- Kesulitan mengetahui informasi pendapatan, dikarenakan belum ada dokumen yang merekam data pendapatan. Tabel 2 merupakan penggambaran dari hasil identifikasi kebutuhan sistem usulan.

Tabel 2. Identifikasi Kebutuhan Sistem Usulan

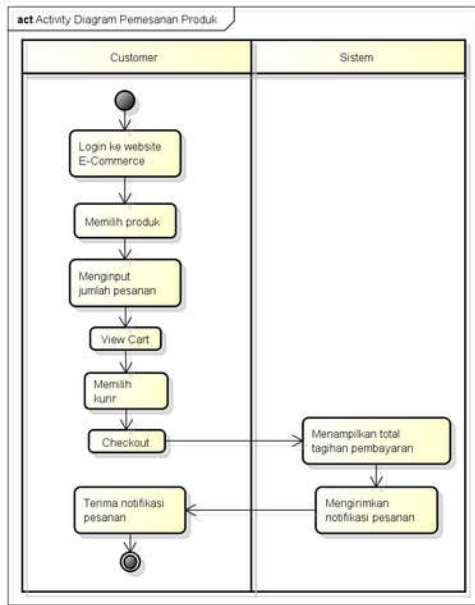
Category	Masalah	Penyebab	Kebutuhan Bisnis / Solusi Bisnis SI/TI
Promotion	Promosi produk kurang efektif.	Hanya mengandalkan aplikasi Instagram dan Facebook.	Harus dibuatkan sistem untuk melakukan promosi produk.
Process	Kesulitan mengetahui informasi produk yang diminati oleh pelanggan.	Belum ada informasi penjualan produk terlaris.	Harus dibuatkan sistem untuk menampilkan informasi produk terlaris.
Process	Kesulitan mengetahui pendapatan.	Belum ada dokumen merekam data penjualan	Harus dibuatkan sistem untuk menampilkan informasi pendapatan.
Process	Kesulitan mengetahui pengiriman produk.	Belum ada dokumen merekam data penjualan	Harus dibuatkan sistem untuk menampilkan informasi pendapatan.

III.3. Proses Bisnis Usulan

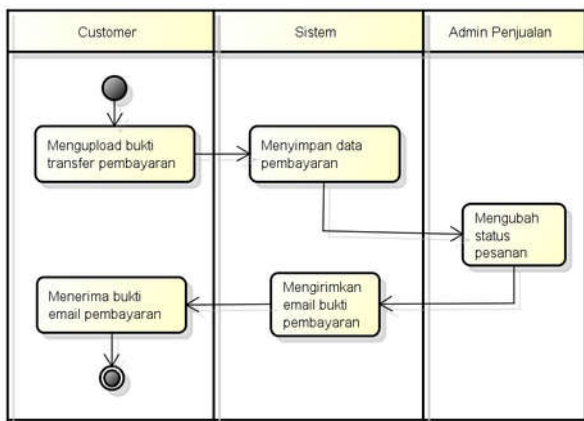
Gambar 4 merupakan proses entry pesanan, pelanggan login, kemudian memilih produk yang akan dibeli dan menginput jumlah produk. Kemudian melakukan View Cart, memilih kurir dan melakukan Checkout.

Kemudian sistem akan menampilkan total tagihan pembayaran dan mengirimkan notifikasi pesanan kepada pelanggan. Pada gambar 5 merupakan proses upload bukti pembayaran, kemudian sistem menyimpan data pembayaran dan admin penjualan akan mengubah status pesanan.

Kemudian sistem mengirimkan konfirmasi pesanan kepada pelanggan.



