

# Desain E-Commerce Wahib Collection Dengan Business Model Canvas Untuk Meningkatkan Penjualan

Seftifin Ratna Manda<sup>1\*</sup>, Atik Ariesta<sup>2</sup>, Deni Mahdiana<sup>3</sup>, Lauw Li Hin<sup>4</sup>, Ratna Kusumawardani<sup>5</sup>

<sup>1,3,4,5</sup>Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Teknologi Informasi, Manajemen Informatika, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia  
Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, 12260. DKI Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>s.ratnamanda98@gmail.com, <sup>2</sup>atik.ariesta@budiluhur.ac.id, <sup>3</sup>deni.mahdiana@budiluhur.ac.id,

<sup>4</sup>lauw.lihin@budiluhur.ac.id, <sup>5</sup>ratna.kusumawardani@budiluhur.ac.id

(\*: corresponding author)

*Abstrak*— Perkembangan teknologi sekarang sangatlah pesat, salah satunya adalah *internet*. *Internet* menjadi topik utama dikalangan masyarakat sekarang, dengan adanya *internet* orang-orang mampu melakukan berbagai aktivitas seperti jual beli barang secara *online*. Jaman sekarang jual beli sangat mudah dengan adanya model bisnis yang sangat populer yakni *e-commerce* jadi pelanggan tidak harus datang ke toko untuk transaksi pembelian. Toko Wahib Collection merupakan toko yang bergerak dibidang penjualan pakaian. Produk yang dijual berbagai macam pakaian seperti daster, pakaian wanita, kaos, celana, jaket. Toko Wahib Collection berdiri sejak tahun 2000 usaha milik keluarga dan diturunkan pada anak-anaknya. Toko Wahib Collection terdapat permasalahan yakni toko Wahib Collection memasarkan produknya hanya membuka lapak toko di pasar saja dengan jangkauan pemasaran hanya di sekitar toko, pencatatan pada toko masih dilakukan secara manual sehingga pencatatan tidak sesuai, terjadi penurunan penjualan dikarenakan pandemi Covid-19 menerapkan *social distancing* dan orang-orang harus menaati protokol kesehatan dan menghindari kerumunan sehingga pasar menjadi sepi. Hal inilah yang menjadi latar belakang untuk memanfaatkan *e-commerce* sebagai *platform* penjualan dan pembelian secara *online*. Tujuan dari penelitian ini adalah agar jangkauan pemasaran semakin luas, pencatatan data akan tersimpan dengan baik pada *website*, dan penjualan dapat dilakukan secara *online*. Adapun metodologi yang digunakan yaitu wawancara, Analisis dokumen dan studi literatur dengan pengembangan sistemnya menggunakan *Rapid Application Development* (RAD). sehingga terbentuknya suatu sistem informasi penjualan menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress. *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk menentukan model bisnis yang diusulkan berdasarkan model bisnis yang sedang berjalan. Hasil penelitian ini pelanggan dapat melakukan pembelian secara *online* dengan menggunakan *website* tidak harus datang ke toko dan pencatatan pada toko sudah terkomputerisasi.

*Kata Kunci*— *E-commerce*, *Content Management System* (CMS), *Sistem Informasi*, *Rapid Application Development* (RAD), *Business Model Canvas* (BMC)

*Abstract*— *Technological developments are now very rapid, one of which is the internet. The internet is the main topic in today's society, with the internet people are able to carry out various activities such*

*as buying and selling goods online. Nowadays buying and selling are very easy with a viral business model, namely e-commerce, so customers don't have to come to the store to make a purchase transaction. Wahib Collection store is a store engaged in the sale of clothing. Products sold are various kinds of clothing such as negligees, women's clothing, t-shirts, pants, and jackets. The Wahib Collection store was founded in 2000 and is a family-owned business that has been passed down to their children. The Wahib Collection store has a problem, namely the Wahib Collection store markets its products only by opening store stalls in the market with marketing coverage only around the store, recording at the store is still done manually so the recording is not appropriate, there has been a decline in sales due to the Covid-19 pandemic implementing social distancing and people must comply with health protocols and avoid crowds so that the market is quiet. This is the background for utilizing e-commerce as a platform for selling and buying online. The purpose of this research is to make marketing reach wider, data recording will be stored correctly on the website, and sales can be made online. The methodology used is interviews, document analysis, and literature studies with the development of the system using Rapid Application Development (RAD). so that a sales information system is formed using the WordPress Content Management System (CMS). The Business Model Canvas (BMC) determines the proposed business model based on the current business model. The results of this study, customers can make purchases online using the website, they don't have to come to the store and the store records are computerized.*

*Keyword*— *E-commerce*, *Content Management System* (CMS), *Sistem Informasi*, *Rapid Application Development* (RAD), *Business Model Canvas* (BMC)

