

PENERAPAN *E-COMMERCE* DENGAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS* UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PADA *MIRA BRANDED KIDS*

Alamsyah Catur Tahta Hartono¹⁾, Humisar Hasugian²⁾

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

E-mail : alamsyahcth@gmail.com¹⁾, humisar.hasugian@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Proses jual beli konvensional adalah dimana penjual menjual productnya langsung kepada pembeli. Seiring berkembangnya teknologi, proses jual beli tidak hanya dilakukan langsung secara tatap muka antara penjual dan pembeli, namun dilakukan dengan sistem dan dengan lingkup yang lebih luas. Pada penelitian ini, penulis merancang dan mengembangkan proses jual beli dengan metode toko online atau e-commerce pada Toko Mira Branded Kids. pada toko ini ditemukan beberapa masalah yaitu kurangnya media pemasaran product, sulitnya menemukan product, sulitnya melakukan konfirmasi pembayaran, dan laporan penjualan yang masih manual. Pada penelitian ini, pengembangan dilakukan menggunakan konsep bisnis menggunakan metode Business Model Canvas untuk memudahkan perancangan kebutuhan sebuah bisnis, Pengembangan e-commerce menggunakan jenis B2C atau Business to Customer dimana penjual langsung menjual productnya kepada customer melalui sistem tanpa perantara, untuk pengembangan sistem menggunakan metode berorientasi objek, dan untuk implementasi e-commerce, penulis menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan Framework Codeigniter dan Database MySql. Diharapkan penerapan E-Commerce pada toko Mira Branded Kids dapat mempermudah pemesanan product, mempermudah pencarian product, mempermudah pembayaran dan pengiriman, dan mempermudah pembuatan laporan penjualan product.

Kata kunci: *E-Commerce, Toko Online, Digital Marketing*

1. PENDAHULUAN

Teknologi dan informasi berkembang sangat pesat. Hal itu dapat dilihat dengan munculnya beragam tren teknologi baru yang tujuannya untuk mempercepat dan memastikan validitas informasi yang diperoleh. Salah satu teknologi yang ada saat ini adalah *E-Commerce*.

Menurut Ahmadi dan Hermawan, *E-Commerce* merupakan aktivitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet dimana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui media internet [1]. *E-Commerce* juga merupakan tren yang sedang diminati Usaha Kecil Menengah (UKM). Karena dengan adanya *E-Commerce* ini UKM dapat meluaskan usahanya dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Hal ini yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian ini.

Masalah yang ditemukan pada Toko Mira Branded Kids adalah Pemasaran *product* hanya melalui toko fisik dan media sosial *facebook* pribadi, sehingga penjualan menjadi kurang maksimal. Sulitnya menemukan *product* yang diinginkan calon pembeli, karena *product* hanya ditampilkan di linimasa akun media sosial, Konfirmasi pembayaran hanya melalui fitur *chat* media sosial, yang menyebabkan menumpuknya *chat* dan terlambatnya proses pengiriman *product*, Laporan penjualan masih dicatat secara manual, sehingga meningkatkan resiko ketidakakuratan data.

Pada penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas* sebagai metode perancangan

bisnis dimana *Business Model Canvas* adalah, *Model Canvas* terdiri dari sembilan blok bangunan bisnis. Pendapat Osterwalder, Blok bangunan ini berisikan bagian-bagian penting yang menjelaskan tentang bagaimana organisasi tersebut menciptakan manfaat dan juga mendapat kemanfaatan dari para pelanggannya [2], metode UML sebagai metode perancangan dan analisa sistem. Analisa sistem adalah, kegiatan untuk melihat sistem yang sudah berjalan, melihat bagian mana yang bagus dan tidak bagus, dan kemudian mendokumentasikan kebutuhan yang akan dipenuhi dalam sistem yang baru [3] hal ini berdasarkan pendapat rosa dan shalahuddin, dan metode *waterfall* sebagai metode untuk pengembangan sistem. Juga akan diterapkan strategi SEO, dimana SEO menurut Su Rahman dalam [4] adalah Serangkaian teknik yang dilakukan agar *website* dapat dengan mudah ditemukan oleh mesin pencari informasi melalui *search engine*. Dan juga strategi pemasaran menggunakan media sosial. Dimana, Menurut pendapat Nasrullah, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial [5].

