
RANCANG BANGUN WEBSITE *E-COMMERCE* BERBASIS WORDPRESS PADA UMKM A.I SWEET KOTA BALIKPAPAN

Nur Sahira Bahar¹, Muhammad Riansyah², Annisa Hestiningtyas³, Aditya Pratama⁴

Program Studi S1 Terapan Bisnis Digital, Politeknik Nusantara Balikpapan^{1,2,3,4}
sahirara2404@gmail.com¹, muhammadrriansyahmuhammad@gmail.com²,
annisahestiningtyas@poltara.ac.id³, adityapratama@poltara.ac.id⁴

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan *website e-commerce* berbasis WordPress bagi A.I. Sweet, sebuah UMKM yang menawarkan produk kue pancong lumer dan kue cubit, guna mengatasi keterbatasan akses pasar dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Menggunakan pendekatan metode *waterfall*, penelitian ini mencakup tahapan analisis kebutuhan, perancangan, pembuatan, pengujian, dan pengoperasian website. Hasilnya menunjukkan bahwa platform WordPress, dengan fitur manajemen produk, integrasi SEO, dan kemudahan penggunaan, dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperluas jangkauan pasar. Website yang dirancang memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses katalog produk, melakukan pemesanan, dan melacak pengiriman secara *real-time*, sehingga menciptakan pengalaman belanja yang lebih nyaman. Penelitian ini juga memberikan panduan bagi UMKM lainnya untuk memanfaatkan teknologi *digital* sebagai strategi dalam menghadapi persaingan di era modern.

Kata Kunci: UMKM, *E-Commerce*, Teknologi, *Business Model Canvas* (BMC), WordPress.

PENDAHULUAN

Di zaman modern ini, manusia tidak bisa terpisah dari teknologi. Teknologi telah menjadi elemen penting yang berdampak besar pada berbagai aktivitas dan perilaku masyarakat. Sebagai hasilnya, cara berinteraksi dan berhubungan antar individu juga mengalami perubahan yang dipicu oleh kemajuan teknologi. Saat ini, internet sering dimanfaatkan sebagai sarana alternatif untuk menjalankan usaha atau bisnis. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Smith (2018) yang dipublikasikan dalam jurnal "*The Impact of Technology on Business Efficiency*," ditemukan bahwa teknologi informasi memiliki peranan krusial dalam meningkatkan efisiensi bisnis. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi dapat mempercepat proses operasional serta meningkatkan produktivitas, yang pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap kinerja bisnis secara keseluruhan. Integrasi teknologi pada platform *e-commerce* tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan kecepatan transaksi. (Ardhana et al., 2024).

Bisnis makanan seperti kue cubit dan pancong lumer, seperti AI Sweet, menghadapi berbagai tantangan dalam mengimplementasikan solusi berbasis teknologi. Banyak pemilik bisnis kesulitan dalam pemasaran *digital*, sistem pemesanan online, dan manajemen inventaris, yang dapat menghambat pertumbuhan. Selain itu, pelayanan pelanggan yang kurang efisien dan ketidakmampuan untuk menganalisis data penjualan juga menjadi kendala. Investasi awal dalam infrastruktur teknologi bisa menjadi beban, sementara persaingan yang ketat memerlukan inovasi berkelanjutan. Mengatasi masalah ini dengan strategi yang tepat dapat membantu AI Sweet bersaing dan berkembang di pasar. Keterbatasan aksesibilitas informasi mengenai produk dan kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas menjadi masalah yang signifikan.

Pengembangan *website* mandiri bagi A.I.Sweet akan mempermudah konsumen dalam mengakses katalog produk dengan lebih terfokus dan jelas. Selain itu, pengelolaan website secara mandiri memungkinkan pemasaran dan pengenalan produk yang lebih terarah, sehingga target konsumen dapat dijangkau dengan lebih optimal. Kondisi ini serupa dengan hasil penelitian (Barkah dan Wasiyanti, 2018), yang membahas sistem informasi penjualan berbasis web pada Project Distro di Depok. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa aplikasi web yang dikembangkan dapat membantu pemilik usaha dalam menyampaikan informasi produk kepada publik dan mengoptimalkan pengelolaan data penjualan. Dengan keberadaan website, konsumen A.I.Sweet dapat dengan mudah memperoleh informasi terbaru mengenai produk, serta melakukan pemesanan dan pembelian online tanpa harus datang langsung ke toko, sehingga meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan kenyamanan lebih bagi pelanggan. Penggunaan website dan aplikasi mobile telah menjadi faktor penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan di tingkat global. Dengan bantuan teknologi digital ini, perusahaan dapat lebih mudah menjangkau pasar internasional, mempercepat proses distribusi produk mereka, dan meningkatkan kualitas interaksi dengan konsumen melalui komunikasi yang berlangsung secara real-time. (Hestiningtyas, A., Wardhono, W. S., & Arwani, I., 2020).