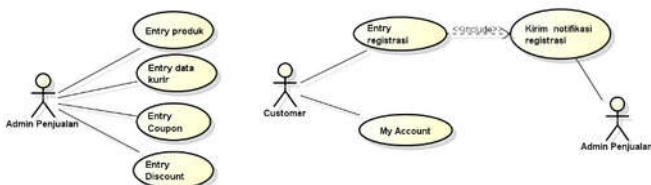
Gambar 4 : Proses Pemesanan Produk



Gambar 5 : Proses Upload Bukti Pembayaran

III.4. Pemodelan Sistem Usulan

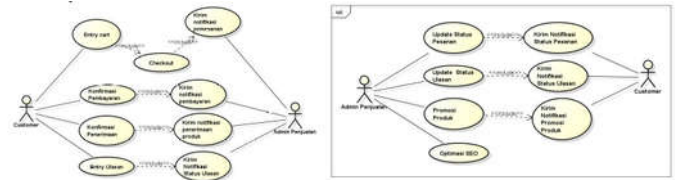
Use case diagram merupakan kegiatan yang dilakukan oleh actor pada sistem [12]. Gambar 6 merupakan Use Diagram File Master, yang terdiri atas : entry produk, entry data kurir, entry data coupon dan entry data Discount yang dilakukan oleh aktor admin penjualan.



Gambar 6 : Use Case Diagram File Master

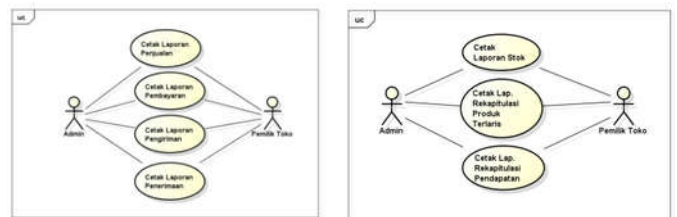
Gambar 7 merupakan Use Case Diagram Transaksi disisi Front End yang terdiri atas : Entry & View Cart, Checkout, Konfirmasi Pembayaran, Konfirmasi Penerimaan, dan Entry Ulasan, aktivitas tersebut dilakukan oleh Customer dan

Admin Penjualan menerima notifikasi dari setiap transaksi oleh Customer. Sedangkan Use Case Diagram Transaksi disisi Back End terdiri atas : Update Status Pesanan, Update Status Ulasan, Promosi Produk dan Optimasi SEO, semua aktivitas tersebut dilakukan oleh Admin Penjualan dan Customer menerima notifikasi dari setiap transaksi yang dilakukan oleh Admin Penjualan.



Gambar 7 : Activity Diagram Transaksi

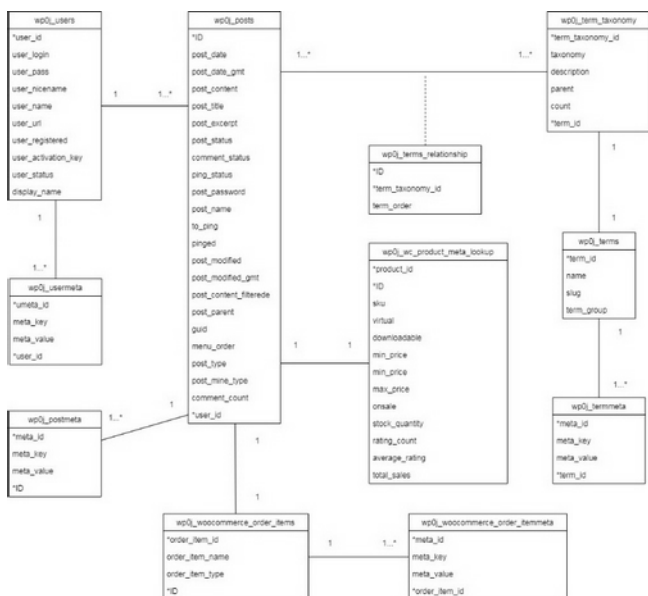
Gambar 8 merupakan Use Case Diagram Laporan yang terdiri atas : Cetak Laporan Penjualan, Cetak Laporan Pembayaran, Cetak Laporan Pengiriman, Cetak Laporan Penerimaan, Cetak Laporan Stok, Cetak Laporan Rekapitulasi Produk Terlaris dan Cetak Laporan Rekapitulasi Pendapatan yang dilakukan oleh Admin Penjualan dan Pemilik Toko.