2. METODE PENELITIAN

Tahap awal dalam melakukan penelitian adalah membuat metode penelitian yang fungsinya agar penelitian dapat terorganisir dengan baik. Didalam

penelitian ini menggunakan metode *waterfall* pada tahap pengembangan sistem, di dalam tahap ini terdapat dua bagian yaitu bagian perancangan bisnis menggunakan metode *Business Model Canvas* dan bagian analisa dan perancangan menggunakan metode UML atau *Unified Modelling Language*. Selain itu pada penerapannya pada toko *Mira Branded Kids*, diterapkan juga *Search Engine Optimization* untuk mengoptimasi *website* dan penerapan strategi pemasaran untuk memperluas pasar dari toko *Mira Branded Kids*.

Sebelum masuk pada pengembangan sistem diperlukan proses awal penelitian diperlukan kerangka kerja penelitian. berikut kerangka kerja penelitian pada Toko *Mira Branded Kids*.

Tahapan awal adalah perumusan masalah adalah tahap awal dalam proses penelitian, isi dari perumusan masalah adalah kendala-kendala yang dihadapi oleh Toko *Mira Branded Kids*, yang nantinya akan menjadi dasar dilakukan penelitian. Yang tujuannya adalah dapat menyelesaikan masalah yang ada pada Toko *Mira Branded Kids*.

Selanjutnya penentuan tujuan penulisan penelitian pada tahap ini ditentukan tujuan penulisan penelitian. yaitu tujuan yang akan dihasilkan berdasarkan masalah-masalah yang ada.

Tahap selanjutnya adalah studi literatur Pada tahap ini terdapat landasan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dibuat. Sumber berasal dari buku, jurnal, dan internet agar menghasilkan konsep penelitian yang baik dan sesuai, pada studi literatur ini penulis mengambil acuan pada prosiding dengan judul *Pemodelan Sistem Informasi Pelayanan Jasa Repair Modem Dan Penjualan Modul Vsat Pada PT. Paradise Communications Berbasis Object Oriented Menggunakan Unified Modeling Language* [6] yang sesuai dengan metode yang penulis gunakan.

Tahap selanjutnya adalah pengumpulan data ada tahap ini dilakukan proses pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode pengamatan dan observasi serta analisa sistem berjalan dan analisa kebutuhan pada Toko *Mira Branded Kids*. Sehingga mendapatkan data yang akurat dan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian.

Tahap selanjutnya adalah Analisa, pada tahap ini dibagi menjadi dua yaitu yang pertama analisa kebutuhan bisnis Pada tahap ini dilakukan proses identifikasi bisnis pada Toko *Mira Branded Kids*. identifikasi dilakukan dengan tujuan agar aplikasi yang dibuat dapat memenuhi kebutuhan pasar. Identifikasi dilakukan dengan metode *Business Model Canvas*. Yang kedua adalah analisa kebutuhan sistem, pada tahap ini dilakukan proses identifikasi masalah yang terdapat pada toko *Mira Branded Kids*. Serta analisa kebutuhan pada toko. diharapkan didapatkan temuan kendala-kendala yang terkait dengan penelitian yang harapannya penulis mendapatkan solusi dari kendala-kendala tersebut.