Menurut Turban et al. (2020) dalam buku *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*, platform *e-commerce* menawarkan solusi strategis bagi UMKM untuk mengatasi berbagai keterbatasan, terutama hambatan geografis. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan kehadiran fisik di lokasi tertentu, sehingga meningkatkan skala bisnis secara signifikan. Selain itu, *e-commerce* memungkinkan visibilitas produk yang lebih tinggi melalui katalog digital yang informatif dan menarik, yang dapat diakses kapan saja oleh konsumen. Pentingnya data pelanggan yang dikumpulkan melalui platform ini, yang dapat dianalisis untuk memahami pola pembelian, preferensi konsumen, dan tren pasar. Dengan data tersebut, UMKM dapat mengambil keputusan strategis yang lebih baik, seperti menyusun kampanye pemasaran yang efektif, mengelola inventaris, dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. (Pratama, A., Putri, R. A., & Salamsjah, S., 2024).

Chaffey (2021), dalam buku *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*, menekankan bahwa platform berbasis web memainkan peran penting dalam mendukung strategi pemasaran digital modern. Dengan memanfaatkan platform ini, perusahaan dapat mengelola konten secara terstruktur, menjalankan kampanye pemasaran yang terarah, dan mengintegrasikan berbagai media sosial untuk memperkuat interaksi dengan pelanggan. Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas merek, tetapi juga memungkinkan perusahaan membangun pengalaman pelanggan yang lebih personal dan efektif. Lebih lanjut, Chaffey menyoroti bahwa pendekatan ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen dengan cara menciptakan hubungan yang lebih dekat dan interaktif antara perusahaan dan pelanggannya, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

PrestaShop adalah platform CMS untuk *e-commerce* yang diperkenalkan pada tahun 2007 dengan *lisensi Open Software*. Dikenal karena fitur yang lengkap dan mudah digunakan, PrestaShop juga menyediakan modul gratis dari pengembang independen. Platform ini sangat cocok untuk bisnis kecil dan menengah, karena antarmuka yang ramah pengguna dan biaya yang terjangkau, memungkinkan mereka untuk menjalankan toko online dengan efektif. WordPress, sebagai salah satu sistem manajemen konten yang paling populer, menawarkan berbagai fitur dan fleksibilitas dalam desain yang memudahkan pengguna dalam membangun *website*. Dengan berbagai plugin yang tersedia, seperti *WooCommerce*, A.I. Sweet dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang menarik bagi pelanggan, termasuk fitur katalog produk, sistem pembayaran yang aman, dan integrasi dengan media sosial (S. Sukaris, W. Ghaly, N.E. Puspitasari, and A. Rohmatika, 2022).

WordPress dapat diartikan sebagai platform website bersifat *open source* yang sangat terkenal di kalangan sistem manajemen konten (CMS). Keunggulan utama dari WordPress adalah kemampuannya untuk membuat

website tanpa perlu pemahaman mendalam tentang bahasa pemrograman. Platform ini dilengkapi dengan berbagai plugin yang memungkinkan pengguna untuk mengkustomisasi fungsionalitas situs web mereka dengan mudah. Dengan begitu, WordPress memungkinkan pengembangan situs web yang fleksibel dan dapat diakses oleh pengguna dari berbagai tingkat keahlian teknis (Siregar et al., 2021).

Content Management System (CMS), merupakan alat yang memungkinkan pembuatan dan pengelolaan situs web dengan mudah. Fungsi utama CMS adalah mengelola, mengubah, dan mempublikasikan konten web tertentu. Dengan CMS, toko online atau situs web *e-commerce* dapat dibuat tanpa harus memulai dari awal atau meminta bantuan pengembang. Selain itu, CMS memungkinkan banyak pengguna bekerja sama untuk mengelola konten web. (N. Yuliani, A. Yuniyanto, and M. Marnis, 2022).

