

## PENERAPAN *E-COMMERCE* DALAM MENUNJANG PENJUALAN PADA TOKO SINAR GALUH BATTERY

Wahyu Budiarto<sup>1)</sup>, Agus Umar Hamdani<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

<sup>1,2)</sup>Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

E-mail : [wahyubudiarto04@gmail.com](mailto:wahyubudiarto04@gmail.com)<sup>1)</sup>, [agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id](mailto:agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id)<sup>2)</sup>

### *Abstrak*

*Toko Sinar Galuh Battery merupakan suatu perusahaan yang berdiri di bidang penjualan Aki motor dan mobil. Penjualan yang digunakan saat ini, dengan cara customer harus datang langsung ke Toko Sinar Galuh Battery untuk melihat product yang dijual dan untuk mendapatkan informasi tentang product. Dengan sistem tersebut akan menyita waktu customer sehingga kesulitan memperoleh informasi mengenai spesifikasi product yang dijual oleh Toko Sinar Galuh Battery. Adapun masalah yang terjadi pada toko tersebut seperti, pencatatan data pemesanan atau penjualan masih tertulis tangan, sehingga menyebabkan data penjualan hilang dan kurang efektif, pemilik toko sulit untuk mengetahui ketersediaan product, karena tidak ada pencatatan untuk stock product, sehingga ada beberapa product yang tidak diketahui dan menyebabkan product tidak terjual. Dengan adanya website E-Commerce ini dapat menjawab masalah yang terjadi pada toko Sinar Galuh Battery. Peneliti melakukan pengamatan sistem berjalan pada bisnis di Toko Sinar Galuh Battery dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC), dan melakukan analisis serta perancangan sistem website E-Commerce menggunakan Content Management System (CMS) yang di dukung dengan plugin yang tersedia di Woocommerce. Hasil dari penelitian ini adalah berupa aplikasi E-Commerce dapat memudahkan toko dan customer dalam proses pemesanan dan pengiriman aki motor dan mobil, proses pembayaran, pengelolaan stock, dan juga proses pembuatan laporan.*

**Kata kunci:** *E-commerce*, Penjualan, Aki, Motor, Mobil

### 1. PENDAHULUAN

semakin cepatnya kemajuan internet saat ini, internet merupakan sebuah jaringan yang menggabungkan komputer di seluruh dunia [1]. Terlebih lagi informasi didalam perkembangan *e-commerce*, perkembangan *e-commerce* berjalan bersamaan dengan jaringan internet dikarenakan *e-commerce* sangat bergantung dengan jaringan internet, menjadi salah satu media yang meyakinkan untuk di jadikan tempat untuk memperkenalkan produk, jasa, maupun toko, bisa juga sebagai media untuk menjual produk atau jasa, dengan pemanfaatan yang baik internet ini menjadi media yang efektif bagi perusahaan ataupun perseorangan untuk bisa menghubungkan konsumen dari seluruh dunia. Toko Sinar Galuh Battery adalah sebuah toko yang berada di Karang tengah, Tangerang. Toko ini adalah sebuah usaha dibidang penjualan *product* berupa aki mobil dan aki motor. Adapun permasalahan yang dihadapi seperti, penjualan yang terjadi pada Toko Sinar Galuh Battery hanya dilakukan melalui datang langsung ke toko dan terkadang melalui *whatsapp*, sehingga pemesanan bisa saja tidak valid, sehingga bisa di salah gunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab, pencatatan pesanan atau pembelian *product* masih dengan cara tertulis, mengakibatkan penjualan kurang efektif sehingga banyak data penjualan yang hilang, dan beberapa konsumen ada yang ingin *product* nya di antarkan, tetapi toko tersebut masih belum memiliki bagian pengiriman, sehingga membuat konsumen merasa kecewa.

Penelitian sebelumnya yang menjadi referensi berjudul “Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Jasa

Aki Kendaraan Berbasis Sistem Informasi”. Masalah yang terjadi pada Babal Aki meliputi penjualan *product* yang masih dilakukan dengan cara datang langsung ke toko, sehingga mengakibatkan *customer* harus datang untuk mendapatkan informasi dan detail *product*. Metode yang digunakan, yaitu *Business Model Canvas* (BMC). Hasil akhir model sistem *e-commerce* untuk *reseller*, karena belum adanya sebuah *online store* khusus tentang aki [2].