Pada tahap yang selanjutnya ada perancangan terdiri dari dua bagian yang pertama perancangan

basis data. Pada tahap ini informasi yang telah dianalisa akan dirancang untuk menghasilkan alur data yang terstruktur dan menghasilkan data yang baik. Pada tahap ini digunakan diagram UML yaitu *Class Diagram* yang kedua, perancangan layar Pada tahap ini data yang telah dirancang akan di buat rancangan layar yang lebih menunjukan hubungan antara *user* dengan sistem dan sistem dengan data. Untuk hal ini digunakan gambar berupa rancangan layar dan diagram UML yaitu *Interaction Flow Modeling Language (IFML)* dan *Sequence Diagram*

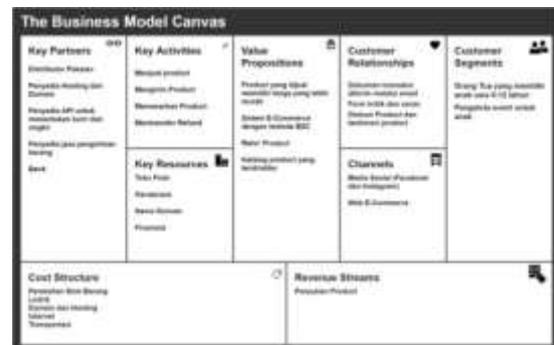
Selanjutnya ada penambahan fitur yang terdiri dari dua bagian, yang pertama Strategi SEO, yaitu pada tahap ini penulis menetapkan strategi SEO yang merupakan cara agar *web* dapat ditemukan mesin pencari dengan kata kunci yang dituju.

Yang kedua strategi media sosial Pada tahap ini penulis menetapkan strategi media sosial yang mana adalah sebuah cara pemasaran produk menggunakan media sosial yang tujuannya untuk meningkatkan popularitas toko.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisa Perancangan Bisnis Menggunakan *Business Model Canvas*

Berikut perancangan model bisnis menggunakan penerapan metode *business model canvas* pada Toko *Mira Branded Kids* dijelaskan pada gambar 1:



Gambar 1. *Business Model Canvas*

- Customer Segment**
Bagian ini terdiri dari 3 bagian yaitu orang tua yang memiliki anak 0-12 tahun, dan pengelola *event* untuk anak.
- Value Proposition**
Tahap ini terdiri dari 4 bagian yaitu *Product* yang dijual memiliki harga lebih murah, sistem *e-commerce* dengan metode B2C, retur *product*, dan katalog *product* yang terstruktur.
- Channel**
Bagian ini terdiri dari 2 bagian yaitu media sosial (*Facebook* dan *Instagram*) dan *Web E-Commerce*.
- Customer Relationship**
terdiri dari 3 bagian yaitu dokumen transaksi dikirim melalui *email*, form kritik dan saran, dan diskusi *product* dan testimoni *product*.

e. *Revenue Stream*

Pada *revenue stream* terdiri dari 1 bagian yaitu penjualan *product* karena pendapatan utama dari toko ini hanya dari penjualan *product*.

f. *Key Resource*

Key resource atau sumber daya toko, terdiri dari 4 bagian yaitu toko fisik, kendaraan, nama *domain*, dan finansial.

g. *Key Activities*

Bagian ini terdiri dari 4 bagian yaitu menjual *product*, mengirim *product*, memasarkan *product*, dan mentransfer *refund*.

h. *Key Partners*

Pada *key partners* terdiri dari 5 bagian yaitu, distributor pakaian, penyedia *hosting* dan *domain*, penyedia API untuk menentukan kurir dan ongkos kirim, penyedia jasa pengiriman *product*, dan *bank*.

i. *Cost Structured*

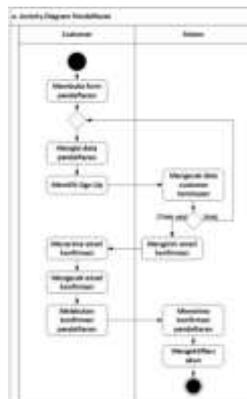
Pada *cost structure* terdiri dari 5 bagian yaitu pembelian stok *product*, listrik, *hosting* dan *domain*, internet, dan transportasi.