Penelitian ini membahas strategi memperluas pasar *A.I.Sweet* dengan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* yang diimplementasikan melalui *platform e-commerce* berbasis *Content Management System (CMS)*. Analisis BMC membantu merancang strategi bisnis yang sesuai, sementara SEO dioptimalkan untuk meningkatkan visibilitas produk agar dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan. Dalam pengembangan website, *Business Model Canvas (BMC)* digunakan untuk memastikan bahwa semua aspek penting dari model bisnis dari proposisi nilai hingga hubungan pelanggan secara efektif terintegrasi dalam desain website. Hal ini memungkinkan website tidak hanya menarik dari segi visual, tetapi juga fungsional dalam memenuhi tujuan bisnis. mesin (Ivani, K. A., Hestiningtyas, A., et al., 2024). Sistem *e-commerce* ini juga terintegrasi dengan layanan pengiriman maxim untuk pelacakan *real-time*, serta dilengkapi fitur laporan yang memfilter data berdasarkan status transaksi, memberi tim *A.I.Sweet* kendali lebih baik dalam memantau performa penjualan. Integrasi ini menunjukkan bagaimana sistem berbasis *e-commerce* dapat meningkatkan efisiensi dan pengalaman belanja pelanggan. (A. Nugroho and H. Irawan, 2021).

WordPress memiliki dua versi, yaitu WordPress.com dan WordPress.org, yang memiliki fungsi serupa tetapi dengan beberapa perbedaan penting. Pada WordPress.com, fitur seperti kontrol *cascading style sheet (CSS)* berbayar, akses templat dan kode utama terbatas, serta tidak memungkinkan instalasi plugin. Sementara itu, WordPress.org adalah platform *open-source* yang memberikan kontrol penuh atas tema, plugin, dan penyesuaian CSS, sehingga lebih fleksibel. Bagi *A.I.Sweet*, WordPress.org dapat menjadi pilihan yang lebih tepat untuk mengelola *website e-commerce* karena memungkinkan penyesuaian fitur dan tampilan sesuai kebutuhan bisnis serta strategi pemasaran mereka. (T. Esposit, 2017).

WooCommerce merupakan plugin *e-commerce* yang terintegrasi dengan *platform WordPress*, yang memungkinkan pemilik usaha, terutama UMKM, untuk dengan mudah membangun toko online yang fungsional. Plugin ini sangat *populer* karena memberikan fleksibilitas tinggi dalam pengelolaan toko, memungkinkan pengguna untuk menjual produk fisik maupun digital. WooCommerce menyediakan berbagai fitur canggih, seperti integrasi dengan berbagai metode pembayaran yang aman, pengelolaan inventaris produk, serta otomatisasi pengaturan pajak sesuai wilayah yang relevan. Selain itu, WooCommerce menawarkan berbagai ekstensi dan tema yang memungkinkan kustomisasi tampilan dan fungsionalitas toko, tanpa memerlukan keterampilan pengkodean yang mendalam. Hal ini menjadikan WooCommerce pilihan ideal bagi UMKM yang ingin memulai atau mengembangkan usaha online mereka dengan biaya yang terjangkau dan sistem yang mudah dioperasikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan WordPress sebagai *platform e-commerce* dalam membangun *website A.I.Sweet*, UMKM yang menawarkan produk kue pancong dan kue cubit. Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada bagaimana fitur-fitur WordPress, seperti manajemen produk, integrasi SEO, dan kemudahan penggunaannya, dapat mendukung *A.I.Sweet* dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pengalaman belanja pelanggan secara *online*. Melalui penelitian ini, diharapkan hasilnya dapat menjadi panduan bagi UMKM lainnya di Indonesia untuk memanfaatkan teknologi *digital* secara *optimal*, sehingga dapat membantu mendorong kemajuan UMKM lokal dalam menghadapi persaingan di pasar digital.

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat dirasakan oleh berbagai pihak. Bagi akademisi, penelitian ini akan menambah referensi tentang penerapan *platform e-commerce* berbasis WordPress pada UMKM di sektor kuliner, khususnya yang menjual produk makanan tradisional seperti kue pancong dan kue cubit. Bagi praktisi dan pelaku UMKM, penelitian ini memberikan wawasan praktis mengenai optimalisasi WordPress untuk mendukung pemasaran digital, meningkatkan visibilitas produk, dan memperluas jangkauan pasar. Di sisi lain, bagi masyarakat umum, penelitian ini membantu konsumen menemukan dan mengakses produk-produk A.I.Sweet melalui *website* yang informatif dan ramah pengguna, sehingga memperluas pilihan produk lokal dalam belanja online.