Penelitian sebelumnya yang menjadi referensi kedua berjudul “Sistem Informasi Penjualan Kaos Berbasis Web Pada Distro Sickness Berbasis *E-Commerce*”. Masalah yang terjadi pada Distro Sickness adalah proses penjualan *product* yang masih belum terkomputerisasi dan pengolahan data yang belum maksimal. Metode yang di gunakan adalah metode *waterfall*. Hasil akhir Model sistem *e-commerce* berbasis *website* yang sudah berkembang sekarang untuk memperkenalkan produk, membantu dalam proses pemesanan dan penjualan [3].

Penelitian sebelumnya yang menjadi referensi ketiga berjudul “Sistem Penjualan Berbasis Web (*E-Commerce*) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan”. Masalah pencatatan data yang masih menggunakan cara konvensional dan promosi yang belum maksimal. Metode yang digunakan *Data Flow Diagram* (DFD). Hasil akhir dari penelitian ini berupa aplikasi pada Tata Distro, berbasis web *e-commerce* untuk membantu meningkatkan penjualan serta promosi produk [4].

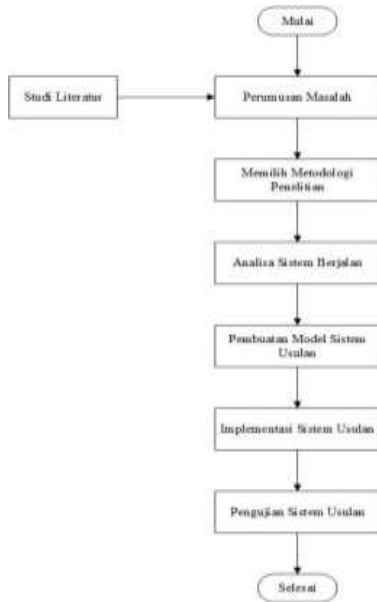
Penelitian berikutnya berjudul “Model E-Commerce dengan metode Web Engineering Method untuk menunjang pemasaran produk pada XYZ Pet

Shop”, penelitian tersebut membahas tentang bagaimana membuat aplikasi E-Commerce guna menunjang pemasaran produk menggunakan metode *Work Centered Analysis* dan *Web Engineering*” [5].

**2. METODOLOGI PENELITIAN**

**2.1. Langkah-langkah Penelitian**

Berikut adalah langkah-langkah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam memberikan solusi permasalahan:



Gambar 1. Langkah-langkah penelitian

Berikut adalah penjelasan mengenai langkah-langkah penelitian pada Gambar 1 diatas:

- a. Perumusan Masalah  
Merumuskan masalah yang ada pada Toko Sinar Galuh Battery merupakan hasil dari kegiatan observasi dan wawancara langsung kepada pemilik untuk mendapatkan gambaran keadaan organisasi.
- b. Studi Literatur  
Studi Literatur ini dilakukan untuk mendapatkan teori tentang penjualan dan penyewaan produk serta teori umum yang terkait dengan rumusan permasalahan. Metode yang dilakukan peneliti yaitu dengan membaca beberapa referensi dari artikel maupun skripsi yang telah dipublikasikan.
- c. Menentukan Metodologi Penelitian  
Pada tahap ini, peneliti menentukan metodologi yang akan digunakan dalam menyelesaikan masalah penelitian. Adapun metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan berorientasi obyek, bahasa pemrograman menggunakan *Content Management System (CMS)*.
- d. Analisa Sistem Berjalan  
Pada tahap ini, peneliti melakukan analisa model bisnis perusahaan menggunakan *Business Model*

- Canvas (BMC)*, dengan menganalisa elemen penting pada perusahaan.
- e. Membuat Sistem Model Usulan  
Pada tahap ini, peneliti melakukan identifikasi kebutuhan sistem usulan, memodelkan sistem usulan dengan menggunakan tool *Use Case Diagram*, deskripsi *Use Case*, Basis Data dan memodelkan data dengan *Class Diagram*.
- f. Implementasi Sistem Usulan  
Peneliti mengimplementasikan model sistem usulan menggunakan bahasa pemrograman *Content Management System (CMS)* dengan *Wordpress*.
- g. Pengujian Sistem Usulan  
Langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian (*testing*) terhadap sistem usulan yang telah dibuat.

