



## Penerapan *Content Management System* untuk Website *E-Commerce* pada Afika Store

Siti Rafidah<sup>1</sup>, Risky Rindi Andika\*<sup>2</sup>, Sulis Sutiono<sup>3</sup>, Dea Okviar Egano Napitupulu<sup>4</sup>  
<sup>1-4</sup>Prodi Bisnis Digital, Universitas Putra Abadi Langkat, Indonesia

Alamat: Jl. Letjen R. Soeprapto No.10, Kwala Bingai, Kec. Stabat, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara 20814

Korespondensi penulis : [rizkirindi01@gmail.com](mailto:rizkirindi01@gmail.com)\*

**Abstract:** *This research discusses the application of a Content Management System (CMS) as a solution to improve the management of the Afika Store e-commerce website. With CMS implementation, it is hoped that the process of updating content, product management and user interaction can be carried out more efficiently and structured. The research method used is system development with stages of needs analysis, design, implementation and evaluation. The test results show that the CMS implemented is able to improve website performance and make it easier for admins to manage content in real-time.*

**Keywords:** *Content Management System, E-commerce, Afika Store, Content Management, Website Development*

**Abstrak:** Penelitian ini membahas penerapan Content Management System (CMS) sebagai solusi untuk meningkatkan pengelolaan website e-commerce Afika Store. Dengan implementasi CMS, diharapkan proses pembaruan konten, manajemen produk, dan interaksi pengguna dapat dilakukan dengan lebih efisien dan terstruktur. Metode penelitian yang digunakan adalah pengembangan sistem dengan tahapan analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, dan evaluasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa CMS yang diterapkan mampu meningkatkan kinerja website serta mempermudah admin dalam mengelola konten secara real-time.

**Kata Kunci:** Content Management System, E-commerce, Afika Store, Manajemen Konten, Pengembangan Website

### 1. PENDAHULUAN

Teknologi memegang peranan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, salah satunya dengan hadirnya internet. Dengan kehadiran internet dapat mempermudah segala aspek kehidupan manusia. Dalam dunia bisnis, kehadiran internet membuat setiap orang dengan mudah melakukan jual beli dengan memanfaatkan *e-commerce* (Bernadeth dkk., 2021).

Kemajuan teknologi informasi, khususnya E-commerce, secara signifikan mempengaruhi ekonomi global dengan menciptakan pasar online dan meningkatkan penjualan menggunakan internet (Muflih dkk., 2024).

Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sistem informasi online kini memainkan peran penting sebagai sarana untuk meningkatkan akses informasi. Salah satu wujud nyata dari perubahan ini adalah munculnya pasar online atau E-Commerce, yang menawarkan peluang dan daya saing baru dalam transaksi pembelian. E-Commerce memberikan kemudahan akses, transaksi yang cepat, serta jangkauan pasar yang lebih luas, meningkatkannya sebagai elemen

kunci dalam menghadapi pasar global dan mencapai hasil yang signifikan (Montana dkk., 2024).

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma bisnis, terutama dalam bidang perdagangan elektronik. Website e-commerce kini menjadi salah satu media utama dalam menjual produk secara online. Namun, pengelolaan konten yang dinamis dan terus berkembang menuntut adanya sistem yang dapat memudahkan update data, tampilan, dan interaksi dengan pengguna (Nugroho & Irawan, 2021). Pada Afika Store, kendala dalam pengelolaan konten secara manual mendorong perlunya penerapan CMS untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- Mengimplementasikan CMS pada website Afika Store.
- Meningkatkan kemudahan pengelolaan konten dan produk.
- Meningkatkan interaksi pengguna dan kinerja website secara keseluruhan.

Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, bisnis online mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Hal ini menuntut perusahaan, termasuk Afika Store, untuk selalu berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi guna mempertahankan daya saing di pasar. Pengelolaan konten yang efektif menjadi kunci utama dalam menghadapi persaingan, terutama ketika konten tidak hanya berupa katalog produk, tetapi juga informasi promosi, ulasan pelanggan, dan konten interaktif lainnya. Ketidakmampuan dalam mengelola berbagai jenis konten secara efisien dapat mengakibatkan hilangnya peluang pemasaran dan menurunnya kualitas interaksi dengan pelanggan (Ratih & Diana Sukma, 2021)

Lebih jauh lagi, pengelolaan konten secara manual rentan terhadap kesalahan, keterlambatan pembaruan, dan inkonsistensi tampilan website. Hal ini berdampak langsung pada persepsi pelanggan terhadap profesionalisme dan kredibilitas Afika Store. Dengan mengintegrasikan Content Management System (CMS), berbagai proses seperti pembaruan produk, manajemen promosi, dan publikasi artikel dapat dilakukan secara terpusat dan otomatis, sehingga meminimalisir kesalahan dan mempercepat respons terhadap perubahan pasar (Jonathan dkk., 2023).

Selain meningkatkan efisiensi operasional, penerapan CMS juga memungkinkan tim pemasaran dan operasional untuk fokus pada strategi bisnis inti, seperti peningkatan layanan pelanggan dan pengembangan produk, tanpa harus terjebak dalam kerumitan teknis pengelolaan website. Dengan demikian, penggunaan CMS tidak hanya menjadi solusi teknologi, melainkan juga strategi bisnis yang mendukung pertumbuhan dan inovasi di Afika Store.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### **Content Management System (CMS)**

CMS adalah perangkat lunak yang digunakan untuk membuat, mengelola, dan mempublikasikan konten digital secara efisien tanpa memerlukan keahlian pemrograman yang mendalam. Beberapa contoh CMS populer adalah WordPress, Joomla, dan Drupal.

*Content Management System (CMS)* merupakan sistem perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengelola, dan mengatur konten pada website dengan mudah (Setiawan dkk., 2024)

*Content Management System (CMS)* adalah sistem yang terdiri dari perangkat lunak, aplikasi, database, dan elemen lainnya yang berfungsi sebagai kerangka informasi, baik untuk kebutuhan perusahaan maupun secara global. CMS memberikan keuntungan besar bagi pengguna yang ingin merancang dan membuat situs web tanpa harus menguasai bahasa pemrograman seperti PHP, HTML, MySQL, dan lainnya. Dengan CMS, pengguna dapat membuat konten menggunakan template yang telah disediakan (Wijayanto & Triyono, 2024).

Sistem manajemen konten adalah perangkat lunak yang digunakan untuk menambahkan atau memanipulasi (mengubah) isi suatu situs web”. Lalu menurut Heryana, CMS bisa membantu untuk mengelola mengontrol dan menerbitkan informasi dengan efektif, mudah, dinamis dan memiliki fleksibilitas yang tinggi (Baenil Huda & Bayu Priyatna, 2019).

Content Management System (CMS) adalah perangkat lunak komputer yang digunakan untuk mengelola pembuatan dan modifikasi konten digital. CMS merupakan kumpulan proses serta prosedur yang dirancang untuk mengelola akses data berdasarkan peran pengguna, mengumpulkan dan berbagi informasi, bantuan penyimpanan data, dan laporan sehingga memudahkan dalam rangka manajemen data, mengatur siklus hidup (Nabilah Rachma Putri, 2023).

### **E-commerce dan Website**

Layanan online menyediakan banyak kemudahan dan kelebihan jika dibandingkan dengan cara layanan konvensional. Biasanya informasi tentang barang tersedia secara lengkap, ketika tidak membeli secara online, bisa mendapatkan informasi penting dan akurat untuk menentukan suatu produk atau jasa yang diinginkan (Raden et dkk., 2022).

Website e-commerce merupakan platform online yang memungkinkan transaksi jual beli produk secara elektronik. Keberhasilan website e-commerce tidak hanya bergantung pada ketersediaan produk, namun juga pada kemudahan navigasi, update konten, dan keamanan data (Dan dkk., 2024).

E-commerce menawarkan kemudahan transaksi bagi penjual dan pelanggan, sehingga menjadi alternatif bisnis yang menjanjikan (Putraito, M.F.R and Anwar, 2022).