METODE

Berikut adalah penjelasan mengenai Komponen Utama Bab Metodologi untuk penelitian berjudul “Pengembangan *Website E-Commerce* Menggunakan WordPress dengan studi kasus A.I Sweet yaitu pancong lumer dan kue cubit” yang terdiri dari beberapa bagian penting seperti Pendekatan Penelitian, Populasi dan Sampel, Identifikasi Masalah, Pengumpulan Data, Analisis Model BMC, Tahapan Konfigurasi WordPress versi 6.2, Konfigurasi dan Implementasi E-commerce, serta Evaluasi E-commerce: Pendekatan Penelitian, Populasi dan Sampel, Identifikasi Masalah, Pengumpulan Data, Analisis Model BMC, Tahapan Konfigurasi WordPress versi 6.2, Konfigurasi dan Implementasi *E-commerce*, serta Evaluasi *E-commerce*:

1. Tahapan Penelitian

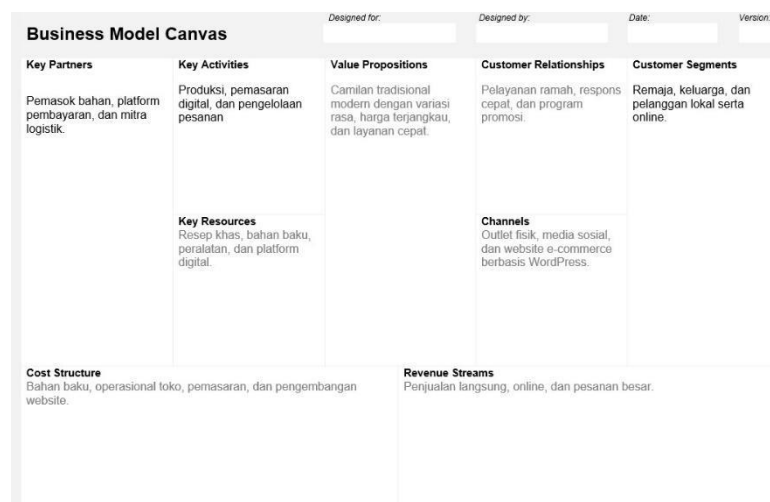
Tahapan penelitian ini mencakup pemilik dan pelanggan dari Bisnis A.I Sweet sebagai objek pengembangan *website e-commerce*. Teknik *purposive* sampling digunakan dengan memilih pemilik toko sebagai sumber informasi utama mengenai kebutuhan bisnis, sementara 5 pelanggan potensial dipilih untuk menguji fungsionalitas *website*, termasuk kemudahan navigasi, kecepatan akses, dan fitur transaksi. Data dari beberapa *website e-commerce* sejenis juga dijadikan referensi untuk memahami praktik terbaik dan fitur umum yang relevan. Dengan menggabungkan informasi dari pemilik, pelanggan, dan referensi *eksternal*, penelitian ini diharapkan menghasilkan *website* yang fungsional, *user-friendly*, dan mendukung perkembangan bisnis secara optimal.



Gambar 1. Diagram alir tentang proses penelitian

➤ Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, penelitian difokuskan pada identifikasi permasalahan bisnis yang dihadapi oleh Bisnis A.I Sweet. Permasalahan utama yang berhasil diidentifikasi adalah keterbatasan akses pasar, di mana jangkauan promosi produk masih terbatas pada konsumen lokal. Selain itu, kurangnya pemanfaatan teknologi digital juga menjadi kendala dalam memperluas jangkauan pemasaran, karena promosi produk secara *online* belum dilakukan secara optimal. Keterbatasan ini mengakibatkan potensi pasar yang lebih luas belum tergarap dengan maksimal, sehingga bisnis kurang mampu bersaing di era *digital*. Identifikasi permasalahan ini menjadi dasar bagi pengembangan website *e-commerce* yang diharapkan dapat membantu Bisnis A.I Sweet dalam meningkatkan akses pasar dan memanfaatkan teknologi digital untuk promosi produk secara lebih efektif.