3.2. *Activity Diagram Usulan*

Dalam penerapan metode pengembangan sistem menggunakan metode *waterfall* terdapat bagian yang disebut tahap analisa perancangan sistem. Untuk tahap awal analisa perancangan sistem menggunakan *activity diagram*. *Activity diagram* merupakan salah satu diagram dalam UML yang menggambarkan proses-proses dan jalur-jalur aktivitas dalam proses bisnis dan urutan aktivitas dalam sebuah proses. Berikut *activity diagram* usulan pada toko Mira Branded Kids.

a. *Activity Diagram Pendaftaran*

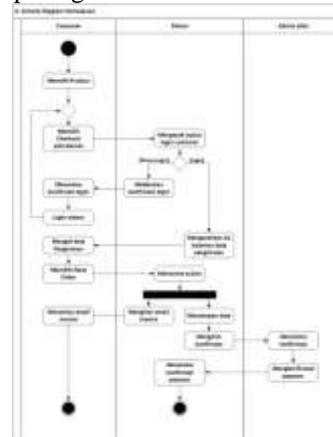
Customer yang belum punya akun *customer* pada toko, harus mendaftar pada *form* pendaftaran, lalu isi seluruh data yang disediakan pada *form* pendaftaran, selanjutnya calon *customer* pilih tombol *Sign Up* untuk melakukan pendaftaran. Setelah itu sistem akan mengecek data akun *customer* tersimpan, jika ditemukan data yang sama maka *customer* harus mengulang pendaftaran, jika tidak sistem akan mengirim *email* konfirmasi pendaftaran, selanjutnya *customer* harus mengecek *email* dan melakukan konfirmasi pendaftaran. Selanjutnya akun *customer* diaktifkan oleh sistem. Digambarkan pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. *Activity Diagram Pendaftaran*

b. *Activity Diagram Pemesanan*

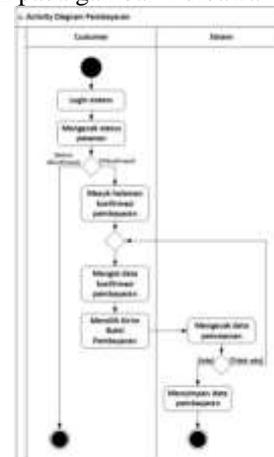
Customer yang sudah memiliki akun dapat memesan *product*. Setelah *customer* memilih *product* yang ingin dipesan, lalu *customer* melakukan *checkout* pemesanan, selanjutnya sistem akan mengecek status login *customer*. Jika belum *login* maka *customer* harus melakukan *login*. Jika sudah, maka *customer* akan di arahkan ke halaman data pengiriman. Disana *customer* harus mengisi data pengiriman yang terdiri dari data alamat pengiriman dan jasa pengiriman. Selanjutnya *customer* memilih *Place Order* untuk menyetujui pemesanan *product*. Lalu sistem akan menyimpan pesanan dan mengirim *email* yang berisi *Invoice* pemesanan. Data yang disimpan akan dikonfirmasi oleh admin toko. Dijelaskan pada gambar 3.



Gambar 3. *Activity Diagram Pemesanan*

c. *Activity Diagram Pembayaran*

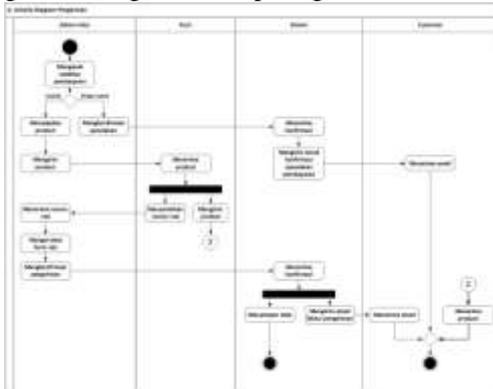
Customer harus login jika akan melakukan konfirmasi pembayaran. *Customer* dapat melakukan pembayaran apabila status pemesanan dalam data transaksi menjadi sudah dikonfirmasi. Jika sudah di konfirmasi, *customer* masuk ke halaman konfirmasi pembayaran untuk mengisi data konfirmasi pembayaran. Jika sudah, *customer* memilih tombol kirim bukti pembayaran. Selanjutnya sistem akan mengecek data pemesanan, apabila tidak ditemukan maka *customer* harus mengisi data pembayaran lagi. Jika ditemukan maka data pembayaran tersimpan. Digambarkan pada gambar 4 dibawah ini.