**3.1 Teknik Analisa Data**

Teknik Analisa yang digunakan untuk menganalisis data dan mendapatkan data, antara lain:

- a. Analisa Model Bisnis Perusahaan  
Untuk mendapatkan model bisnis dari perusahaan, peneliti menggunakan teknik *Business Model Canvas (BMC)* untuk menganalisa segmen penting yang ada pada sebuah model bisnis di toko Sinar Galuh Battery.
- b. Analisa Proses Bisnis  
Analisa proses bisnis dilakukan dengan menganalisa proses bisnis berjalan dalam lingkup penelitian, kemudian akan diterapkan dengan membuat *Activity Diagram* dengan menggunakan aplikasi *Microsoft Visio 2016*.
- c. Analisa Kebutuhan Sistem  
Peneliti melakukan analisa kebutuhan sistem dilakukan setelah didapatkan permasalahan pada Toko Sinar Galuh Battery, kemudian peneliti membuatkan solusi dengan menganalisa kebutuhan apa saja yang diperlukan. Kemudian digambarkan menggunakan pemodelan dari sistem dengan *Use Case Diagram* dengan menggunakan *Microsoft Visio 2016*.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Business Model Canvas (BMC)**



Gambar 2. BMC ( Business Model Canvas )

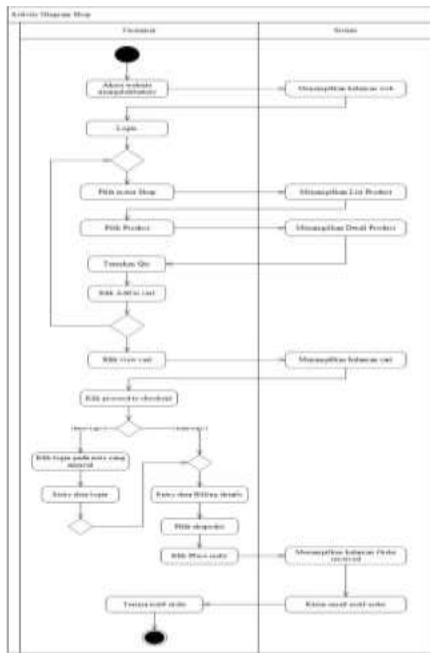
Berikut ini adalah penjelasan tentang *Business Model Canvas* pada Gambar 2 diatas sebagai berikut:

- a. *Value Proposition*, berisi tentang kelebihan yang diberikan oleh Toko Sinar Galuh Battery seperti *product* yang di jual, adalah *product* original. Kelebihan selanjutnya memudahkan akses ke *website* kapan saja dan dimana saja.
- b. *Customer Segments*, sarana yang di tujukan untuk dijadikan *customer* oleh toko Sinar Galuh Battery adalah *customer* yang memiliki kendaraan, karena kendaraan seperti motor dan mobil membutuhkan aki untuk mensuplai dan menyediakan listrik ke komponen kelistrikan pada kendaraan. Selain itu sasaran Toko Sinar Galuh Battery adalah perorangan dan industri yang menggunakan tenaga aki.
- c. *Revenue Stream*, menjalankan bisnis pasti memerlukan persoalan tentang pendapatan, penjualan *product* aki motor dan mobil adalah sumber yang menjadi pendapatan utama pada toko Sinar Galuh Battery. Selain itu pengisian aki juga menjadi sumber pendapatan.
- d. *Key Activities*, kegiatan utama dalam menjalankan bisnis pada Toko Sinar Galuh Battery adalah, penjualan *product* aki motor dan mobil untuk menghasilkan sumber pendapatan utama pada toko Sinar Galuh Battery. Dan juga pengisian aki menjadi salah satu kegiatan utama.
- e. *Key Resources*, Toko Sinar Galuh Battery membutuhkan berbagai sumber daya dan juga aset fisik agar bisnis dapat berjalan dengan lancar, seperti sumber daya manusia untuk menjadi karyawan pada Toko Sinar Galuh Battery dan admin *website*. Kemudian terdapat aset fisik yang dimiliki yaitu gedung sebagai Toko Sinar Galuh Battery, Modal untuk membeli *product* aki motor dan mobil untuk dijual kembali sehingga menghasilkan sumber pendapatan, *handphone* untuk berkomunikasi dengan *customer*.
- f. *Customer Relationship*, cara untuk mempertahankan *customer* agar tetap memilih *product* pada Toko Sinar Galuh Battery, yaitu dengan cara memberikan informasi mengenai promosi diskon seperti, diskon hari raya, diskon akhir tahun, dan diskon hari belanja *online* nasional. Dengan ini *customer* dapat akan terus memilih *product* yang dijual pada toko Sinar Galuh Battery dan tidak beralih ke toko lain.
- g. *Channels*, setelah mengetahui calon *customer* yang akan dituju, dibutuhkan media untuk melakukan pemasaran *product* yang di jual pada toko Sinar Galuh Battery, sehingga calon *customer* tertarik untuk membeli *product*. Media yang digunakan oleh toko Sinar Galuh Battery adalah *website E-commerce* dan *Instagram* sebagai media pemasaran, selanjutnya *Whatsapp* digunakan sebagai komunikasi antara toko Sinar Galuh Battery dengan *customer*.
- h. *Key Partners*, Toko Sinar Galuh Battery membutuhkan pihak-pihak untuk melakukan kerjasama, agar bisa membantu mengotimalkan proses bisnis seperti, *supplier* aki motor dan mobil sebagai pihak yang menyuplai *product* agar bisa dijual kembali kepada *customer*. *Bank* sebagai pihak penghubung apabila *customer* melakukan pembayaran dengan cara transfer, dan kurir sebagai pihak yang melakukan pengiriman *product* jika telah laku terjual kepada *customer*.
- i. *Cost Structure*, beberapa biaya yang dikeluarkan oleh toko Sinar Galuh Battery yaitu, biaya operasional seperti biaya internet, transportasi, listrik. Kemudian biaya yang dikeluarkan selanjutnya untuk menggaji karyawan, biaya pembelian *product* di *supplier*, serta *hosting* dan *domain*.