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada masa ini sangatlah pesat, salah satunya adalah *internet*. *Internet* sangatlah berpengaruh pada kehidupan jaman sekarang ini. Bahkan sekarang hampir semua aktivitas dapat dilakukan dengan menggunakan *internet* misalnya jual-beli barang, pembeli tidak harus datang ke toko untuk membeli barang, cukup dirumah saja memilih produk dan langsung bisa diantarkan. *Internet* sukses membawa perubahan bagi masyarakat dalam berbagai aspek dalam

kehidupan sehari-hari. Aktivitas menggunakan *internet* ini membentuk gaya hidup *online* pada masyarakat. Perdagangan elektronik atau *e-commerce* merupakan model bisnis dengan memungkinkan perusahaan-perusahaan dan individu perorangan dapat membeli dan berjualan barang melalui *internet* atau bisa disebut dengan *online* [1]. *E-commerce* merupakan segala bentuk aktivitas penjualan dan pembelian yang dilakukan secara *online* [2]. Kelebihan *e-commerce*: aliran pendapat lebih menjanjikan, pangsa pasar membentuk strategi penjualan, pengeluaran biaya operasional yang digunakan sedikit, jangkauan Pemasaran semakin luas. Kelemahan *e-commerce*: pencurian informasi, gangguan layanan, pembobolan *hacker*, individualisme meningkat [3].

Toko Wahib Collection merupakan toko yang bergerak dibidang penjualan pakaian. Produk yang dijual berbagai macam pakaian seperti daster, pakaian wanita, kaos, celana, jaket. Toko Wahib Collection berdiri sejak tahun 2000 usaha milik keluarga dan diturunkan pada anak-anaknya, dengan lokasi toko dikawasan Pasar Raya 2 blok AE 3- 4 Jl. Jendral Sudirman, Salatiga, Jawa Tengah. Tidak berselang lama saat Pasar Raya Salatiga baru dibuka untuk umum pada tahun 1998. Saat ini Toko Wahib Collection memasarkan produknya hanya dengan membuka lapak toko di pasar, sehingga pembeli yang berdatangan hanya disekitar toko saja. Pencatatan penjualan pada Toko Wahib *Collection* juga masih dilakukan secara manual dengan menggunakan buku besar, sehingga pencatatannya tidak sesuai dengan stok barang yang ada, pemilik toko maupun karyawan kesulitan untuk mengetahui stok barang dan sering terjadi kesalahan antara catatan dengan stok barang yang ada. Terlebih lagi setelah adanya pandemi Covid-19 yang mana harus mentaati protokol kesehatan seperti *social distancing* pasar menjadi sangat sepi, orang-orang yang awalnya senang berbelanja dipasar menjadi takut dan menghindari kerumunan, hal ini menyebabkan menurunnya penjualan pada Toko Wahib Collection.

Oleh karena itu Toko Wahib *Collection* membutuhkan sarana untuk pemasaran secara *online* dengan menggunakan *website* sebagai platform untuk bisa menunjang Pemasaran yang lebih luas sehingga masyarakat luas dapat membeli produk pada Toko Wahib Collection dengan mudah, serta sistem pencatatan yang sudah terkomputerisasi memudahkan pemilik toko dan karyawan untuk mengetahui stok barang.

## II. METODE PENELITIAN

### A. Tahapan Penelitian

Langkah-langkah tahapan penelitian pada Gambar 1 dimulai dari pengumpulan data fungsinya mengumpulkan data untuk bahan penelitian dengan metode wawancara, analisis dokumen dan studi literatur. selanjutnya Analisis masalah dan proses bisnis. Analisis masalah merupakan tahapan untuk mengetahui dimana terjadi masalah penelitian dan proses bisnis menjelaskan mengenai proses bisnis yang terjadi pada target penelitian. Kemudian ada pemodelan bisnis dimana pemodelan bisnis tersebut menentukan model bisnis yang akan diusulkan berdasarkan pada model bisnis yang terjadi sekarang dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Selanjutnya pengembangan sistem didalam pengembangan sistem terdapat

Analisis kebutuhan dan rancangan sistem. Analisis kebutuhan digunakan peneliti untuk membuat perangkat lunak yang dibutuhkan sedangkan rancangan sistem digunakan untuk tampilan rancangan perangkat lunak yang diinginkan. Terakhir ada implementasi yang dimaksud untuk menerapkan sistem perangkat lunak yang telah dibuat untuk menunjang penjualan



Gambar. 1 Langkah-Langkah Tahapan Penelitian

### B. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yakni: wawancara pada tahapan ini peneliti langsung melakukan wawancara dengan pemilik toko. wawancara dilakukan dengan tanya-jawab mengenai proses bisnis berjalan pada toko Wahib Collection. Analisis dokumen pada tahapan ini peneliti mendapatkan dokumen dari pemilik toko untuk bahan penunjang penelitian, dokumen yang didapat berupa nota penjualan, Laporan penjualan (catatan penjualan di buku). Studi Literatur pada tahapan ini peneliti mencari referensi dari jurnal, buku, ataupun artikel-artikel yang sesuai dengan topik yang diamati.

### C. Teknik Analisis Data

Pada Teknik analisis masalah menggunakan *fishbone* sebagai metode analisis masalah, *fishbone* digunakan untuk menganalisis sebab-sebab masalah atau kondisi yang Terjadi pada toko Wahib Collection. *Fishbone diagram* adalah teknik proses belajar dan mengajar yang tujuannya menentukan sebab akibat pada masalah yang terjadi [4].

