

Implementasi Model *E-Commerce* Untuk Mendukung Proses Penjualan Produk Pada Toko Pakaian Takashimura

Muhammad Adityo Fauzan^{1*}, Agus Umar Hamdani²

^{1,2}Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta

Email: ^{1*}m.adityofauzaan@gmail.com, ²agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id
(* : corresponding author)

Abstrak-*E-Commerce* adalah proses transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet di mana *website* digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut. Toko Pakaian Takashimura adalah toko pakaian yang menjual berbagai jenis batik, peralatan sholat, dan pakaian islami yang berlokasi di . Pada toko tersebut mempunyai kondisi pendapatan yang belum maksimal dikarenakan toko tersebut belum mempunyai promosi yang baik, toko tersebut kesulitan untuk mengetahui hasil penjualan karena penulisan laporan dilakukan secara manual. Selain itu, toko sulit mengetahui jumlah stok produk yang tersedia dan sulit untuk mengetahui status pengiriman produk. Berdasarkan masalah-masalah tersebut, penulis menggunakan metodologi *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisa model bisnis, *Fishbone Diagram* untuk menganalisa masalah pada sistem berjalan, Diagram UML untuk menganalisa dan melakukan perancangan sistem informasi, melakukan teknik *startup* dimana penulis membuat aplikasi *E-Commerce* dari nol yaitu membuat aplikasi dengan melakukan pemrograman menggunakan bahasa pemrograman HTML, CSS, dan Typescript beserta *tools* dan beberapa *library* yang diperlukan untuk melakukan pengembangan aplikasi *E-Commerce* seperti Figma untuk mendesain aplikasi, Visual Studio Code sebagai *code editor* untuk menulis program, React sebagai *library* Javascript untuk membangun *user interface*, Express.js untuk *framework back-end*, Git untuk sistem kontrol versi, Github sebagai tempat penyimpanan kode, dan terakhir PostgreSQL sebagai sistem manajemen basis data, dan *Search Engine Optimization* untuk meningkatkan penjualan produk pada Toko Pakaian Takashimura.

Kata Kunci: *e-commerce*, *business model canvas* (BMC), *fishbone diagram*, *search engine optimization* (SEO), *startup*.

E-Commerce Model Implementation To Support The Product Sales Process At Takashimura Clothing Store

Abstract-*E-Commerce* is transaction process that carried out through the Internet in which website is used to carry out the process. Takashimura Clothing Store is a clothing store that sells various kinds of batik, prayer equipment for Muslims, and Islamic clothing located in Bekasi, Pondok Gede. The store has poor income that is caused by having poor promotions, the store also has a difficulty knowing the sales results caused by the reports that is written manually. Also, the store has a difficulty knowing the stock of products it has, and difficulty to know product shipment status. Based on the problems above, the author uses *Business Model Canvas* (BMC) Methodology to analyze business model, *Fishbone Diagram* for analyzing problems in the ongoing system, UML Diagram for analyzing and designing information system, uses *startup* technique namely creating an *E-Commerce* application from scratch that is where the author created an application by doing programming using HTML, CSS, and Typescript programming languages along with tools and some libraries that is used to develop *E-Commerce* application such as Figma for designing the application, Visual Studio Code as the code editor to write the program, React as a Javascript Library to develop User Interfaces, Express.js as the back-end framework, Git for version control system, Github for code repository, and lastly PostgreSQL as database management system, and *Search Engine Optimization* so that this research can improve product sales at Takashimura Clothing Store.

Keywords *e-commerce*, *business model canvas* (BMC), *fishbone diagram*, *search engine optimization* (SEO), *startup*.