Gambar 2. Business Model Canvas (BMC)

➤ Literatur Review

Tahapan *literatur review* dilakukan untuk mengumpulkan berbagai sumber referensi yang relevan dan dapat diandalkan untuk mendukung penelitian. Literatur ini menjadi acuan utama karena berisi data yang *valid* dan informasi yang dapat memperkaya kajian dalam penelitian ini. Proses ini membantu peneliti untuk memahami berbagai teori, konsep, dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti, sehingga memberikan dasar yang kuat bagi pembahasan lebih lanjut.

➤ Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh A.I. Sweet, serta untuk memberikan solusi yang tepat guna meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana teknologi *digital*, khususnya *platform e-commerce* berbasis WordPress, dapat digunakan untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempermudah proses pemasaran. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan prediksi solusi terkait pengembangan website yang efektif dan meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan.

➤ Pengumpulan Data

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data yang relevan untuk menjawab masalah penelitian melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemilik A.I. Sweet. Peneliti mengamati langsung proses operasional yang ada di toko, serta mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh pemilik dalam mengelola pemasaran dan penjualan. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai pengalaman pemilik dalam

menjalankan usaha, tantangan yang dihadapi, dan harapan mereka terhadap penerapan teknologi *digital* untuk perkembangan bisnis.

➤ **Pengelolaan Data**

Setelah data terkumpul melalui observasi dan wawancara, tahap berikutnya adalah mengelola data tersebut. Peneliti melakukan analisis terhadap data yang diperoleh untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh *valid* dan relevan. Proses pengelolaan data ini meliputi verifikasi dan pemilahan data yang dapat digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Analisis ini penting untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan dan bebas dari kesalahan atau bias yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

➤ **Hasil dan Pembahasan**

Pada tahap ini, peneliti menyajikan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian disajikan secara terperinci melalui deskripsi yang luas, yang mencakup temuan utama mengenai penggunaan teknologi *digital* untuk pengembangan *website* A.I. Sweet. Peneliti menjelaskan bagaimana implementasi platform WordPress dapat membantu A.I. Sweet dalam mengelola produk, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan pengalaman pelanggan melalui kemudahan berbelanja *online*. Pembahasan ini memberikan gambaran yang jelas mengenai solusi yang diterapkan dan dampaknya terhadap kinerja bisnis A.I. Sweet, serta rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut di masa depan.

2. Metode *Waterfall*

Metode *Waterfall* adalah pendekatan dalam pengembangan perangkat lunak yang mengutamakan urutan langkah-langkah yang jelas dan sistematis. Metode ini mengharuskan setiap fase pengembangan dilaksanakan secara berurutan dan terstruktur, sehingga setiap tahap harus diselesaikan sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya. Proses ini sering disebut sebagai "air terjun" karena setiap tahap mengalir secara berurutan dari satu tahap ke tahap lainnya, tanpa adanya tumpang tindih antara fase-fase tersebut. Dengan pendekatan ini, pengembangan sistem dilakukan secara sistematis mengikuti siklus yang telah ditentukan sebelumnya.