### D. Teknik Analisis Bisnis

Pada teknik analisis bisnis ini menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang mana menggambarkan proses bisnis yang akan dipergunakan pada toko Wahib Collection. terdapat sembilan elemen yakni: *value proposition* berguna untuk mengetahui apa kelebihan yang dapat ditawarkan toko sehingga dapat menarik pelanggan untuk berbelanja ditoko Wahib Collection, *Customer Relationship* hubungan dengan konsumen berguna mengetahui bagaimana toko menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada pada toko Wahib Collection, *Customer Segments* digunakan untuk mengetahui target calon-calon pelanggan atau yang biasanya menjadi langganan untuk membeli produk ditoko Wahib Collection, *Channels* yang dimaksud media atau sarana

yang digunakan untuk memasarkan produk pada toko Wahib Collection, *Key Activies* ialah kegiatan atau aktivitas yang harus secara langsung berkaitan dengan *Value propositions* ditoko Wahib Collection, *Key Resource* yakni berisikan sumber daya, *key resource* terdapat empat kategori yakni Fisik, Intelektual, Sumber Daya Manusia (SDM), Keuangan. Kategori-kategori tersebut tergantung pada apa yang dibutuhkan toko Wahib Collection, *Key Partners* disini bermaksud untuk mendukung jalannya penjualan atau juga bisa dibilang Kerjasama untuk menciptakan siklus bisnis sesuai ekspektasi yang diharapkan pada toko Wahib Collection, *Cost Structure* yang dimaksud adalah segala biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan untuk menunjang Pemasaran pada toko Wahib Collection, *Revenue Streams* adalah sumber-sumber darimana saja yang menjadi pendapatan pada toko Wahib Collection. Hal ini memudahkan untuk menganalisis pemodelan bisnis yang sedang berjalan dan yang akan diusulkan. *Business Model Canvas* (BMC) sendiri dapat diartikan alat memvisualisasikan dari model bisnis yang akan diterapkan [5]

### E. Teknik Analisis Proses Bisnis

Teknik Analisis proses bisnis ini menggunakan *activity diagram* untuk merancang sistem usulan secara terstruktur berdasarkan hasil analisis sistem yang ada. *activity diagram* menggambarkan konsep aliran terstruktur yang dirancang dengan baik pada suatu sistem [6]. Terdapat beberapa *symbol* yang digunakan pada *activity diagram* penelitian ini seperti *start point*, *end point*, *activity*, *state transition*, *fork*, *join*, *note*, *swimline*.

### F. Teknik Perancangan Sistem Usulan

Teknik perancangan sistem usulan merupakan Teknik yang digunakan untuk memberikan usulan sesuai yang diinginkan. pada perancangan sistem usulan ini menggunakan *use case diagram*. *Use case diagram* adalah sekumpulan skenario yang dikerjakan oleh user untuk mencapai tujuan dari sistem [7].

### G. Prototype

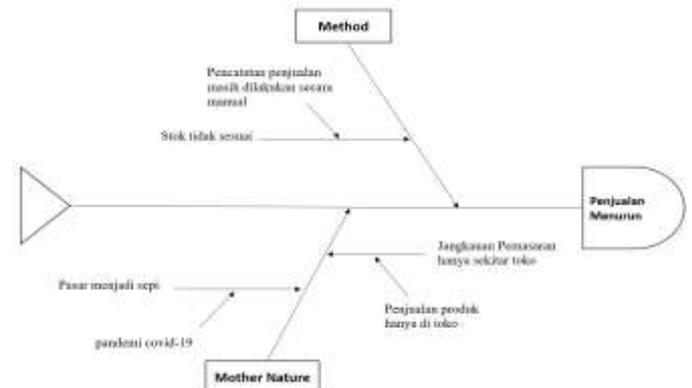
*Prototype* pada penelitian ini menggunakan *Content Management System (CMS)* Wordpress dan menggunakan *plugin woocommerce*. *Prototype* ditempatkan pada *hosting* dan terdapat nama *domain* untuk membuka *website*. Wordpress merupakan cms *open-source* ditulis dalam bahasa pemrograman dan basis data [8]. *Website* adalah kumpulan informasi dengan halaman *web* yang saling terhubung [9]. *Plugin woocommerce* merupakan *script* yang digunakan untuk menambah fungsional pada *wordpress* [10]. *Hosting* dapat dikatakan kantor yang menyimpan file-file, *domain* dapat dikatakan alamat kantor, Ketika ingin ke kantor harus menggunakan alamat kantor [11].

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Masalah

*Fishbone diagram* Gambar 2 terdapat beberapa kategori yakni *Method* dengan pencatatan penjualan masih manual sehingga stok barang tidak sesuai dengan catatan yang ada. Dan

*Mother Nature* dengan penjualan produk hanya ditoko sehingga jangkauannya pun hanya disekitar toko ditambah dengan pandemi Covid-19 pasar menjadi sepi. Yang mana ini menjelaskan permasalahan yang terjadi pada Toko Wahib Collection. Akibat utama yang ada pada permasalahan adalah penjualan menurun.