### 3.2. Activity Diagram

#### a. Activity Diagram Shop

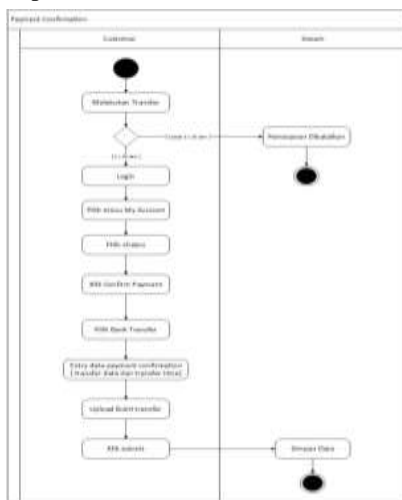
*Customer* mengakses web Sinar Galuh Battery, sistem menampilkan halaman web. *Customer* kemudian melakukan login, selanjutnya admin memilih menu shop, dan web menampilkan *list product*. Setelah itu *Customer* memilih *product*, sistem akan menampilkan *detail product*. Selanjutnya *customer* akan menentukan *quantity*, lalu klik *Add to cart*. Kemudian *customer* klik *view cart* bila sudah memilih produk yang ingin dibeli, jika ingin berbelanja lagi kembali ke menu *shop*. Setelah *customer* melakukan klik *view cart*, sistem akan menampilkan halaman *cart*, selanjutnya *customer* melakukan klik *proceed to checkout*, lalu sistem akan menampilkan halaman *checkout*. Apabila *Customer* belum melakukan *login*, *customer* akan melakukan klik *login* pada *note* yang muncul, selanjutnya *customer* akan melakukan *entry data login*, kemudian akan melakukan validasi data *login* apabila berhasil akan melanjutkan ke proses *entry data billing details* dan hingga selesai prosesnya. Apabila gagal akan dikembalikan ke halaman *entry login*. Dikarenakan *customer* harus *login* terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian barang, dan apabila *customer* sudah *login*, *customer* akan melakukan *entry billing details*. Selanjutnya *customer* memilih jasa ekspedisi, kemudian klik *place order*. Setelah itu sistem akan menampilkan halaman *order received*, dan sistem akan mengirimkan *email* notifikasi *order*. *Customer* akan menerima *email* notifikasi *order* dari sistem.