Gambar 3. Metode *Waterfall*

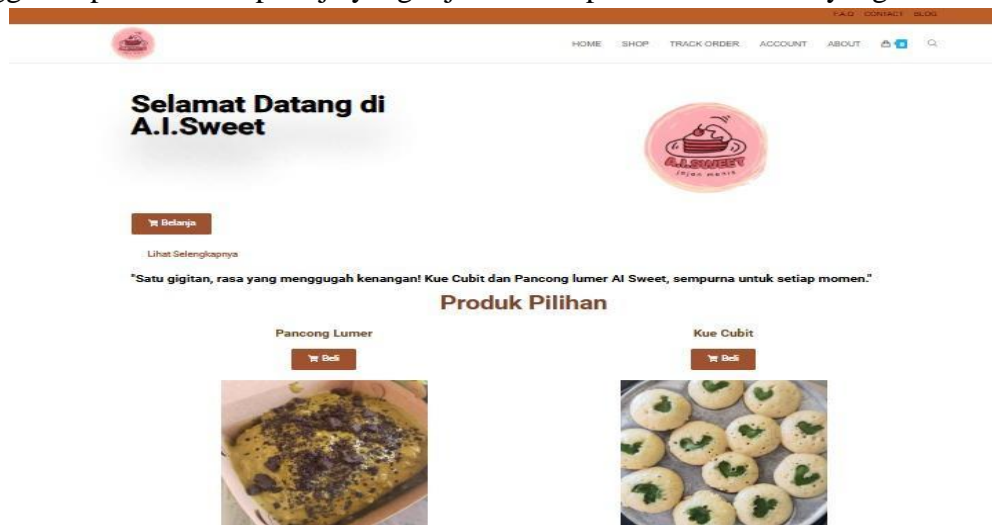
Metode *Waterfall* memiliki beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Kebutuhan:
Pada tahap ini, peneliti melakukan analisis terkait kebutuhan promosi produk secara *online* melalui *website*. Peneliti mengidentifikasi fitur-fitur yang diperlukan untuk mendukung strategi pemasaran *digital* A.I. Sweet dan memastikan kebutuhan bisnis dapat terpenuhi melalui *platform* yang akan dikembangkan.
2. Perancangan:
Peneliti membeli hosting dan domain, kemudian melakukan instalasi plugin pada WordPress untuk mulai merancang tampilan *website*. Tahapan ini juga mencakup pembuatan desain wireframe serta mockup antarmuka pengguna yang selaras dengan identitas merek A.I. Sweet.
3. Pembuatan:
Pada tahap ini, peneliti membangun website dengan menggunakan WordPress serta plugin yang telah diinstal sebelumnya. Proses pembuatan meliputi desain dan pengembangan fitur utama seperti katalog produk, sistem pembayaran, dan formulir pemesanan yang sesuai dengan kebutuhan bisnis.
4. Review:
Peneliti mengevaluasi desain dan fungsi *website* yang telah dibuat. Dalam tahap ini, dilakukan pengujian oleh pemilik A.I. Sweet dan beberapa pelanggan untuk mendapatkan masukan. *Feedback* yang diperoleh digunakan untuk memperbaiki kekurangan pada desain atau fitur *website* agar lebih optimal.
5. Pengoperasian:
Setelah tahap sebelumnya selesai, *website* diluncurkan secara resmi. Proses ini melibatkan migrasi *website* ke domain dan hosting yang sudah disiapkan, memberikan pelatihan operasional kepada pemilik usaha, serta melakukan pemantauan dan pembaruan secara berkala untuk memastikan *website* berfungsi dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tampilan Halaman *Home*