Gambar. 2 Fishbone Diagram Toko Wahib Collection

### B. Analisis Model Bisnis

Gambar 3 adalah *Business Model Canvas* (BMC) dari Toko Wahib Collection dengan berawal menentukan *value proposition* dan *customer segments*, kemudian dilanjut elemen luar lainnya yakni *customers Relationship*, *revenue stream* dan *channels*. Elemen dalamnya yakni *key partners*, *key activities*, *key resource*, dan *cost structure*.

<b>Key Partners :</b> 1. Supplier grosir pakaian 2. Bank 3. Kurir 4. Provider domain hosting	<b>Key Activities :</b> 1. Pembelian produk pakaian 2. Proses penjualan produk 3. Marketing 4. Customer service 5. Pembuatan Website  <b>Key Resources :</b> 1. Laptop 2. internet 3. Handphone 4. Pakaian 5. admin website 6. Toko 7. Peralatan packing 8. Hosting 9. Domain	<b>Value Propositions :</b> 1. Tersedia ukuran S, M, L, XL, Oversize 2. Menyediakan daster, pakaian wanita, kaos, celana dengan kualitas bagus, nyaman, adem 3. Mengikuti dan mengupdate style kekinian 4. Khusus pelanggan yang datang ketoko bisa mencoba baju 5. Transaksi bisa online 6. Informasi detail produk	<b>Customer Relationship :</b> 1. Diskon pembelian 2. Kupon 3. Broadcast (SMS/WhatsApps, produk baru, diskon, kupon) 4. Review  <b>Channels :</b> 1. Toko 2. Website E-commerce 3. Facebook 4. Instagram 5. WhatsApp	<b>Customer Segments :</b> 1. Ibu rumah tangga 2. Pria usia 17 tahun ke atas 3. Wanita usia 17 tahun ke atas 4. Komunitas ibu-ibu arisan
<b>Cost Structures :</b> 1. biaya pembelian produk (pakaian) 2. biaya gaji karyawan 3. biaya pulsa, paket data/kuota 4. biaya listrik 5. biaya packing/paket 6. biaya pengiriman 7. biaya sewa hosting domain		<b>Revenue Streams :</b> 1. Pendapatan dari penjualan pakaian pada toko Wahib Collection		

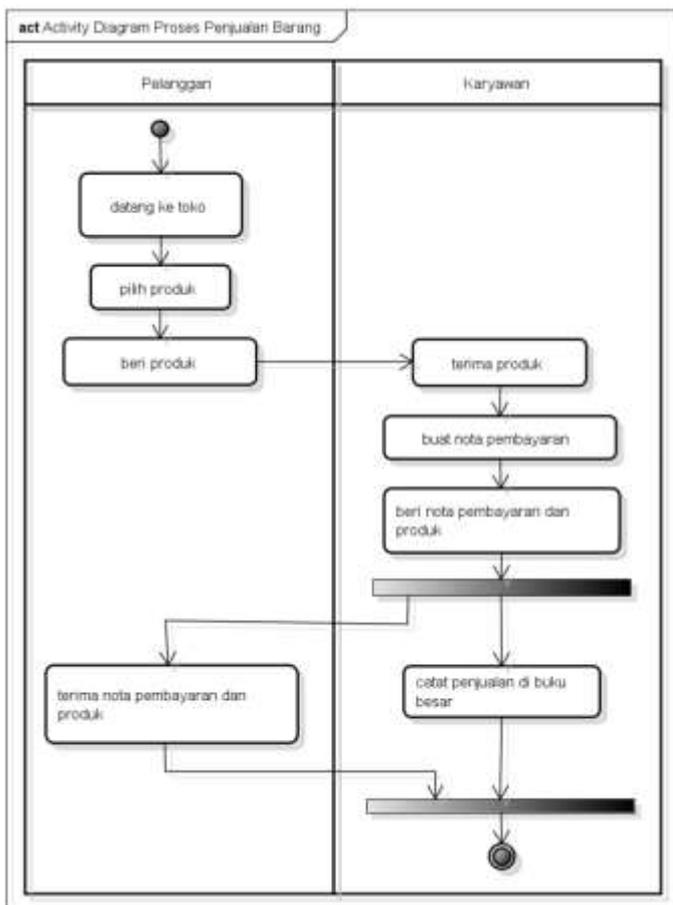
Gambar. 3 Business Model Canvas (BMC) Toko Wahib Collection