Gambar 8 : Use Case Diagram Laporan

III.5. Pemodelan Konseptual Data

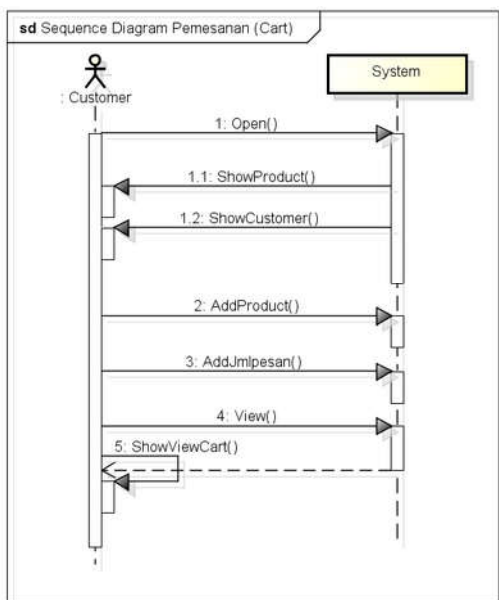
Class Diagram adalah diagram yang digunakan untuk memodelkan kumpulan class dan relasinya, serta aksi yang terjadi [12]. Gambar 9 merupakan penggambaran model class diagram dalam aplikasi E-Commerce usulan yang terdiri dari terdiri atas : WPOj_Users, WPOj_Post, WPOj_Term_Taxonomy, WPOj_Terms_Relationship, WPOj_Usermeta, WPOj_WC_Product_Meta_Lookup, WPOj_Terms, WPOj_Postmeta, WPOj_WooCommerce_Order_Items, WPOj_WooCommerce_Order_Itemmeta dan WPOj_Termmeta.



Gambar 9: Class Diagram

III.6. Pemodelan Perilaku Sistem

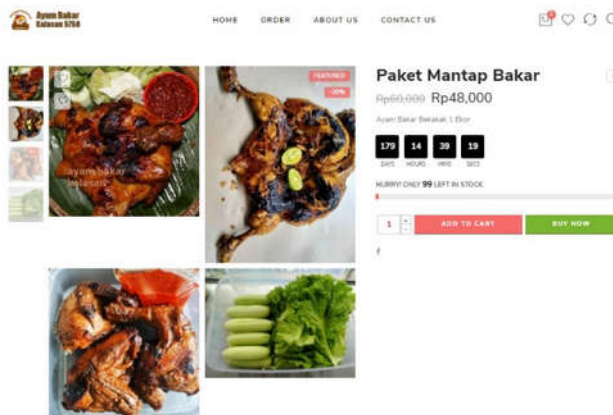
System Sequence Diagram adalah diagram untuk menampilkan interaksi yang terjadi antar obyek yang ada di dalam sistem [13]. Pada gambar 10 merupakan diagram yang menggambarkan perilaku system yang terjadi pada proses pemesanan produk.



Gambar 10: System Sequence Diagram Entry Pesanan

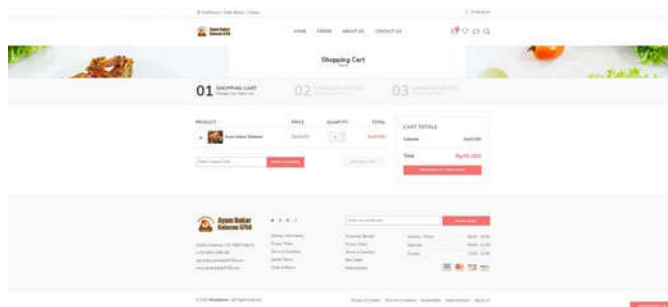
III.7. Implementasi Sistem

Pada gambar 11 merupakan tampilan awal halaman beranda dari Website Ayam Bakar Kalasan XYZ. Pada tampilan ini berisikan referensi produk-produk yang tersedia dan terdapat menu Register serta Login.