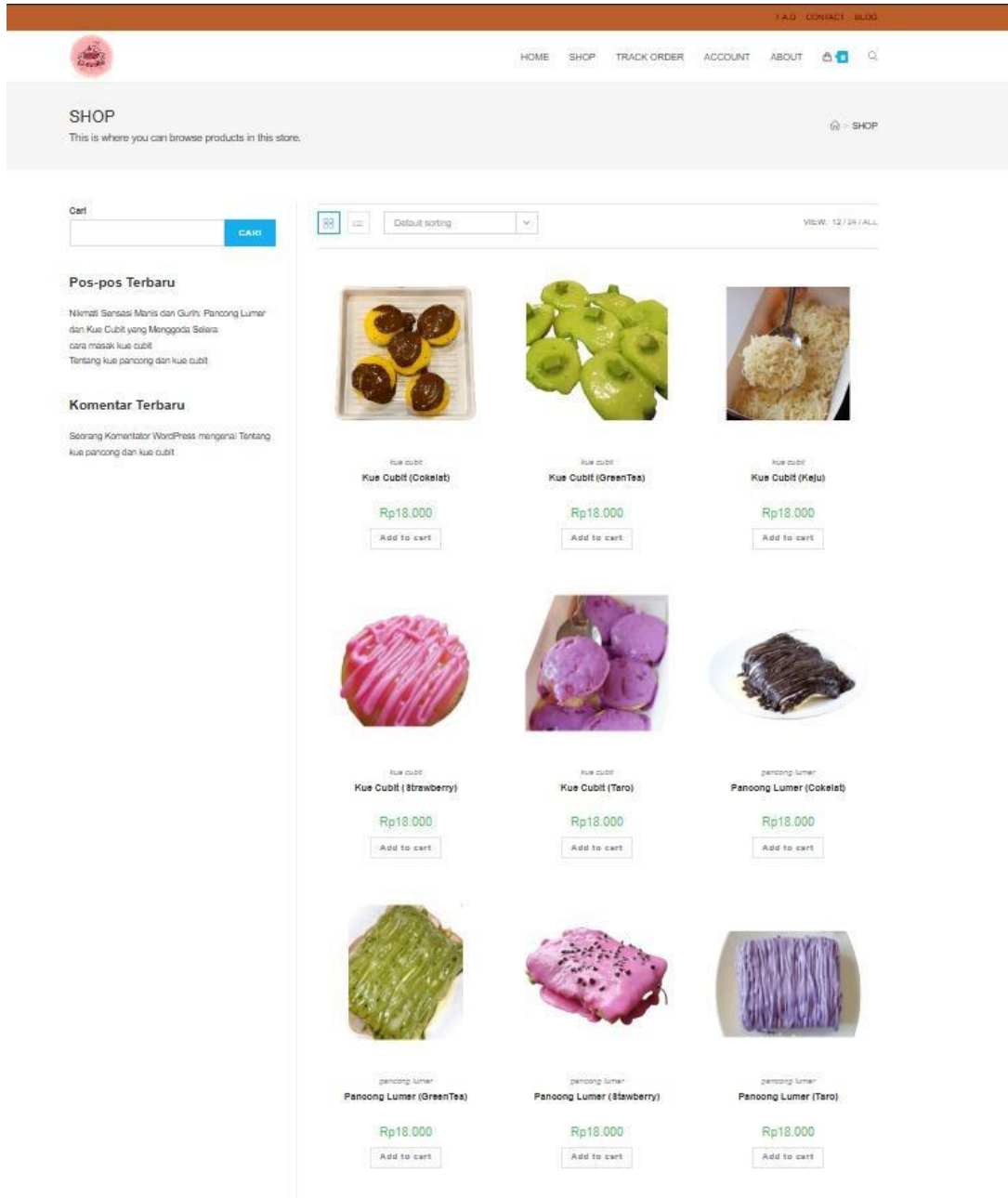
Disini pelanggan dapat melihat apa saja yang dijual dan dapat memilih menu yang ada di tampilan *home*.



Gambar 4. Tampilan Halaman *Home*

Tampilan Halaman Produk

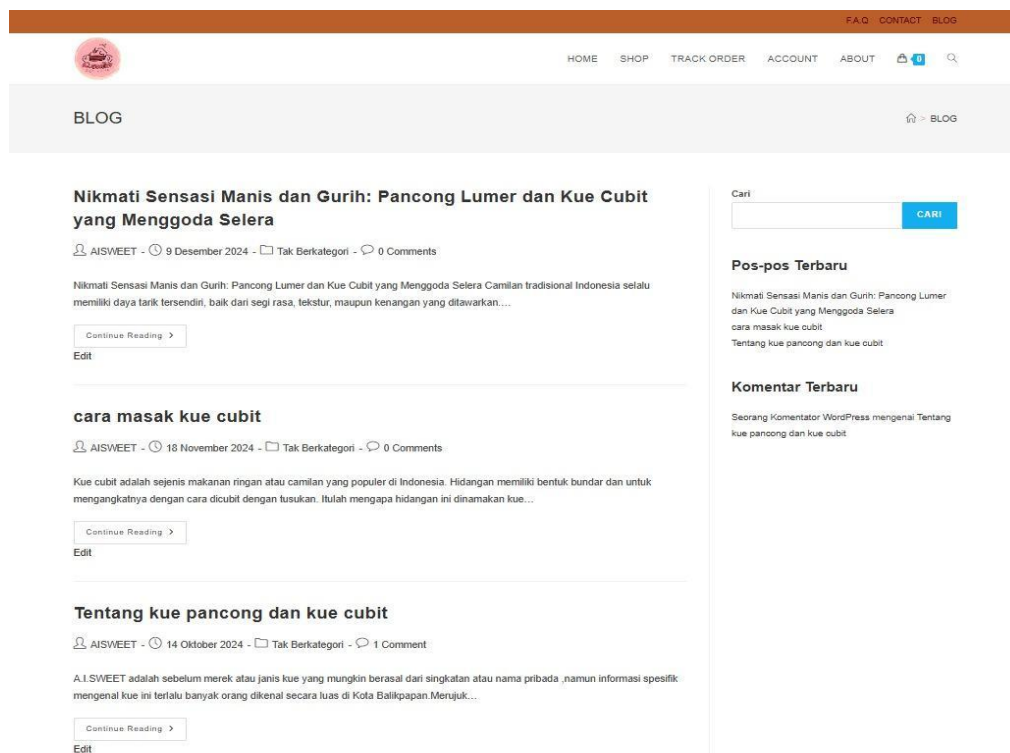
Disini menu produk pelanggan dapat melihat produk yang di jual oleh A.I Sweet dan dapat langsung menghubungi admin melalui CTA yang sudah dibuat.