*Customer Segment* ditargetkan kepada ibu rumah tangga, pria usia 17 tahun ke atas, Wanita usia 17 tahun ke atas, komunitas ibu-ibu arisan. *Customer Relationships* diisi dengan diskon pembelian, kupon, *broadcast* (SMS, *WhatsApps*: produk baru, diskon, kupon), *Review*. *Value Propositions* diisi dengan apa yang ditawarkan toko untuk pelanggan seperti tersedia ukuran, menyediakan berbagai macam pakaian, selalu meng-*update style* kekinian, khusus pelanggan yang datang ke toko bisa mencoba baju, transaksi bisa *online*, informasi *detail* produk. *Channels* terdapat toko, *website e-commerce*, *website*, *facebook*, *Instagram*, *whatsapp*s. *Key Activies* diisi pembelian produk, proses penjualan produk, *marketing*, *customer service*, pembuatan *website*. *Key Resource* terdapat *laptop*, *internet*, *handphone*, pakaian, *admin website*, toko, peralatan *packing*, *hosting*, *domain*. *Key Partners* diisi *supplier grosir* pakaian,

bank, kurir, *provider domain* dan *hosting*. *Cost Structures* terdapat biaya-biaya yang diperlukan dalam toko Wahib Collection, terakhir ada *Revenue Streams* pendapatan penjualan pada toko Wahib Collection. Dengan adanya BMC peneliti dapat menentukan pemodelan bisnis dimana pemodelan bisnis tersebut menentukan model bisnis yang akan diusulkan berdasarkan pada model bisnis yang terjadi sekarang.

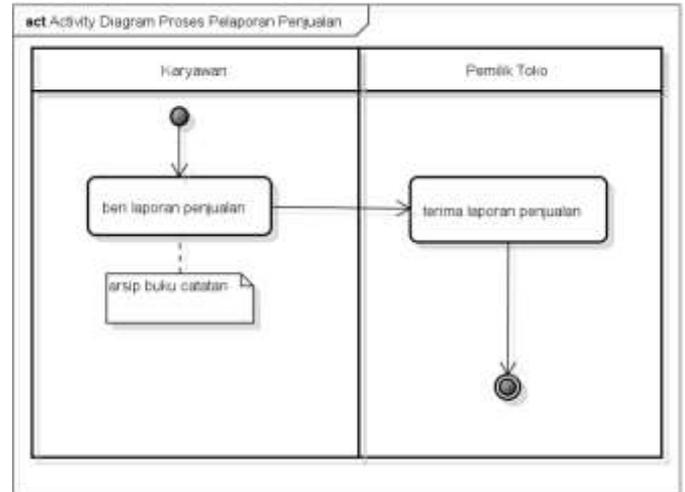
C. Analisis Proses Bisnis

Gambar 4 adalah *activity diagram* proses penjualan barang. Pelanggan datang ke Toko Wahib Collection untuk melakukan pembelian, kemudian pelanggan memilih produk dan menentukan produk yang akan dibeli, Setelah itu pelanggan menuju ke kasir membawa produk yang telah dipilih untuk melakukan pembayaran selanjutnya karyawan membuat nota dan memberikan produk yang telah dibayar kepada pelanggan dan pelanggan menerima produk yang telah dibeli, kemudian karyawan mencatat produk pembelian secara manual.



Gambar. 4 Activity diagram Proses Penjualan Barang

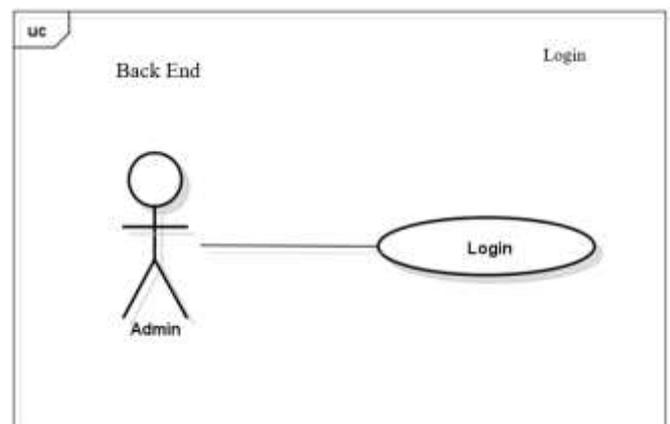
Gambar 5 adalah *activity diagram* proses pelaporan penjualan. Karyawan mencatat produk yang terjual secara manual dibuku kemudian laporan (arsip buku laporan) tersebut akan diberikan kepada pemilik tokonya setiap hari dan hasilnya akan diambil pemilik toko setiap hari.



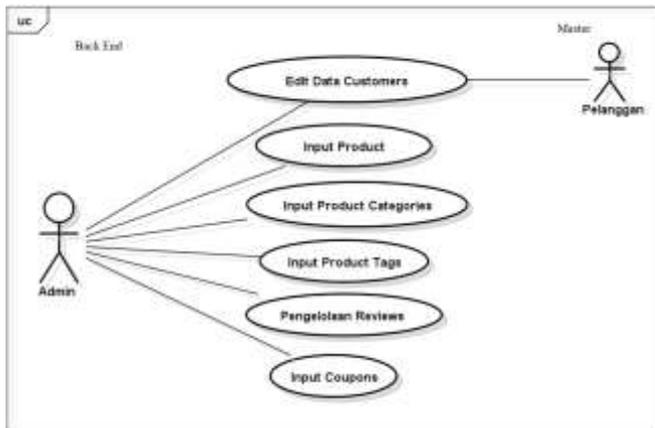
Gambar. 5 Activity diagram Proses Pelaporan Penjualan