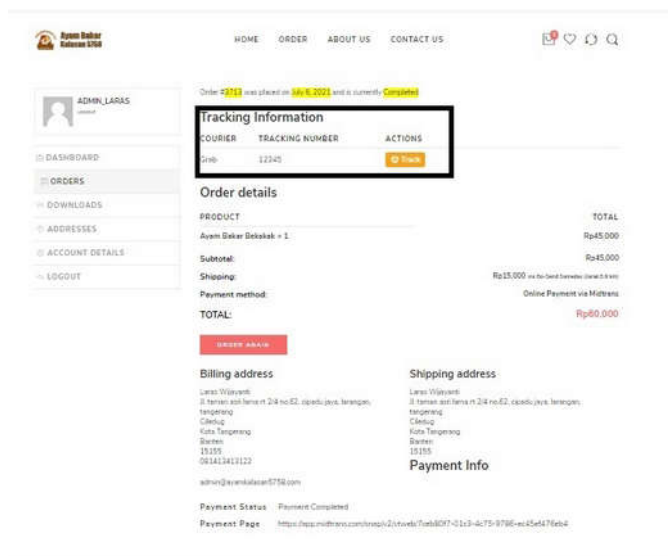
Gambar 11: Tampilan Halaman Awal

Gambar 12 merupakan halaman untuk menampilkan informasi pesanan dan jumlah tagihan pembayaran, kemudian customer melakukan proses Checkout. Pada saat tersebut, customer akan menerima notifikasi pemesanan melalui email.



Gambar 12. Tampilan Halaman Cart dan Checkout

Pada gambar 13 merupakan halaman merupakan halaman informasi tracking pengiriman produk, maka pelanggan dapat membuka menu tersebut.



Gambar 13 : Tampilan Konfirmasi Pengiriman Produk

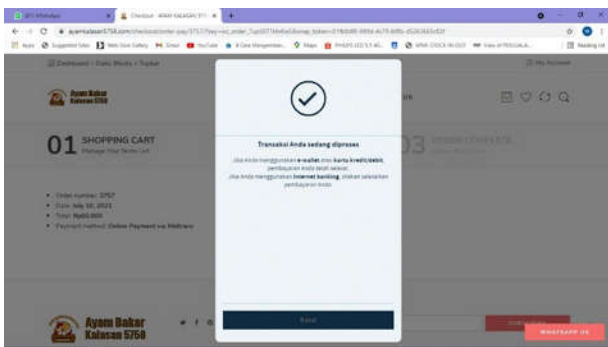
III.8. Hasil Keluaran Program

Pada gambar 14 merupakan keluaran laporan pemesanan produk yang dihasilkan oleh aplikasi E-Commerce, yang berisi data payment type, tanggal & waktu, id. pesanan, email pelanggan, jumlah dan status pesanan.

Transaksi	PAYMENT TYPE	TANGGAL & WAKTU	ID PESANAN	EMAIL PELANGGAN	JUMLAH	STATUS
Mandiri Bill	16/07/2021 10:22	3824	vibandaru@gmail.com	Rp. 52,000	PAID	
Mandiri Bill	16/07/2021 08:59	3823	blackorochew@gmail.com	Rp. 33,000	PAID	
GO-PAY	16/07/2021 12:08	3757	ayufatana@gmail.com	Rp. 65,000	PAID	
Mandiri Bill	06/07/2021 18:02	3757	admon@ayamkalasan5758.com	Rp. 60,000	PAID	
Mandiri Bill	06/07/2021 23:04	3642	ayufatana@gmail.com	Rp. 60,000	PAID	
GoPay	06/07/2021 12:54	3640	ayufatana@gmail.com	Rp. 60,000	PAID	
Mandiri Bill	04/07/2021 18:46	3678	admon@ayamkalasan5758.com	Rp. 60,000	PAID	
Bank Transfer	28/06/2021 08:27	3662	alghesudidi@gmail.com	Rp. 13,000	PAID	
Mandiri Bill	06/02/2021 09:12	3688	caribekahurine@gmail.com	Rp. 20,000	PAID	
Bank Transfer	06/02/2021 08:53	3687	caribekahurine@gmail.com	Rp. 60,000	PAID	
GO-PAY	06/02/2021 08:43	3696	maharani@gmail.com	Rp. 30,000	PAID	
Bank Transfer	01/02/2021 00:22	3668	maharani@gmail.com	Rp. 20,000	PAID	

Gambar 14 : Hasil Cetakan Laporan Pemesanan Produk

Berikut adalah hasil dari keluaran notifikasi yang diterima oleh pelanggan setelah melakukan checkout pesanan, tertera pada gambar 15 :