Gambar 5. Tampilan Halaman Produk

Tampilan Halaman Blog

Di menu Blog kami pelanggan dapat melihat artikel yang kita buat tentang A.I Sweet dan melihat resep kue cubit dan pancong lumer.



Gambar 6. Tampilan Halaman Blog

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa terdapat beberapa kekurangan dalam pembelian dan informasi stok barang di Toko A.I Sweet, terutama terkait aksesibilitas dan pemanfaatan teknologi *digital* untuk pemasaran. Oleh karena itu, dibuatlah sebuah *website* berbasis *e-commerce* untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan dan mengecek ketersediaan produk secara *online*. Pembuatan *website* ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan kue cubit dan pancong lumer serta memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi terkait produk. *Website* ini juga akan digunakan sebagai media promosi *online* untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, mengingat kurangnya pembelian secara langsung. Penelitian ini menggunakan metode yang sama dengan penelitian terdahulu, yaitu metode *Waterfall*, dan *website* A.I Sweet akan dibangun menggunakan *platform* WordPress.

REFERENSI

- Ardhana, V. Y. P., Deta, B., Suardinata, Hanalde, A., Patty, H. W. M., Rodi, M., Liantoni, F., Makmur, A., Haryadi, D., Handayani, T., Iriani, L., Hestiningtyas, A., & Amri, Z. (2024). *Pengantar Ilmu Komputer*. Padang: CV. Pustaka Inspirasi Minang.
- Barkah, M., & Wasiyanti, E. (2018). *Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada Project Distro di Depok*. *Jurnal Teknologi Informasi*, 16(2), 90-102.
- Chaffey, D. (2021). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (8th ed.). Pearson Education Limited.
- Editorial Team. (2022). *WooCommerce: An Overview of Features and Benefits for Small Business*. Retrieved from [WooCommerce Website or Source URL].
- Esposit, T. (2017). *Comparing WordPress.com and WordPress.org for Small Businesses*. *Journal of Web Development and E-Commerce*, 5(2), 17-29.
- Hestiningtyas, A., Wardhono, W. S., & Arwani, I. (2020). Pengembangan gim edukasi Chemistry Fusion pada perangkat bergerak menggunakan metode iterative and rapid prototyping. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 4(6), 1775-1782.
- Ivani, K. A., Hestiningtyas, A., Ahmad, A., Pratama, A., & Salamsjah, S. (2024). Training on entrepreneurship skills improvement with Business Model Canvas (BMC) implementation for students of SMA Nusantara Balikpapan. *Community Development Journal*, 5(3).
- Nugroho, A., & Irawan, H. (2021). *E-Commerce Integration for Business Model Canvas in UMKM Sector: A Case Study*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 24(3), 135-149.
- Pratama, A., Putri, R. A., & Salamsjah, S. (2024). Antecedents of continuance intention in users of the Shopee online shopping application in Samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(2).
- Smith, J. (2018). *The Impact of Technology on Business Efficiency*. *Journal of Business Management*, 12(3), 45-60.
- Sukaris, S., Ghaly, W., Puspitasari, N. E., & Rohmatika, A. (2022). *Optimizing WordPress for Small Business E-Commerce*. *International Journal of Digital Business*, 9(1), 22-34.
- Siregar, A., Siregar, M., & Nasution, I. (2021). *Penggunaan WordPress sebagai Platform untuk Membangun Website CMS*. *Jurnal Teknologi Informasi*, 5(2), 122-130.
- Turban, E., Pollard, C., Wood, G., & Siddiqi, S. (2020). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective* (9th ed.). Springer.
- Yuliani, N., Yuniyanto, A., & Marnis, M. (2022). *Penggunaan CMS untuk Pengelolaan E-Commerce pada UMKM*. *Jurnal Sistem Informasi*, 18(4), 120-135.