D. Perancangan Sistem Usulan

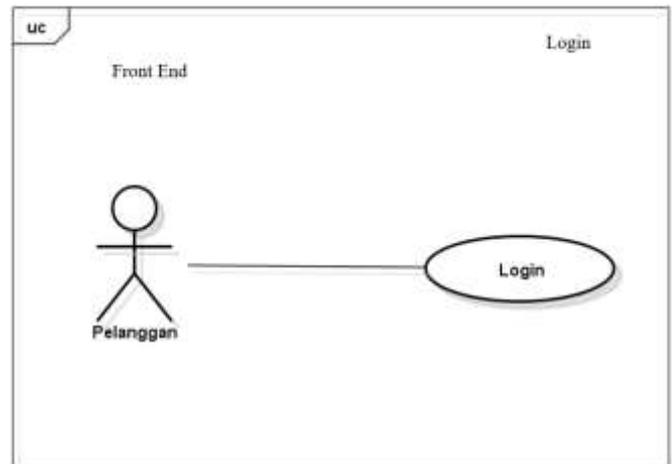
1) Sistem Usulan: *Use case diagram* yang dimaksud dalam sistem usulan adalah interaksi ataupun aktivitas yang dilakukan oleh aktor untuk berinteraksi dengan sistem. terdapat sisi Admin (*back end*) dan sisi Pelanggan (*front end*). Gambar 6 adalah *use case diagram back end login* ini menggambarkan aktornya yakni Admin akan melakukan *login* ke sistem. Gambar 7 *use case diagram back end master* ini menggambarkan aktornya yakni admin melakukan sejumlah kegiatan seperti *edit data customers*, *input product*, *input product categories*, *input product tags*, pengelolaan *reviews*, *input coupon*. Untuk *edit data customers* karena berhubungan dengan pelanggan maka dihubungkan dengan aktor pelanggan. Gambar 8 *use case diagram back end Transaksi* ini menggambarkan aktor yakni admin melakukan kegiatan *atur status order* untuk orderan pelanggan. Gambar 9 *use case diagram back end Laporan* ini admin melakukan kegiatan yakni mencetak laporan *order*, Laporan *stock product*, Laporan *shipping*, Laporan *coupons*, Laporan *top product* kemudian diberikan kepada pemilik toko.



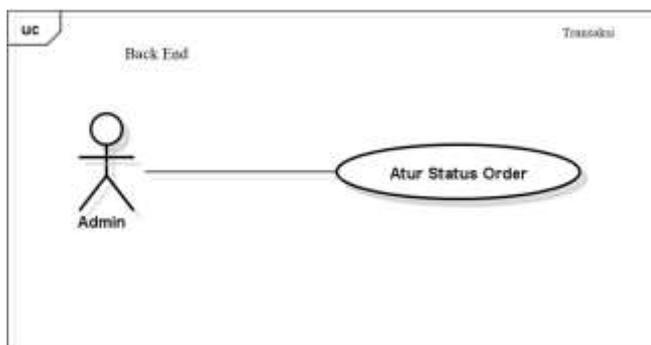
Gambar. 6 Use Case Diagram Back-End Login



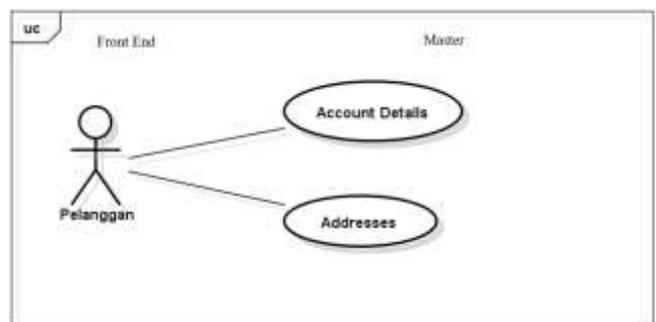
Gambar. 7 Use Case Diagram Back-End Master



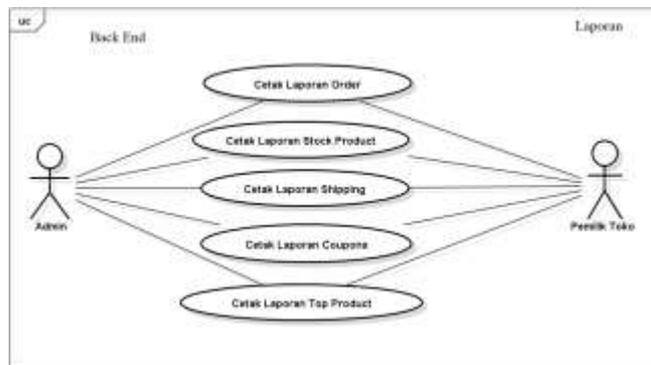
Gambar. 10 Use Case Diagram Front-End Login