Gambar 4. *Activity Diagram Pembayaran*

d. *Activity Diagram Pengiriman*

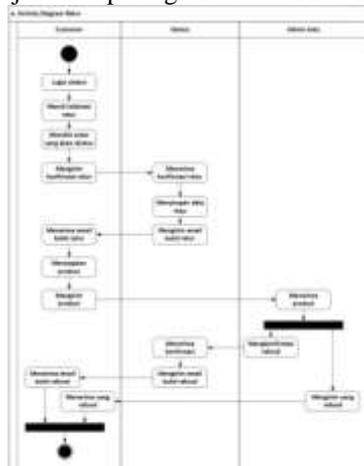
Setelah *customer* melakukan konfirmasi pembayaran, lalu admin toko akan mengecek validitas pembayaran tersebut, jika tidak *valid* maka admin toko akan konfirmasi penolakan pembayaran, lalu sistem akan mengirimkan *email* konfirmasi penolakan pembayaran. Jika *valid*, maka admin toko akan menyiapkan *product*, dan mengirim *product* sesuai alamat kirim kepada kurir, lalu kurir akan memberikan bukti pengiriman berupa nomor resi dan mengirim *product* kepada *customer*, lalu admin toko mengisi *form* resi pengiriman dan konfirmasi pengiriman, lalu sistem akan menyimpan data pengiriman dan mengirim *email* berisi faktur pengiriman. Digambarkan pada gambar 5 berikut ini.



Gambar 5. Activity Diagram Pengiriman

e. *Activity Diagram Retur*

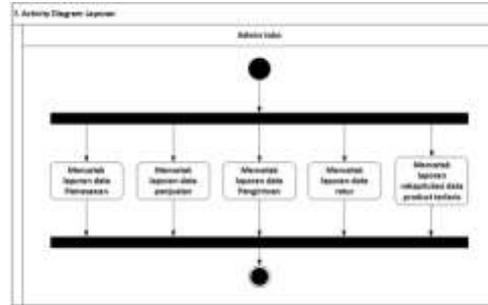
Jika *customer* merasa *product* yang diterima rusak atau tidak sesuai, *customer* dapat melakukan retur *product*. *Customer* harus *login* sebelum meretur *product*. *Customer* masuk ke halaman retur lalu pilih *order* yang akan diretur, setelah itu pilih *product* yang akan diretur, dan isi alasan serta jumlah *product* yang akan diretur, lalu pilih retur. Selanjutnya data retur akan disimpan dan mengirim *email* bukti retur. Selanjutnya *customer* menyiapkan *product* lalu mengirim *product* sesuai alamat toko. jika *product* sudah sampai maka admin toko akan melakukan *refund* uang pembelian kepada *customer* dan konfirmasi *refund*. Lalu sistem mengirim *email* bukti *refund*. Dijelaskan pada gambar 6 berikut ini.