1. PENDAHULUAN

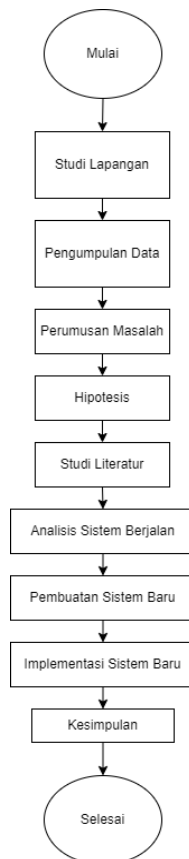
Di abad ke-21 ini, penggunaan teknologi adalah suatu hal yang erat kaitannya dengan manusia. Tidak dapat dipungkiri jika teknologi sistem informasi sangat membantu pekerjaan manusia menjadi lebih efisien. Sistem Informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengelolaan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial, dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang dibutuhkan [1]. *E-Commerce* adalah suatu kegiatan jual beli menggunakan *website* dengan bantuan jaringan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan tersebut [2]. Penelitian-penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai referensi yaitu penelitian pertama yang dilakukan oleh Wirhan dan Gunawan yang berjudul Penerapan *E-Commerce* Pada Toko Bunga *Underwear* [3] dengan menerapkan metode *waterfall* pada toko pakaian dalam, penelitian kedua yang dilakukan oleh Dowisya dan Lusi dengan judul Analisa Dan Perancangan *E-Commerce* Pada Toko Pakaian Rima [4] yang menerapkan model UML pada toko pakaian, penelitian ketiga dilakukan oleh Nabilla dan Adi yang berjudul Rancangan Sistem Informasi Penjualan *Fashion Wanita* Berbasis *E-Commerce* Pada *The Wit's Shop* [5] melakukan implementasian *E-Commerce* untuk

menyelesaikan masalah pada toko *fashion* wanita, penelitian keempat yang dilakukan oleh Pratama dan Hasugian dengan judul Penerapan Metode *E-Commerce* Pada Toko Sepatu Kinya *Store* [6] menghasilkan pembuatan *E-Commerce* pada toko sepatu, dan penelitian kelima yang dilakukan oleh Dady dengan judul Penjualan Dan Pemesanan Baju *Merk Kisse: Sebuah Rekayasa E-Commerce* [7] pembuatan *E-Commerce* pada toko baju.

Toko Pakaian Takashimura adalah toko pakaian yang menjual berbagai jenis batik, peralatan sholat, dan pakaian islami yang berada di Bekasi, Pondok Gede. Pada toko tersebut mempunyai kondisi pendapatan yang belum stabil dikarenakan toko tersebut belum melakukan promosi produk dengan baik dan benar, toko tersebut juga sulit untuk mengetahui hasil penjualan karena penulisan laporan yang masih dilakukan secara manual. Selain itu, toko sulit mengetahui jumlah stok produk yang tersedia dan kesulitan untuk mengetahui status pengiriman produk.

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diuraikan, penulis memilih metode *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisa model bisnis, *Fishbone Diagram* untuk menganalisa masalah pada sistem berjalan menggunakan teknik *startup* yaitu membuat aplikasi *E-Commerce* dari nol, dan *Search Engine Optimization* sehingga menghasilkan suatu *website E-Commerce* dengan *User Interface* yang dapat memudahkan calon pembeli secara terarah saat menggunakan *website*, serta membuat sistem *admin dashboard* yang memudahkan pemilik toko untuk mengurus perihal *E-Commerce* seperti memasukkan dan memperbarui stok barang, memasukkan promo, dan mencetak laporan sehingga memudahkan aktivitas jual beli.

2. METODE PENELITIAN



Gambar 1. Tahap-tahap Penelitian

Berikut ini adalah penjelasan dari tahapan-tahapan penelitian yang terdapat pada gambar 1, yaitu:

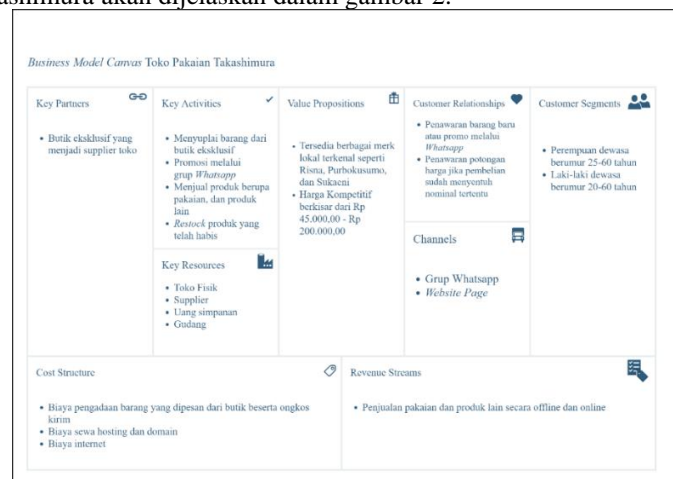
- Tahap Mulai: pada tahap ini, peneliti melakukan berbagai persiapan seperti menyiapkan *draft* wawancara dengan pemilik.
- Tahap Studi Lapangan: pada tahap ini, peneliti mengunjungi objek penelitian yaitu Toko Pakaian Takashimura kemudian melakukan observasi.
- Tahap Pengumpulan Data: pada tahap ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan observasi, wawancara dengan pemilik, dan mengumpulkan dokumen-dokumen.
- Tahap Perumusan Masalah: pada tahap ini, peneliti melakukan perumusan masalah yang dimiliki oleh toko.