Gambar 15 : Hasil Keluaran Notifikasi pada Checkout

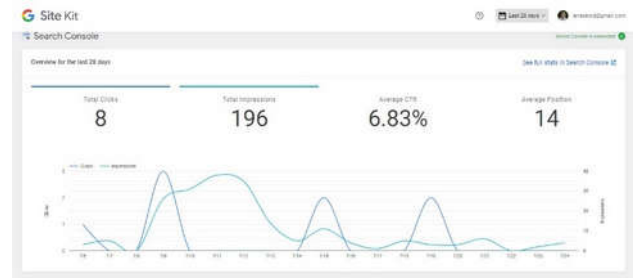
III.9. Hasil Pengujian Kinerja Website E-Commerce

Search Engine Optimization merupakan aktivitas untuk meningkatkan trafik kunjungan situs website melalui mesin pencari dengan menggunakan sistem algoritma kata kunci [14]. Berikut ini beberapa implementasi teknik optimasi SEO On Page yang dilakukan pada website www.ayamkalasan5758.com.

- Hasil Pengujian Kinerja Website E-Commerce

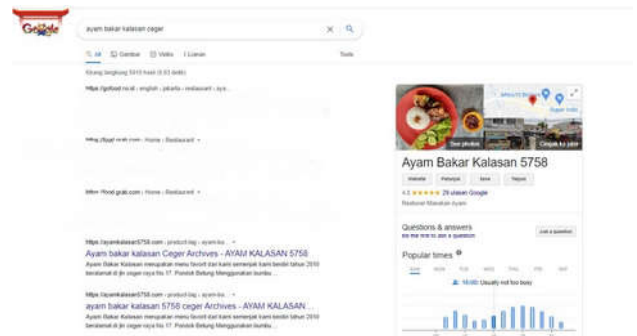
Gambar 16 merupakan hasil kinerja penelusuran web ke alamat URL www.ayamkalasan5758.com hingga 8 Juli 2021 yang diperoleh data sebagai berikut : Total Click adalah jumlah pengunjung yang membuka alamat URL website sebanyak 8 pengunjung, Total Impressions = jumlah orang yang melakukan pencarian terhadap kata kunci dan jumlah pengunjung yang membuka alamat URL website

sebanyak 196 orang, Average CTR = 6,83% dan Average Position = 14



Gambar 16 : Hasil Pengujian Kinerja Website E-Commerce

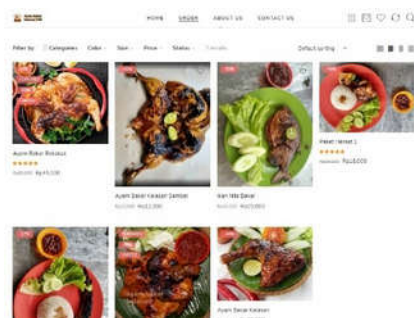
Setelah itu, untuk menguji keberhasilan teknik SEO, maka perlu dilakukan pencarian di mesin Google Search. Gambar 17 menjelaskan hasil pencarian kata kunci menggunakan kata kunci “ayam bakar kalasan ceger” yang dilakukan pada 8 Juli 2021.



Gambar 17 : Hasil Pengujian Pencarian Kata Kunci

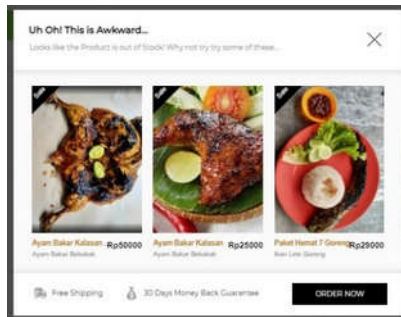
III.10. Strategi Pemasaran (Marketing)

Strategi Pemasaran adalah serangkaian kegiatan untuk menentukan arah pada usaha-usaha pemasaran sehingga mampu memenangkan persaingan bisnis [15]. Adapun strategi pemasaran yang diusulkan oleh penulis untuk Ayam Bakar Kalasan XYZ dalam meningkatkan penjualan menggunakan strategi produk dan strategi harga. Gambar 18 merupakan implementasi strategi produk yang berupa katalog produk. Katalog produk berisi berbagai jenis produk yang dijual disertai dengan penjelasan mengenai produk tersebut.