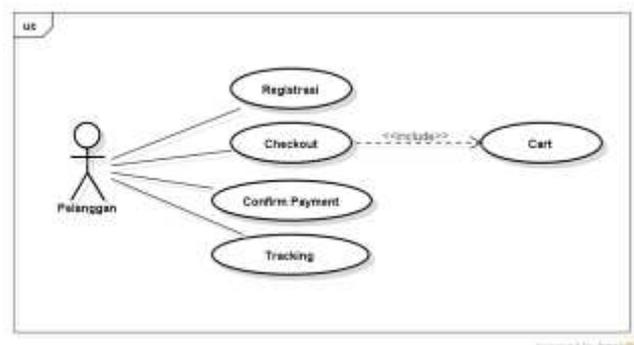
Gambar. 8 Use Case Diagram Back-End Transaksi



Gambar. 11 Use Case Diagram Front-End Master



Gambar. 9 Use Case Diagram Back-End Laporan

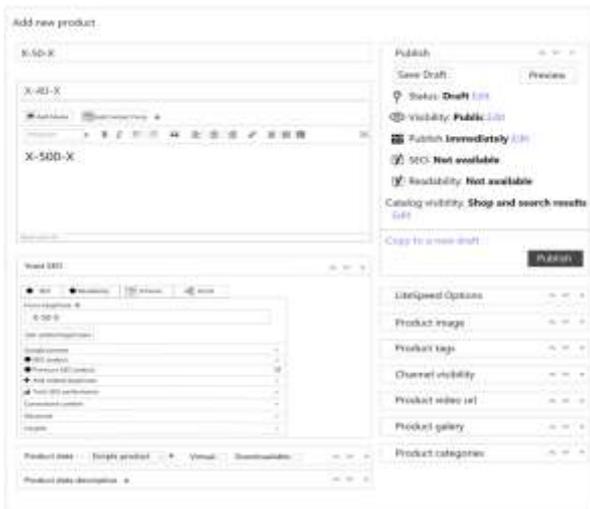


Gambar. 12 Use Case Diagram Front-End Transaksi

Gambar 10 *use case diagram front end login* ini menggambarkan aktor yakni pelanggan melakukan *login* untuk bisa melakukan Transaksi. Gambar 11 *use case diagram front end master*. Pada *use case diagram* ini menggambarkan aktor yakni pelanggan melakukan kegiatan mengisi *account details* dan mengisi *addresses* sebelum melakukan transaksi. Gambar 12 *use case diagram front end transaksi*. Pada *use case diagram* ini pelanggan melakukan registrasi, *checkout* yang termasuk dengan *cart*, melakukan *confirm payment*, dan mengecek *tracking*.

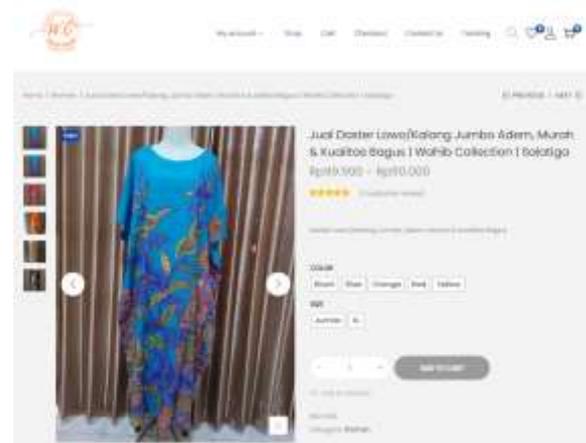
2) Desain *Prototype*: Gambar 13 rancangan layar input product yang diisikan dengan karyawan mengisi mengenai data product pada sistem. Gambar 14 rancangan layar *cart*. Pada tampilan *cart* ini pelanggan dapat mengetahui produk yang ingin dibelinya, pelanggan juga dapat menambahkan *coupon code*, dan juga memilih metode pengirimannya. kemudian jika sudah semua klik *proceed to checkout*.

Gambar 15 rancangan layar *Checkout*. Pada tampilan *checkout* ini disediakan lagi untuk mengisi *coupon* namun jika sudah diisi pada *cart* ditampilkan *checkout* ini tidak perlu diisikan lagi. Kemudian pelanggan diminta untuk meninjau lagi data diri dengan menampilkan data diri. Setelah itu jika sudah benar mengenai data diri pelanggan klik *place order*.



Gambar. 13 Rancangan Layar *Input Product*

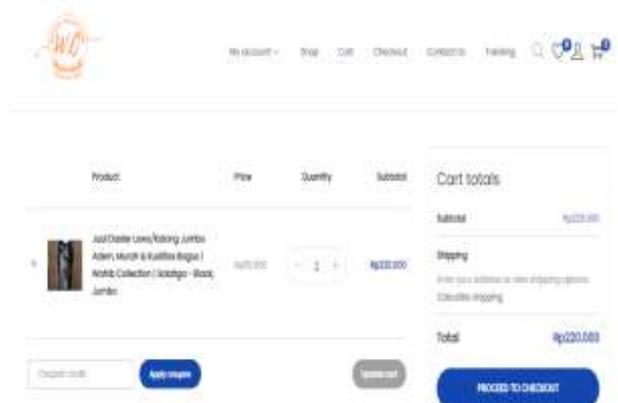
untuk *detail product*. Gambar 17 tampilan layar *Cart* merupakan tampilan sisi *front end* untuk melihat *cart* atau keranjang belanja.