Gambar 6. Activity Diagram Retur

f. *Activity Diagram Laporan*

Setiap bulan admin toko mencetak laporan data pemesanan, laporan data penjualan, laporan data retur, laporan rekapitulasi data *product* terlaris. Dijelaskan pada gambar 7 berikut ini



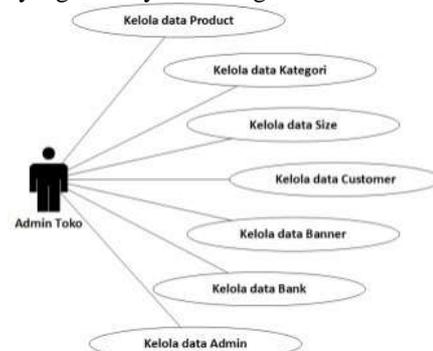
Gambar 7. Activity Diagram Laporan

3.3. Use Case Diagram

Dalam *use case diagram* akan menjelaskan kebutuhan fungsional antara sistem dengan *actor*.

a. *Use Case Package Master*

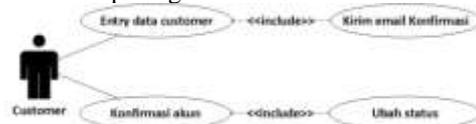
Pada gambar 8 digambarkan use case data master yang nantinya akan digunakan.



Gambar 8. Use Case Package Master

b. *Use Case Package Sign Up*

Use case package ini akan menggambarkan interaksi saat *actor customer* melakukan pendaftaran dan respon sistem terhadap perintah *actor*. Digambarkan pada gambar 9.



Gambar 9. Use Case Package Sign Up

c. *Use Case Package Transaksi Pemesanan*

Dalam *use case package* ini akan dijelaskan proses *actor* dalam membuat pesanan. Digambarkan pada gambar 10 berikut ini.



Gambar 10. Use Case Package Transaksi Pemesanan

d. *Use Case Package* Transaksi Pembayaran

Pada use case package ini akan di jelaskan hubungan antara actor dengan sistem pada proses pembayaran. Digambarkan pada gambar 11 berikut ini.



Gambar 11. Use Case Package Transaksi Pembayaran

e. *Use Case Package* Transaksi Pengiriman

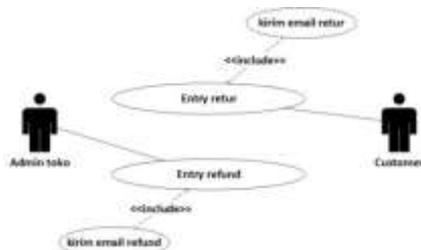
Pada *Use Case Package* ini, akan ditampilkan interaksi actor dengan sistem pada saat actor melakukan proses sebelum, saat, dan setelah mengirim *product*. Digambarkan pada gambar 12.



Gambar 12. Use Case Package Transaksi Pengiriman

f. *Use Case Package* Transaksi Retur

Pada *use case package* ini akan dijelaskan interaksi antara actor dengan sistem pada proses retur *product* dan *refund* uang, dimana terdapat dua actor yang melakukan proses pada *package* ini. Digambarkan pada gambar 13 berikut ini.



Gambar 13. Use Case Package Transaksi Retur

g. *Use Case Package* Laporan

Pada use case package ini akan dijelaskan bagaimana admin toko mendapatkan keluaran laporan dari sistem yang dibuat. Digambarkan pada gambar 13.

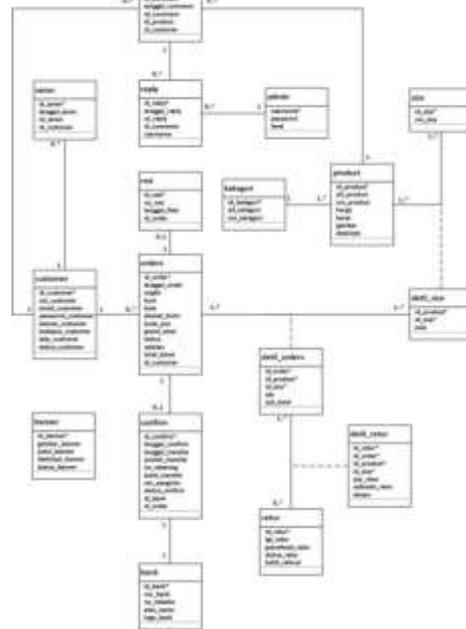


Gambar 14. Use Case Package Laporan

3.4. *Class Diagram*

Dalam perancangan sebuah sistem diperlukan rancangan basis data untuk menentukan struktur hubungan antar data. Pada penelitian ini

menggunakan *class diagram*, dalam *class diagram* ini yang digunakan adalah *class diagram* tanpa *method*. *Class diagram* ini terdiri dari 17 *class* yang saling berkaitan antar *class*nya berikut *class diagram* untuk sistem *e-commerce* pada *Mira Branded Kids*. Dijelaskan pada gambar 15 :