Gambar 3. Activity Diagram Shop

b. Activity Diagram Payment Confirmation

Customer melakukan transfer, apabila customer tidak melakukan transfer dalam waktu 1 x 24 jam, pesanan akan otomatis dibatalkan. Apabila customer sudah melakukan pembayaran, selanjutnya memilih menu My Account, kemudian customer pilih orders, selanjutnya customer melakukan klik Confirm payment, selanjutnya customer akan memilih bank transfer. Kemudian customer akan melakukan entry data payment confirmation (transfer date dan transfer time), setelah itu customer akan melakukan upload bukti transfer. Selanjutnya customer akan melakukan klik submit, dan sistem akan melakukan penyimpanan di database.

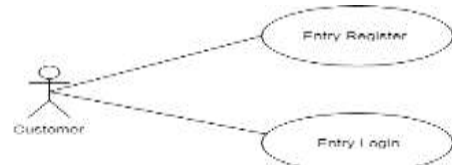


Gambar 4. Activity Diagram Payment Confirmation

3.3. Use Case Diagram

a. Use Case Diagram Master

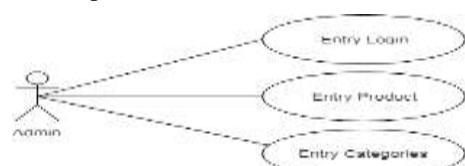
1) Use Case Diagram Master Customer  
Adapun use case diagram master customer dijelaskan pada Gambar 7 berikut ini:



Gambar 7 Use Case Diagram Master Customer

Gambar 7 diatas menjelaskan use case diagram master customer yang terdiri dari: entry register dan entry login.

2) Use Case Diagram Master Admin  
Adapun use case diagram master admin dijelaskan pada Gambar 8 berikut ini:

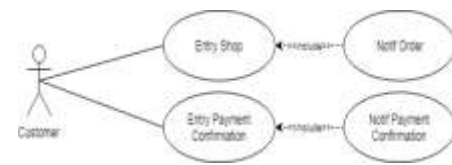


Gambar 8 Use Case Diagram Master Admin

Gambar 8 diatas menjelaskan use case diagram master admin yang terdiri dari: entry login, entry product, entry categories.

b. Use Case Diagram Transaksi

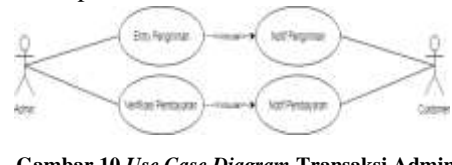
1) Use Case Diagram Transaksi Customer  
Adapun use case diagram transaksi customer dijelaskan pada Gambar 9 berikut ini:



Gambar 9 Use Case Diagram Transaksi Customer

Gambar 9 diatas menjelaskan use case diagram transaksi customer yang terdiri dari: entry shop, dan entry payment confirmation.

2) Use Case Diagram Transaksi Admin  
Adapun use case diagram transaksi admin dijelaskan pada Gambar 10 berikut ini:

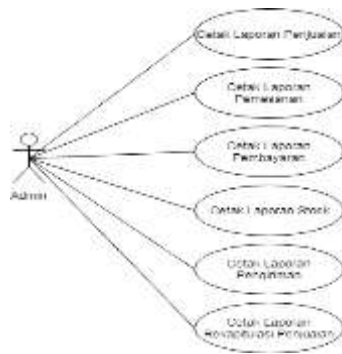


Gambar 10 Use Case Diagram Transaksi Admin

Gambar 10 diatas menjelaskan use case diagram transaksi admin yang terdiri dari: entry pengiriman, dan entry verifikasi pembayaran.

3) Use Case Diagram Laporan

Adapun use case diagram laporan dijelaskan pada Gambar 11 berikut ini:



Gambar 11 Use Case Diagram Laporan

Gambar 11 diatas menjelaskan *use case diagram* laporan yang terdiri dari: laporan penjualan, laporan pemesanan, laporan pembayaran, laporan pengiriman, dan laporan rekapitulasi penjualan.

**3.4 Class Diagram**

Pada Gambar 12 ini merupakan class diagram yang terdapat class di dalamnya seperti *users*, *usermeta*, *comments*, *post*, *term\_taxonomy*, *postmeta*, *terms*, *commentnet*, *woocommerce\_order\_itemmeta*, *term\_relationship*, *woocommerce\_order\_items*, *term meta*, *term\_relationship*.