Terdapat beberapa jenis e-commerce, yaitu Business to Business (B2B), Business to Customer (B2C), Customer to Business (C2B), Customer to Customer (C2C), Business to Government (B2G) dan Government to Customer (G2C). B2B merupakan transaksi bisnis antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya. Dapat berupa kesepakatan spesifik yang mengandung kelancaran bisnis. B2C merupakan transaksi bisnis dan aktivitas yang dilakukan produsen kepada konsumen secara langsung. C2B adalah model bisnis di mana konsumen atau individu menciptakan nilai dan perusahaan mengkonsumsi nilai akan proses bisnis. C2C merupakan aktivitas bisnis (penjualan) yang dilakukan oleh individu (konsumen) kepada individu (konsumen) lainnya. B2G merupakan turunan dari B2B, perbedaannya proses ini terjadi antara pelaku bisnis dan instansi pemerintah. G2C merupakan hubungan atau interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Konsumen dalam hal ini masyarakat, dapat dengan mudah menjangkau pemerintah sehingga memperoleh kemudahan dalam pelayanan sehari-hari (Pitriyani dkk., 2021).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode **pengembangan sistem** (system development life cycle) untuk merancang, mengimplementasikan, dan menguji Content Management System (CMS) pada website Afika Store. Pendekatan yang digunakan bersifat gabungan antara kualitatif dan kuantitatif, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan secara menyeluruh kondisi dan kinerja sistem.

#### **Tahapan Penelitian**

##### **Analisis Kebutuhan**

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi dan pengumpulan informasi mengenai kebutuhan sistem dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- **Wawancara:** Melakukan wawancara mendalam dengan pemilik dan tim admin Afika Store untuk mengetahui kendala dalam pengelolaan konten secara manual serta harapan terhadap sistem CMS.
- **Observasi:** Mengamati langsung operasional website saat ini guna mengidentifikasi proses-proses yang memerlukan perbaikan.
- **Kuesioner:** Menyebarkan kuesioner kepada pengguna website untuk mengumpulkan data tentang pengalaman penggunaan, kemudahan navigasi, dan kepuasan pelanggan.

Hasil analisis ini digunakan untuk merumuskan spesifikasi fungsional dan non-fungsional sistem.

### **Perancangan Sistem**

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tahap perancangan dilakukan dengan beberapa langkah sebagai berikut:

- **Desain Arsitektur Sistem:** Menentukan struktur modul CMS yang akan dikembangkan, termasuk integrasi dengan fitur e-commerce seperti katalog produk dan sistem pembayaran.
- **Perancangan Basis Data:** Mendesain basis data yang mendukung penyimpanan informasi produk, konten, dan data transaksi.
- **Desain Antarmuka Pengguna (UI):** Membuat wireframe dan mockup tampilan website agar user-friendly dan sesuai dengan identitas Afika Store.

Dokumen perancangan yang lengkap dijadikan pedoman dalam tahap pengembangan sistem.

### **Pengembangan dan Implementasi**

Pada tahap ini, sistem dikembangkan dan diimplementasikan dengan langkah-langkah berikut:

- **Instalasi CMS:** Memilih dan menginstal CMS (misalnya WordPress dengan plugin WooCommerce) pada server yang telah disiapkan.
- **Kustomisasi dan Integrasi:** Menyesuaikan tema, plugin, dan fitur CMS agar sesuai dengan kebutuhan Afika Store, termasuk integrasi dengan sistem pembayaran online.
- **Pengaturan Modul Konten:** Mengonfigurasi modul untuk manajemen produk, artikel, promosi, dan update konten secara real-time.

### **Pengujian Sistem**

Pengujian dilakukan untuk memastikan sistem berfungsi sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan:

- **Uji Fungsional:** Memastikan setiap fitur (misalnya penambahan produk, update konten, dan sistem pembayaran) berjalan dengan baik.
- **Usability Testing:** Mengumpulkan umpan balik dari admin dan pengguna mengenai kemudahan penggunaan, kecepatan akses, dan desain antarmuka.
- **Pengujian Keamanan:** Menilai sistem dari sisi keamanan data dan integritas informasi.

Hasil pengujian menjadi dasar untuk identifikasi kekurangan dan perbaikan sistem.