Gambar. 16 Tampilan Layar *Product*



Gambar. 14 Rancangan Layar *Cart*

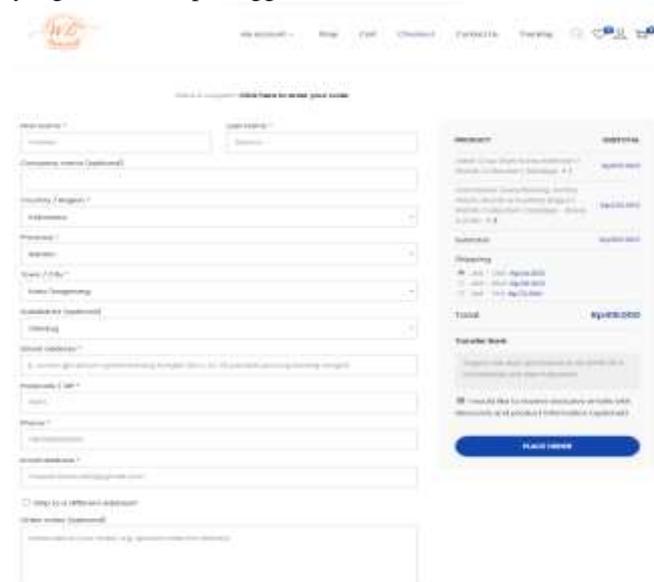


Gambar. 17 Tampilan Layar *Cart*

Gambar 18 tampilan layar *Checkout* adalah tampilan layar sisi *front end* untuk melakukan Transaksi *checkout* pada produk yang dibeli oleh pelanggan.



Gambar. 15 Rancangan Layar *Checkout*



Gambar. 18 Tampilan Layar *Checkout*

### E. Prototype

Prototype yang dibuat menggunakan *Content Management System (CMS) Wordpress* dengan *plugin woocommerce*. prototype ditempatkan pada *hosting* dan terdapat nama *domain* yang dapat diakses untuk membuka *website*. Gambar 16 tampilan layar *Product* merupakan tampilan sisi *front end*

#### IV. KESIMPULAN

Setelah mempelajari beberapa permasalahan yang dihadapi dan juga solusi pemecahannya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan seperti di bawah ini:

1) Jangkauan pemasaran menjadi semakin luas karena telah melakukan Pemasaran digital menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *facebook*, dan *website* yang sudah teroptimasi.

2) Pencatatan data akan tersimpan dengan baik pada *website* sehingga laporan penjualan dapat dengan mudah diketahui stok barang yang masih ada tanpa harus ragu stok dan barang berbeda.

Penjualan dapat dilakukan secara *online* menggunakan sistem e-commerce. Sehingga pelanggan dapat melakukan pembelian produk dimanapun dan kapanpun tanpa harus datang ke toko.

#### REFERENSI

- [1] M. Idris, "Pengertian E-commerce dan Bedanya dengan Marketplace," *KOMPAS.COM*, 2022.
- [2] M. Yusuf dan N. Ifada, *E-Commerce : Konsep Dan Teknologi*. Malang: Media Nusa Creative, 2021.
- [3] R. R. Rerung, *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Sleman, Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018.
- [4] C. E. Widyahening, "Penggunaan Teknik Pembelajaran *Fishbone diagram* Dalam Meningkatkan Keterampilan Membaca Siswa," *J. Komun. Pendidik.*, vol. 2, no. 1, hal. 11, 2018, doi: 10.32585/jkp.v2i1.59.
- [5] A. Wulandary, F. R. A. Mursalat, A. T. Darhyati, dan Masitah, *Business Model Canvas Implementasi Terhadap Industri Rumahan Produk Virgin Coconut Oil (VCO)*. Kota Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA, 2020.
- [6] M. Nazir, S. F. Putri, dan D. Malik, "Perancangan Aplikasi E-VOTING Menggunakan Diagram UML (Unified Modelling Language)," *J. Ilm. Komput. Terap. dan Inf.*, vol. 1, no. 1, hal. 5–9, 2022.
- [7] L. Setiyani, "Desain Sistem : *Use case diagram* Pendahuluan," *Pros. Semin. Nas. Inov. Adopsi Teknol. 2021*, no. September, hal. 246–260, 2021.
- [8] J. Iliadi, *Mudah berbisnis online dengan WordPress dan WooCommerce*. Guepedia, 2022.
- [9] I. Rochmawati, "Analisis User InteRochmawati, I. (2019). Analisis User Interface Situs Web *iwearup.com*. *Visualita*, 7(2), 14. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/visualita/article/download/1459/1006>face Situs Web *iwearup.com*," *Visualita*, vol. 7, no. 2, hal. 14, 2019.
- [10] Y. Sugiono, *Panduan Membuat Plugin WordPress*. Jakarta: PT elex media komputindo, jakarta, 2017.
- [11] S. Rahman, *Cara Mudah Menghasilkan Website Terbaik untuk Usaha Online*. Jakarta: PT elex media komputindo, jakarta, 2018.