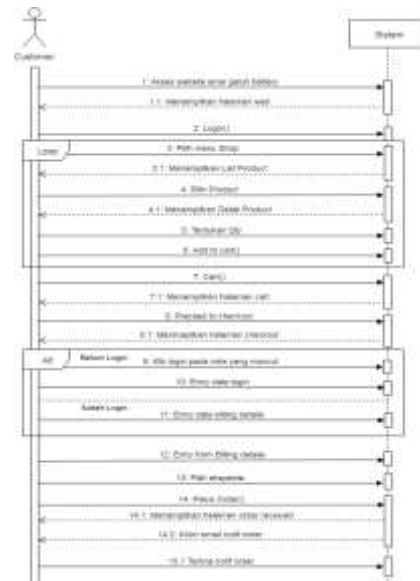


Gambar 12 Class Diagram

**3.5 System Sequence Diagram**

a. *System Sequence Diagram Shop*

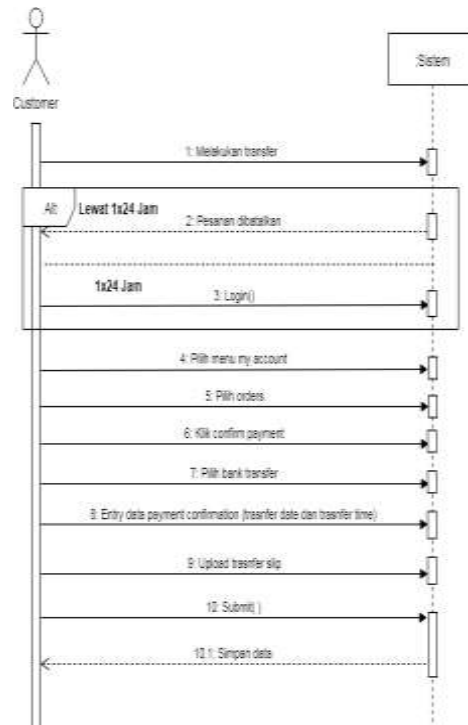
Berikut ini adalah model urutan interaksi antara aktor dan sistem pada sistem *E-Commerce* dalam bentuk *system sequence diagram shop* yang dapat dilihat pada Gambar 13 berikut ini :



Gambar 13 System Sequence Diagram Shop

b. *System Sequence Diagram Payment Confirm*

Berikut ini adalah model urutan interaksi antara aktor dan sistem pada sistem *E-Commerce* dalam bentuk *system sequence diagram shop* yang dapat dilihat pada Gambar 14 berikut ini :



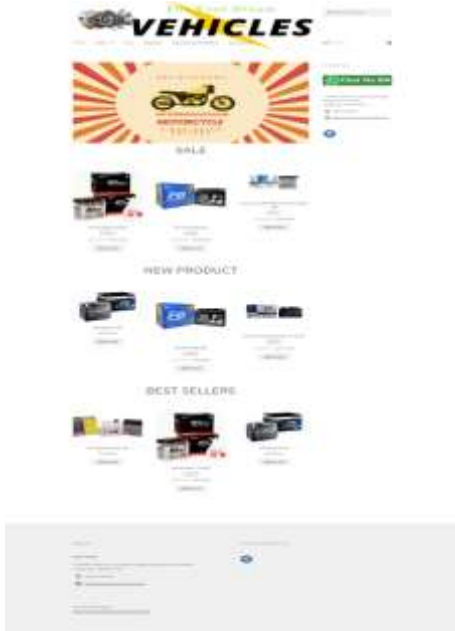
Gambar 14 System Sequence Diagram Payment Confirm

**3.6 Rancangan Layar (User Interface)**

1) Rancangan Layar Home

Pada tampilan rancangan layar *home* ini, menampilkan halaman web dan menu yang ada di dalam web, serta menampilkan produk yang ada di dalam web tersebut, kemudian

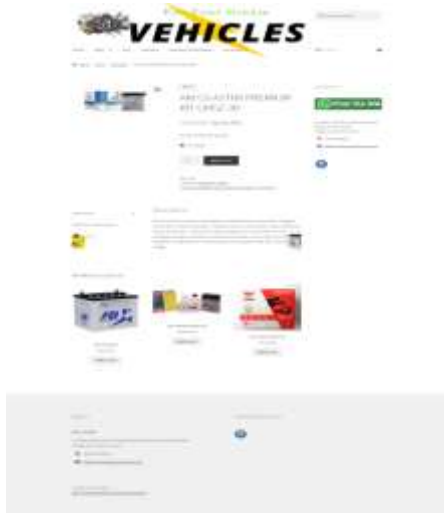
menampilkan halaman *sale*, *new product*, dan juga *best seller*.