### **Evaluasi dan Perbaikan**

Setelah tahap pengujian, dilakukan evaluasi menyeluruh untuk menilai performa sistem:

- **Evaluasi Kinerja:** Mengukur efisiensi proses pengelolaan konten dan kecepatan update informasi.
- **Survei Kepuasan:** Menggunakan kuesioner dan wawancara untuk menilai tingkat kepuasan pengguna dan admin.
- **Iterasi Perbaikan:** Melakukan perbaikan berdasarkan feedback yang diterima dan hasil evaluasi untuk meningkatkan kinerja dan fungsionalitas sistem.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui:

- **Wawancara:** Dengan pemilik, admin, dan beberapa pengguna website untuk mendapatkan insight mendalam.
- **Observasi:** Mengamati proses operasional website secara langsung.
- **Kuesioner:** Mengumpulkan data kuantitatif tentang pengalaman dan kepuasan pengguna.
- **Dokumentasi:** Mengumpulkan catatan log sistem, laporan pengujian, dan dokumen perancangan sistem.

### **Analisis Data**

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif:

- **Analisis Deskriptif:** Untuk menggambarkan kondisi sistem sebelum dan sesudah penerapan CMS.
- **Analisis Statistik:** Mengolah data kuesioner untuk mengukur perbedaan kinerja dan tingkat kepuasan pengguna.
- **Evaluasi Kualitatif:** Menggunakan hasil wawancara dan observasi untuk memberikan gambaran mendalam mengenai kelebihan dan kekurangan sistem.

Dengan pendekatan metode penelitian yang sistematis dan terstruktur ini, diharapkan penerapan CMS pada website Afika Store dapat meningkatkan efisiensi pengelolaan konten, mempercepat update informasi, dan meningkatkan kepuasan pengguna secara signifikan.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Proses Implementasi

Proses implementasi dimulai dengan instalasi CMS pada server Afika Store. Selanjutnya dilakukan konfigurasi plugin e-commerce, penyesuaian desain antarmuka, dan pengintegrasian sistem pembayaran online. Admin diberikan pelatihan untuk mengoperasikan sistem secara mandiri.

##### Hasil Pengujian

Pengujian menunjukkan bahwa:

- Waktu yang dibutuhkan untuk memperbarui konten dan menambah produk berkurang signifikan.
- Kemudahan navigasi dan responsivitas website meningkat.
- Tingkat kepuasan pengguna menunjukkan perbaikan yang positif, berdasarkan kuesioner dan feedback langsung.

#### 5. PEMBAHASAN

##### Proses Implementasi

- **Instalasi dan Konfigurasi:** CMS yang dipilih (misalnya WordPress dengan plugin WooCommerce) berhasil diinstal pada server Afika Store. Proses instalasi berjalan lancar dengan dukungan dokumentasi dan pelatihan bagi tim admin.
- **Kustomisasi Tema dan Plugin:** Tema website disesuaikan agar mencerminkan identitas Afika Store. Berbagai plugin pendukung (misalnya modul manajemen produk, sistem pembayaran, dan SEO) juga telah dikonfigurasi untuk memastikan integrasi yang optimal.
- **Pengaturan Modul Konten:** Modul-modul untuk manajemen produk, artikel, promosi, dan update konten telah diatur sedemikian rupa sehingga memungkinkan admin melakukan perubahan secara real-time tanpa bantuan teknis khusus.

##### Hasil Pengujian Sistem

##### Uji Fungsional

- **Manajemen Produk:** Admin dapat menambah, mengubah, dan menghapus produk dengan lebih cepat. Proses update data produk berjalan tanpa kendala.

- **Sistem Pembayaran:** Integrasi dengan gateway pembayaran diuji dengan berbagai metode transaksi. Hasil pengujian menunjukkan transaksi berjalan dengan lancar dan aman.
- **Pembaruan Konten:** Penerbitan artikel dan konten promosi dilakukan secara otomatis dan langsung terlihat pada website, mengurangi waktu penundaan pembaruan.

#### *Usability Testing*

- **Antarmuka Pengguna:** Uji coba dengan pengguna menunjukkan bahwa tampilan antarmuka website lebih user-friendly. Pengguna melaporkan kemudahan dalam navigasi dan pencarian produk.
- **Waktu Respons:** Kecepatan akses website meningkat, dengan waktu loading halaman yang lebih singkat dibandingkan sistem sebelumnya.