- e. Tahap Hipotesis: pada tahap ini, peneliti melakukan hipotesis pada masalah-masalah yang telah dirumuskan pada tahap selanjutnya, hipotesis yang peneliti tentukan yaitu *E-Commerce* beserta *system admin* dapat menyelesaikan masalah yang dimiliki oleh toko.
- f. Tahap Studi Literatur: tahap ini penulis melakukan studi literatur yang bersumber dari jurnal-jurnal terkait dengan pembuatan *E-Commerce* pada toko pakaian yang dirilis diatas tahun 2014.
- g. Tahap Analisis Sistem Berjalan: pada tahap ini, peneliti melakukan analisis terhadap sistem berjalan di Toko Pakaian Takashimura menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*, *Fishbone Diagram*, dan *Unified Modelling Language (UML)*, selanjutnya menghasilkan daftar fitur yang dapat mendukung proses bisnis pada toko beserta *flow* dari fitur-fitur tersebut.
- h. Tahap Pembuatan Sistem Baru: pada tahap ini, peneliti melakukan pembuatan sistem yang baru menggunakan PostgreSQL sebagai RDBMS, HTML, CSS, dan Typescript sebagai bahasa pemrograman, React sebagai *library* untuk membangun *user interface*, Node js sebagai *environment* agar Javascript dapat bekerja sebagai *back end*, Express js sebagai server, Git untuk *version control*, dan Github sebagai *repository* atau penyimpanan kode.
- i. Tahap Implementasi Sistem Baru: pada tahap ini, peneliti melakukan pengimplementasian aplikasi yang telah dibuat, melakukan *Search Engine Optimization (SEO)*, dan *marketing* menggunakan metode 4P yang di mana *place* atau tempat tidak dibahas.
- j. Tahap Kesimpulan: peneliti melakukan penyimpulan mengenai penelitian yang telah dilakukan.
- k. Tahap Selesai: di tahap ini, peneliti melakukan pendaftaran mengenai apa saja yang bisa lebih dikembangkan pada aplikasi yang telah dibuat, pemberian saran bagi peneliti dan pihak objek penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Business Model Canvas (BMC) Untuk Menganalisis Proses Bisnis*

Business Model Canvas adalah sebuah alat yang memiliki manfaat melakukan visualisasi pada semua nilai yang terlibat dalam membangun *roadmap* bisnis, mulai dari konsumen, aliran pemasaran dan rencana dari keuangan [8]. Adapun elemen-elemen di dalam *Business Model Canvas* menurut Hanif, dkk (2021) [9] adalah **Key Partners** yaitu mitra kerja sama pengoperasian organisasi, **Key Activities** yaitu kegiatan dalam menentukan suatu keberhasilan dari model bisnis, **Key Resources** yaitu kumpulan aset penting yang menentukan bentuk keberhasilan dalam menjalankan bisnis model dan mewujudkan proposi nilai yang dijanjikan, **Value Propositions** yaitu penawaran bagi pelanggan untuk memecahkan masalah mereka, **Customer Relationships** yaitu kegiatan pembinaan suatu hubungan yang dilakukan dengan pelanggan, **Channels** adalah sebuah nilai yang menyatakan bagaimana suatu organisasi melakukan komunikasi terhadap pelanggannya, **Customer Segments** yaitu pihak tertentu yang memakai produk atau jasa, **Cost Structure** adalah pengeluaran setelah pengoperasian model bisnis, dan **Revenue Streams** yaitu bagaimana organisasi memperoleh uang. Berikut ini ialah hasil analisis proses bisnis pada Toko Pakaian Takashimura akan dijelaskan dalam gambar 2.