Gambar 15. Class Diagram

3.5. *Rancangan Layar*

Rancangan layar atau *user interface design* adalah sebuah desain rancangan sistem yang dibuat dalam bentuk *prototype* sistem yang akan dibuat. Rancangan layar hanya fokus dari sisi *user* sebagai pengguna sistem. rancangan layar terdiri dari bagian-bagian penyusun sistem yang diatur penempatannya sesuai dengan fungsinya dan sesuai dengan kebutuhan *user*. Berikut rancangan layar dari sisi customer dan sisi admin toko.

a. Halaman *Sign Up*

Gambar 16 adalah halaman yang menampilkan *form sign up*, yang fungsinya untuk menyimpan data *customer* baru.



Gambar 16. Halaman *Sign Up*

b. Halaman *Detail Product*

Gambar 17 menampilkan halaman rancangan layar ini digunakan dari sisi *customer* yang berfungsi untuk menampilkan rincian data *product*, terdiri dari nama, harga, deskripsi, kata kunci, ukuran dan jumlah yang nantinya digunakan untuk proses pemesanan *product*, dan terdapat juga form komentar *product*. Berikut gambar dari halaman *detail product*.



Gambar 17. Halaman *Detail Product*

c. Halaman *Cart*

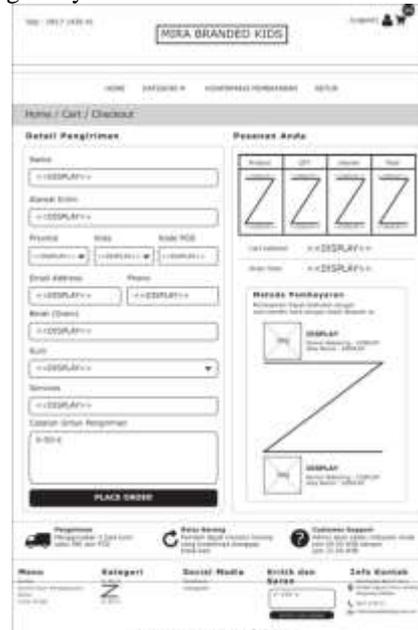
Gambar 18 menampilkan rancangan layar halaman *cart* digunakan dari sisi *customer*, akan ditampilkan data *product* yang disimpan ke dalam *cart*, berdasarkan data yang dimasukkan dari halaman *detail product*. Pada halaman ini juga ditampilkan, jumlah yang harus dibayar oleh *customer*, dan belum termasuk ongkos kirim. Proses yang bisa dilakukan adalah menghapus *cart*, lanjut belanja untuk menambah *cart* atau menambah jumlah *product* yang tersimpan dalam *cart*, dan *Proceed To Checkout* untuk melanjutkan ke tahap berikutnya. Berikut rancangan layar halaman *cart*.



Gambar 18. Halaman *Cart*

d. Halaman *Checkout*

Gambar 19 adalah rancangan layar halaman *checkout* digunakan dari sisi *customer*, dimana pada halaman ini akan ditampilkan *form* data alamat dan pilihan pengiriman *product*. Selain itu ditampilkan juga tabel berisi data *product* yang di pesan serta harga yang harus dibayar ditambah ongkos kirim. Selain itu, ditampilkan pula data *bank* yang digunakan toko untuk proses pembayaran. berikut rancangan layar halaman *checkout*.