Gambar 15 Rancangan Layar Home

2) Rancangan Layar *Detail Product*

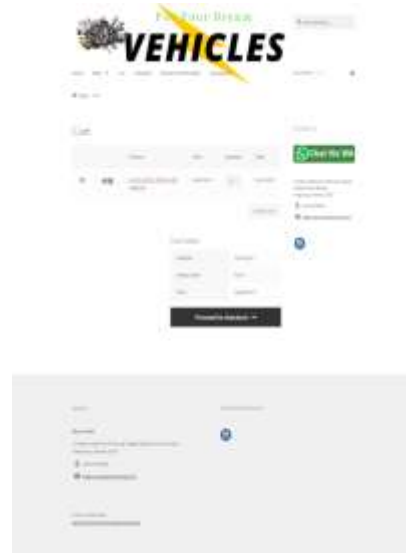
Pada tampilan rancangan layar *detail product* ini, menampilkan data *product* yang dipilih oleh *customer*, yang berisikan gambar dari *product*, kode *product*, nama *product*, dan *description product*. Tampilan ini bertujuan membantu *customer* untuk mengetahui tentang *product* yang dipilih.



Gambar 16 Rancangan Layar Detail Product

3) Rancangan Layar *Cart*

Pada Tampilan Rancangan Layar *Cart* ini, menampilkan halaman yang berisi *product* yang order, *quantity product*, *total harga*, *sub total* dan *kode unik*, dan pilihan untuk *proceed* ke *checkout*.



Gambar 17 Rancangan Layar Cart

4) Rancangan Layar *Checkout*

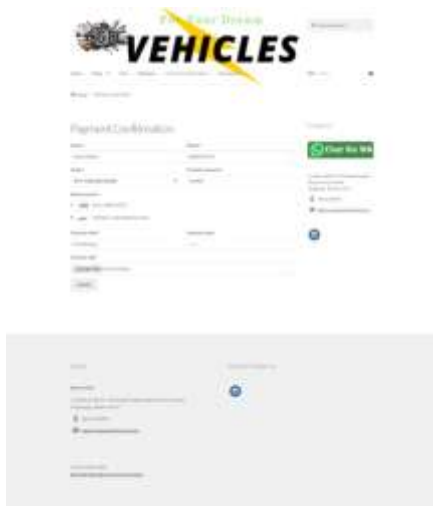
Pada tampilan rancangan layar *checkout* ini menampilkan halaman untuk *customer* setelah melakukan *order*, kemudian diharuskan mengisi data *checkout* untuk melanjutkan ke proses berikutnya, disini *customer* juga bisa melihat pesanan apa yang sudah kita pesan dan memilih untuk melakukan pembayaran.



Gambar 18 Rancangan Layar Checkout

5) Rancangan Layar *Payment Confirmation*

Pada Tampilan layar *Payment confirmation* ini menampilkan halaman untuk *customer* setelah melakukan pembayaran, dan untuk memberikan bukti telah melakukan pembayaran atau transfer, dan *customer* melampirkan *file* berupa foto untuk bukti telah transfer.



Gambar 19 Rancangan Layar Payment Confirmation

3.7 Rancangan Keluaran

a. Rancangan Notifikasi Order

Adapun hasil notifikasi order yang dijelaskan pada Gambar 20 berikut ini:



Gambar 20 Rancangan Notifikasi Order

b. Rancangan Laporan Pemesanan

Adapun hasil dari laporan pemesanan yang dijelaskan pada Gambar 20 berikut ini:



Gambar 21 Laporan Pemesanan

3.8 Search Engine Optimization (SEO)

Untuk Search Engine Optimization (SEO) peneliti menggunakan teknik SEO on page pada website E-Commerce yang telah di buat. Tahapan ini adalah tahapan dasar yang dilakukan dalam optimasi website E-Commerce ini. Teknik ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran pada website E-commerce Sinar Galuh Battery ini. Langkah-langkah dalam optimasi SEO On Page:

- 1) *Keyphrase* :  
Home Sinar Galuh Battery di Karang Tengah.
- 2) *SEO title* :  
Home – Sinar Galuh Battery di Karang Tengah, Tangerang.
- 3) *Slug* :  
Home-sinar-galuh-battery
- 4) *Meta Description* :  
Home Sinar Galuh Battery di Karang Tengah.Toko Sinar Galuh Battery menjual Aki, mulai dari aki Mobil dan Motor, seperti Aki basah dan Aki kering.