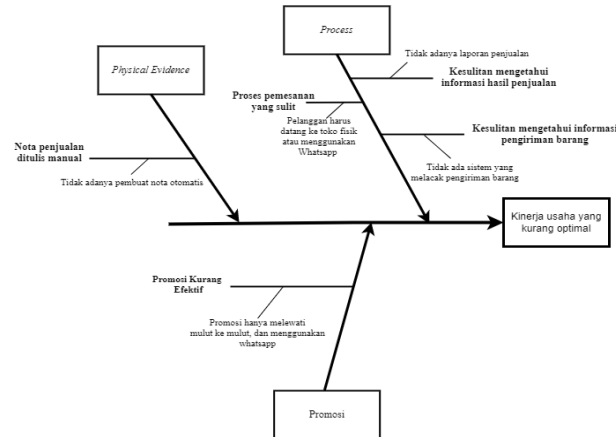
Gambar 2. *Business Model Canvas*

Pada gambar 2, peneliti menentukan hasil analisis *Business Model Canvas* pada toko pakaian yaitu **Key Partners**: toko pakaian Takashimura mempunyai key partners seperti butik eksklusif yang menjadi supplier utama produk, **Key Activities**: menyuplai barang dari butik, kemudian mempromosikannya melalui grup *Whatsapp*, menjual produk, dan *restock* produk yang habis, **Key Resources**: toko fisik untuk menjual langsung dan sebagai *display* produk-produk yang dijual, pemasok atau supplier untuk mendatangkan produk, uang simpanan sebagai dana operasional dan pengadaan barang, dan gudang untuk menyimpan produk-produk, **Value Propositions**:

tersedianya berbagai merk lokal seperti Risna, Purbokusumo, dan Sukaeni, dan harga yang kompetitif, **Customer Relationships**: untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, Toko Pakaian Takashimura melakukan penawaran melalui *Whatsapp*, dan penawaran potongan harga jika pembelian sudah menyentuh nominal tertentu, **Channels**: dengan melalui grup *Whatsapp* dan halaman *website*, **Customer Segments**: perempuan dan laki-laki dewasa berumur 25-60 tahun, **Cost Structure**: biaya pengadaan barang, biaya sewa *hosting* dan domain, dan biaya internet, dan **Revenue Streams**: dengan penjualan pakaian *offline* melalui toko fisik atau *online* melalui *E-Commerce*.

3.2 Fishbone Diagram Untuk Menganalisis Masalah

Fishbone Diagram merupakan suatu teknik grafis dalam menjabarkan penyebab-penyebab dari suatu fenomena atau peristiwa tertentu [10]. Berikut ini ialah hasil analisis masalah yang terdapat pada Toko Pakaian Takashimura pada gambar 3.



Gambar 3. Fishbone Diagram

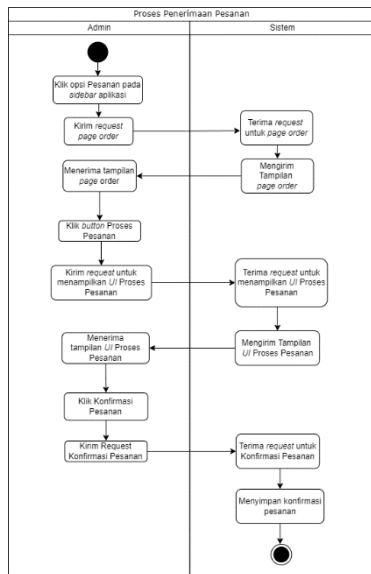
Dari gambar 3, peneliti menentukan solusi dari kumpulan masalah yang terdapat pada Toko Pakaian Takashimura yaitu pengadaan sistem yang dapat mengatasi masalah-maslaah yang dimiliki toko yang dijelaskan dalam tabel 1.