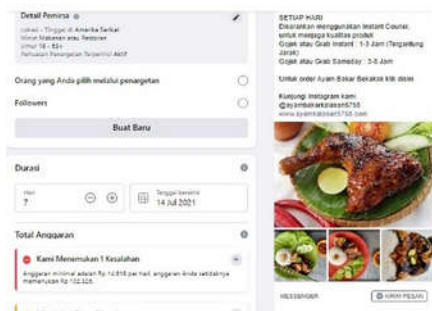
Gambar 18: Katalog Produk

Gambar 19 merupakan implementasi strategi harga yang berupa kupon dan diskon. Pemberian kupon dan diskon tersebut memiliki batas waktu dan dapat diterapkan pada saat melakukan Checkout.



Gambar 19 : Strategi Price memberikan Diskon

Gambar 20 merupakan implementasi strategi harga yang berupa diskon. Pemberian kupon dan diskon tersebut memiliki batas waktu dan dapat diterapkan pada saat melakukan Checkout.



Gambar 20 : Strategi Price memberikan Diskon

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian berupa analisis dan perancangan model E-Commerce pada Ayam Bakar Kalasan XYZ, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : dengan dibuatnya aplikasi E-commerce, maka diharapkan dapat membantu untuk mempromosikan produk sehingga pelanggan baru bertambah, dengan adanya fitur pengiriman produk, maka mempermudah admin maupun pelanggan mengetahui status pesanan sudah dalam pengiriman atau belum.

Dengan adanya fitur invoice pembelian, maka mempermudah admin dalam mengetahui informasi pembukuan, penjualan, dengan adanya laporan pembayaran, maka mempermudah admin untuk mengetahui transaksi yang telah dilakukan oleh pelanggan, serta dapat melihat informasi pendapatan yang diperoleh.

V. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. G. Khan, "Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy," *Glob. J. Manag. Bus. Res. Econ. Commer.*, vol. 16(1), 2016.
- [2] D. A. Rizaldi, Taufiq., Arief P, Hermawan dan Tyagita, "Penerapan E-Commerce Berbasis SWO dan CMS Sebagai Solusi Pemasaran dan Manajemen Pada Industri Kreatif Bidang Robotika," in *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat dan Penelitian Pranata Laboratorium Pendidikan Politeknik Negeri Jember Tahun 2019, 2019.*
- [3] A. dan P. Sutanto, Felix Andreas., Supriyanto, "Penerapan E-Commerce Berbasis CMS dan SEO Untuk Toko Online UMKM," *J. ABDIMAS*, vol. 19(2), 2015.
- [4] A. U. Riandika, Dedi dan Hamdani, "Implementasi E-Commerce Dengan Teknik SEO dan Strategi Marketing 4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Aksesoris Motor Pada XYZ Motoshop," *J. Media Inform. Budidarma.*, vol. 4(3), 2020.
- [5] M. Pratomo, Adi., Najwaini, Effan., Irawan, Agus dan Risa, "Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Nida Sasirangan," *J. IMPACT (Implementation Action)*, vol. 1(1), 2018.
- [6] A. Himawan, Arisantoso, dan Saefullah, "Search Engine Optimization (SEO) Menggunakan Metode White Hat SEO Untuk Meningkatkan Peringkat dan Trafik Kunjungan Website," in *Prosiding SNATIF-4 tahun 2017, 2017.*
- [7] S. Anggara, *NoMetode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- [8] Sarwandi, *Toko Online Modern Dengan Opencart*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016.
- [9] R. Abdullah, *Trik Mudah Membuat CMS Website dari Nol*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2016.
- [10] R. Indiany, N dan Indriyani, "Analisis Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada UD. Mogajaya Surabaya," vol. 5(2), 2017.
- [11] D. A. Pramujaya, A.Vandy dan Kurniawai, "Analisis Penyebab Kegagalan Packer Machine Pada Bag Transfer System Dengan Menggunakan Metode Fault Tree Analysis (FTA), Failure Mode And Effect Analysis (FMEA), dan Fishbone Analysis," 2019.
- [12] S. Mulyani, *Metode Analisis dan Perancangan Sistem*. Bandung: Abdi Sistemika, 2016.

- [13] J. Nofriyadi, "Sequence Diagram Sebagai Perkakas Perancangan Antarmuka Pemakai," 2014.
- [14] J. Venkat, N., Gudivada, Rao, D. dan Pari, "No Title," the IEEE Computer Society, 2015.
- [15] S. Assauri, Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press, 2013.