Gambar 19. Halaman *Checkout*

e. Halaman *Detail Order*

Gambar 20 adalah rancangan layar *detail order* merupakan rancangan layar dari sisi *customer*, dimana bagian ini merupakan tahap terakhir dari proses pemesanan *product*. Halaman ini menampilkan *detail order*. Pada halaman ini *customer* dapat mencetak *invoice* atau kembali melanjutkan belanja. Berikut ini rancangan layar *detail order*.



Gambar 20. Halaman *Detail Order*

b. Bagian Penerapan

Pada bagian penerapan, langkah pertama yang dilakukan adalah mencari dan menganalisa kata kunci dasar yang nantinya akan menghasilkan dua kata dasar yang diolah dalam SEO Tools yang nantinya akan didapatkan data kata kunci yang paling sering di cari oleh *user search engine*, dan selanjutnya menganalisa dan memilih kata kunci yang sesuai dengan kebutuhan *website*.

Yang kedua adalah penempatan kata kunci pada penerapannya dalam sistem *e-commerce* pada toko Mira *Branded Kids*, kata kunci yang telah dianalisa tadi di tempatkan pada bagian-bagian yang strategis dalam toko. tempat tersebut berada pada main *content* dan foto *product*.

Langkah ketiga adalah Penulisan. Penulisan yang baik, informatif serta menyisipkan kata kunci pada artikel dengan tempat yang baik akan meningkatkan peluang pada mesin pencari.

3.8. Strategi Pemasaran

Media pemasaran yang diterapkan pada *e-commerce* Toko Mira *Branded Kids* adalah melalui media sosial. Alasan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran adalah karena mayoritas target pasar mempunyai dan aktif dalam media sosial dan jangkauan pemasaran menjadi lebih luas.

Strategi pemasaran menggunakan media sosial baik pada *facebook* dan *instagram* fokus pada pengembangan toko menggunakan akun bisnis, agar terlihat profesional, promosi akun, pengaturan postingan *product*, waktu untuk memposting *product*, strategi penggunaan *hashtag*, *back link website* utama.

4. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah penulis uraikan, maka penulis mendapatkan kesimpulan berikut ini.

- a. Dengan dibuatkan *E-Commerce* pada Toko Mira *Branded Kids*, diharapkan dapat meningkatkan penjualan toko, memudahkan *customer* saat memesan *product*, dan meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap toko.
- b. Dengan pembuatan katalog berdasarkan kategori *product* pada *E-Commerce* Toko Mira *Branded Kids*, diharapkan *customer* dapat menemukan *product* dengan mudah sesuai dengan kebutuhannya.
- c. Konfirmasi pemesanan dibuat berdasarkan *form* yang jelas, dan admin toko hanya menerima data konfirmasi pembayaran dengan data yang jelas, diharapkan dapat mempermudah *customer* dan admin toko dalam proses pembayaran dan pengiriman *product*.
- d. Dengan dibuatkannya laporan data penjualan secara otomatis berdasarkan data penjualan *product*, diharapkan dapat mempermudah toko dalam merekap data penjualan dan mengambil keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmadi, Candra & Hermawan, D., *E-Business dan E-Commerce*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013.
- [2] Osterwalder, A., *Business Model Generation*, cetakan ke-6, alih Bahasa Natalia Ruth Sihandri, Jakarta: Elex Media Kompetindo, 2014.
- [3] Rosa & Shalahuddin, *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek*, Bandung: Informatika, 2013.
- [4] Rahman, Su, *Buku Sakti SEO WordPress dan Joomla*, Jakarta: Elex Media Kompetindo, 2018.
- [5] Nasrullah, Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- [6] Hasugian, H & Salma, V, "Pemodelan Sistem Informasi Pelayanan Jasa *Repair Modem* Dan Penjualan Modul Vsat Pada PT. *Paradise Communications* Berbasis *Object Oriented* Menggunakan *Unified Modeling Language*" in *Proc. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, 2017, pp. 49-55.