Apabila SEO pada website sudah aktif, maka coba untuk melihat di halaman google apakah halaman home sudah terindex atau belum. Jika sudah terindex maka akan menampilkan di halaman pertama pencarian.



Gambar 22 Hasil Pencarian Halaman Home

3.9 Marketing

Penggunaan SEO dalam sebuah website merupakan bagian terpenting untuk meningkatkan jumlah customer, terutama pada website yang berkaitan dengan penjualan menggunakan e-commerce. Jenis teknik marketing yang penulis lakukan pada Toko Sinar Galuh Battery adalah sebagai berikut :

- 1) *Up Selling* :  
Dengan mengadakan potongan harga pada product tertentu di dalam website, teknik ini akan mendorong customer membelanjakan uang lebih banyak, di karenakan customer akan tertarik dengan potongan harga seperti ( discount product, discount pada hari perayaan, dan hari

nasional). Dengan teknik marketing seperti ini diharapkan *customer* akan membeli *product* dan dapat meningkatkan penjualan pada toko Sinar Galuh Battery.

2) *Social Media*:

Menggunakan *social media* sebagai media mempromosikan *product*, sehingga dapat meningkatkan kunjungan pada *website*.

#### 4. KESIMPULAN

Berikut ini adalah kesimpulan dari hasil analisis dan perancangan sistem e-commerce untuk mendukung aktivitas penjualan pada Toko Sinar Galuh Battery :

- a. Dengan adanya *web E-Commerce* ini. Toko Sinar Galuh Battery lebih berkembang dan membantu dalam proses penjualan.
- b. Dengan *website e-commerce* ini membantu toko sinar galuh battey meningkatkan wilayah distribusi, agar bisa diakses dimanapun oleh *customer* ataupun oleh Toko Sinar Galuh Battery.
- c. Dengan *website e-commerce* ini membantu toko sinar galuh battery dalam proses pencatatan pesanan dan penjualan, tanpa harus di tulis tangan.
- d. Dengan adanya *website* ini *customer* tidak perlu datang lagi ke toko, untuk mengetahui informasi tentang *product*, dan juga dengan ada *website* ini tidak ada lagi *customer* yang menyalah gunakan *whatsapp* sebagai media pemesanan.
- e. Dengan adanya jasa kurir di *website* toko sinar galuh battery ini, pesanan *customer* yang ingin diantarkan, dapat dikirim menggunakan kurir.
- f. Dapat mengetahui data laporan penjualan, pemesanan, pembayaran, *stock*, pengiriman, rekapitulasi penjual (rekapitulasi *product* terjual) yang ada, sehingga dapat menunjang proses penjualan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Nugroho, "Perancangan Inovasi Konten Web Radio Streaming Dan Podcasting Pada Radio Puspa FM Pacitan," vol. 4, no. 4, pp. 47–55, 2017.
- [2] U. Bakrie, "Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Jasa AKI Kendaraan Berbasis Sistem Informasi," vol. 1, no. 1, pp. 10–15, 2018.
- [3] S. N. Mandiri and A. Octasia, "Sistem Informasi Penjualan Kaos Berbasis Web Pada Distro Sickness Berbasis E-Commerce," pp. 299–302, 2016.
- [4] R. P. Hastanti, B. Eka, P. Indah, and U. Wardati, "Sistem Penjualan Berbasis Web ( E-Commerce ) Pada Tata Distro Kabupaten Pacitan," *Bianglala Inform.*, vol. 3, no. 2, pp. 1–9, 2015.
- [5] U. Hamdani, Agus and R. L. and Mubarak, "Model E-Commerce Dengan Metode Web

Engineering Method Untuk Menunjang Pemasaran Produk Pada XYZ Pet Shop," *Semin. Nas. Multi Disiplin Ilmu Unisbank*, pp. 1–8, 2019.