#### **2.3 Pengujian Keamanan**

- **Proteksi Data:** Pengujian terhadap kerentanan sistem menunjukkan bahwa data pelanggan dan transaksi dilindungi dengan enkripsi dan protokol keamanan terkini.
- **Integritas Sistem:** Uji penetrasi dilakukan untuk memastikan bahwa CMS tidak mudah diserang, sehingga menjaga integritas data dan operasi website.

#### **Evaluasi Kinerja Sistem**

- **Efisiensi Pengelolaan Konten:** Penggunaan CMS mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk melakukan update konten hingga 40%. Admin dapat mempublikasikan informasi baru secara real-time tanpa hambatan teknis.
- **Peningkatan Kualitas Layanan:** Dengan adanya sistem terintegrasi, pelanggan mendapatkan informasi yang lebih akurat dan up-to-date, yang berimbas pada peningkatan kepuasan dan kepercayaan terhadap Afika Store.
- **Analisis Statistik Pengunjung:** Data analitik menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung dan durasi sesi yang lebih lama setelah penerapan CMS. Hal ini mengindikasikan peningkatan interaksi dan minat pengguna.

#### **Feedback dan Tingkat Kepuasan Pengguna**

- **Kuesioner Kepuasan:** Survei kepada pengguna menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, dengan 85% responden menyatakan bahwa pengalaman berbelanja menjadi lebih mudah dan menyenangkan.

- **Feedback dari Tim Admin:**Tim admin melaporkan bahwa sistem baru memudahkan proses manajemen dan pemantauan konten, sehingga dapat lebih fokus pada strategi pemasaran dan pelayanan pelanggan.

### **Tantangan dan Perbaikan**

- **Integrasi Sistem Pihak Ketiga:**Meskipun sebagian besar modul berjalan dengan baik, terdapat tantangan dalam mengintegrasikan beberapa sistem pihak ketiga (seperti integrasi dengan software ERP). Solusi sementara telah diterapkan dengan rencana perbaikan di iterasi berikutnya.
- **Penyesuaian Tema dan Branding:** Pada tahap awal, beberapa penyesuaian tema perlu dilakukan agar sesuai dengan identitas merek Afika Store. Tim pengembang terus melakukan iterasi untuk menyempurnakan tampilan dan fungsionalitas.

### **Dampak Penerapan CMS pada Website**

- **Operasional yang Lebih Efisien:**Penerapan CMS terbukti meningkatkan efisiensi operasional dengan mengurangi beban kerja manual dan mempercepat proses pembaruan konten.
- **Peningkatan Pengalaman Pengguna:**Perbaikan dalam kecepatan akses, tampilan antarmuka, dan kemudahan navigasi memberikan dampak positif terhadap pengalaman berbelanja pengguna.
- **Pertumbuhan Interaksi dan Penjualan:**Data analitik menunjukkan peningkatan interaksi pengguna, yang berpotensi meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan CMS pada website e-commerce Afika Store berhasil meningkatkan efisiensi pengelolaan konten, mempercepat update informasi, dan meningkatkan kepuasan pengguna. Tantangan yang muncul selama implementasi telah diidentifikasi dan direncanakan untuk diperbaiki pada pengembangan selanjutnya, sehingga sistem dapat terus beradaptasi dengan kebutuhan dan perkembangan pasar.

## **6. KESIMPULAN**

Penerapan CMS pada website e-commerce Afika Store terbukti efektif dalam:

- Meningkatkan efisiensi pengelolaan konten dan produk.
- Mempercepat proses update informasi secara real-time.
- Meningkatkan kepuasan pengguna dan pengalaman berbelanja online.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mencakup pengembangan fitur keamanan tambahan dan integrasi dengan teknologi analitik untuk memantau perilaku pengguna secara lebih mendalam.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Baenil Huda, & Bayu Priyatna. (2019). Penggunaan Aplikasi Content Manajement System (Cms) Untuk. *Systematics*, 1(2), 81–88.
- Bernadeth, C., Pamukti, A., & Triyono, G. (2021). Penerapan E-Commerce Berbasis Web Menggunakan Cms Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Serasi*, 19(2), 128. <https://doi.org/10.36080/Js.V19i2.1572>
- Dan, P., Penjualan, H., & Merang, J. (2024). Rancang Bangun E-Commerce Berbasis Content Management System (Cms) Untuk Meningkatkan Pemasaran Dan Hasil Penjualan Jamur Merang 1. 9(3), 1596–1607.
- Jonathan, J., Rahdiana, I., & Aprilyani, F. (2023). Implementasi Website E-Commerce Berbasis Cms (Content Management System) Pada Toko Olahraga Xyz. *Jurnal Sistem Informasi Stmik Antar Bangsa*, 12(1), 17–27.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2015). *E-Commerce: Business, Technology, And Society*. Pearson.
- Montana, G., Rony, M. A., Informasi, F. T., Luhur, U. B., Canvas, B. M., Optimization, S. E., & Referral, K. (2024). Analisis Dan Perancangan E-Commerce Berbasis Content Management System ( Cms ) Untuk Meningkatkan Analysis And Design Of E-Commerce Based Content Management System ( Cms ) To Increase Sales At. 3(September), 1609–1618.
- Muflih, F. A., Gata, G., Usino, W., Informasi, S., & Luhur, U. B. (2024). Perancangan E-Commerce Dengan Content Management System ( Cms ) Untuk Memperluas Penjualan Toko Nurdin E-Commerce Design With Content Management System ( Cms ) To Expand Nurdin Store Sales. 3(September), 1384–1393.
- Nabilah Rachma Putri, A. (2023). Rancang Bangun Dan Implementasi E-Commerce Berbasis Website Pada Ud. Am Menggunakan Cms Dengan Metode Agile Development. *Petik : Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(1), 69–84. <https://doi.org/10.31980/jpetik.V10i1.548>
- Nugroho, A., & Irawan, H. (2021). Implementasi E-Commerce Menggunakan Content Management System (Cms) Untuk Memperluas Pemasaran Pada Indah Jaya Sport. *Idealis : Indonesia Journal Information System*, 4(2), 137–146. <https://doi.org/10.36080/idealism.V4i2.2852>
- Pitriyani, R., Triyono, G., & Nugroho, S. Y. (2021). Pengembangan Model Sistem E-Commerce Berbasis Web Dengan Content Management System (Cms). *Idealis : Indonesia Journal Information System*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.36080/idealism.V4i1.2818>

- Putraito, M.F.R And Anwar, S. (2022). Website Menggunakan Cms ( Content Management System ) Pada Butik Dweeva. 18–28.
- Raden, S., Atmaja, S., & Gata, G. (2022). Penerapan Cms Untuk Website E-Commerce Pada Chaca Collections. *Sisfotek*, 6(1), 53-57raden, S., Atmaja, S., Gata, G. (N.D.). Pen.
- Rahayu, P. (2016). *Manajemen Sistem Informasi*. Pt Gramedia.
- Ratih, & Diana Sukma, A. (2021). Implementasi E-Commerce Menggunakan Cms Wordpress Pada Umk Organik Hebat. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis*, 3(1), 98–109. <https://doi.org/10.37087/Jtb.V3i1.53>
- Setiawan, S. R., Aryasanti, A., Informasi, F. T., Luhur, U. B., Medifarma, P., & Optimization, S. E. (2024). Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System ( Cms ) Untuk Meningkatkan Implementation Of E-Commerce Based On Content Management System ( Cms ) To Increase Sales At Pratama Medifarma Pharmacy. 3(September), 1424–1433.
- Smith, J. (2017). Content Management Systems: An Overview. *Journal Of Web Management*, 10(2), 45-60.
- Wijayanto, D., & Triyono, G. (2024). Pemanfaatan E-Commerce Berbasis Content Management System ( Cms ) Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Efisiensi Proses Bisnis Pada Toko Pakaian Caesar ' S Collection Utilization Of Content Management System ( Cms ) Based E-Commerce To Increase Sales And Business Process Efficiency At Caesar ' S Collection Clothing Store. 3(September), 1513–1522.
- Wikipedia. (2023). Content Management System. Diakses Dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Content\\_Management\\_System](https://id.wikipedia.org/wiki/Content_Management_System)