Tabel 1. Analisa Masalah

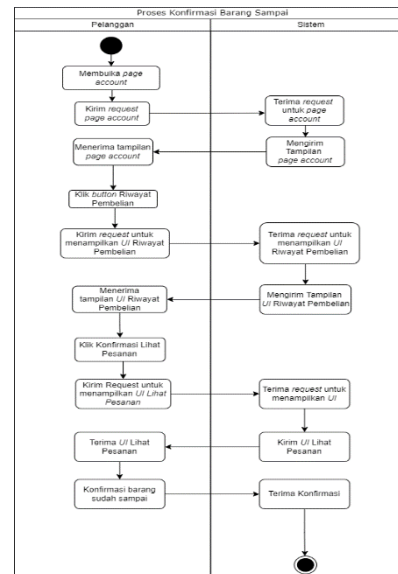
Kategori Masalah	Masalah	Penyebab	Akibat
Proses(Proses)	Kesulitan mengetahui informasi hasil penjualan	Laporan penjualan yang ditulis manual.	Pemilik tidak dapat mengetahui laporan penjualan secara berkala
Proses (Proses)	Proses pemesanan yang sulit	Pelanggan harus datang ke toko fisik atau menggunakan <i>Whatsapp</i>	Sulit mendapatkan pelanggan
Proses (Proses)	Kesulitan mengetahui informasi pengiriman barang	Tidak ada sistem yang melacak pengiriman barang	Sulit mengetahui posisi barang yang dipesanan
Promosi	Pemasaran kurang efektif	Hanya dari mulut ke mulut	Sedikitnya aktifitas jual – beli
Bukti Fisik (Physical Evidence)	Nota penjualan ditulis manual	Tidak adanya pembuat nota otomatis	Sulit menyimpan data penjualan

3.3 Activity Diagram Untuk Menganalisis Proses Bisnis

Activity Diagram menunjukkan aktivitas yang dilakukan oleh pengguna. *Activity Diagram* digunakan untuk menjelaskan alur aktivitas atau proses bisnis, serta untuk memodelkan reaksi yang akan terjadi ketika suatu aktivitas dilakukan dalam sistem [11]. Dijelaskan proses bisnis pada gambar 4 mengenai proses menerima pesanan, dan gambar 5 mengenai konfirmasi barang sampai oleh pelanggan.



Gambar 5. Proses Penerimaan Pesanan



Gambar 4. Proses Konfirmasi Barang Sampai

3.3 Analisis Kebutuhan Sistem

a. Analisis Kebutuhan Fungsional

Berikut kebutuhan fungsional pada *e-commerce* toko pakaian Takashimura yaitu:

Tabel 2. Analisis Kebutuhan Fungsional

No.	Aktor	Deskripsi
1.	Pelanggan	Pelanggan dapat melakukan register, login, menyimpan barang ke keranjang, <i>checkout</i> barang yang ada dikeranjang, kirim <i>invoice</i> , melacak pengiriman, merubah detail akun.
2.	Pemilik	Pemilik dapat melakukan cetak laporan penjualan, cetak laporan pengiriman, cetak laporan pemesanan, cetak laporan barang terjual terbanyak, cetak laporan master produk.
3.	Admin	Pada <i>dashboard</i> penjualan admin dapat melakukan menambah, menghapus, merubah detail, memberi diskon, mengapus diskon pada produk, menambah promo, merubah detail promo, menghapus promo, verifikasi pembayaran, mengirim produk, merubah status pengiriman, dan cetak laporan.

b. Analisis Kebutuhan Non-Fungsional

Kebutuhan non-fungsional dalam membuat *e-commerce* toko pakaian Takashimura yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Analisis Kebutuhan Non-Fungsional

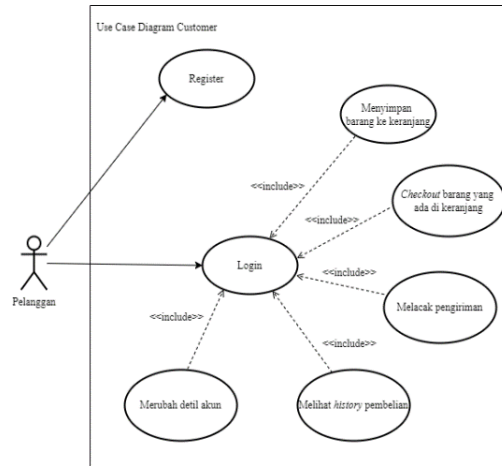
No.	Deskripsi
1.	Sistem dapat menampilkan notifikasi status pengiriman produk.
2.	Pelanggan melihat <i>history</i> pembelian produk.
3.	Sistem menampilkan informasi tentang dan kontak dari toko pakaian.
4.	Sistem menampilkan tipe-tipe produk.

3.4 Use Case Diagram

Use Case Diagram merupakan diagram yang terdiri dari aktor, *use cases*, serta dependensi dari sebuah proyek yang tujuannya untuk menggambarkan secara konseptual relasi antar sistem dan bagian dari luar. Adapun *Use Case Diagram* yang dibuat peneliti dalam penggambaran interaksi pengguna atau aktor dengan sistem yaitu sebagai berikut:

a. Use Case Diagram Customer

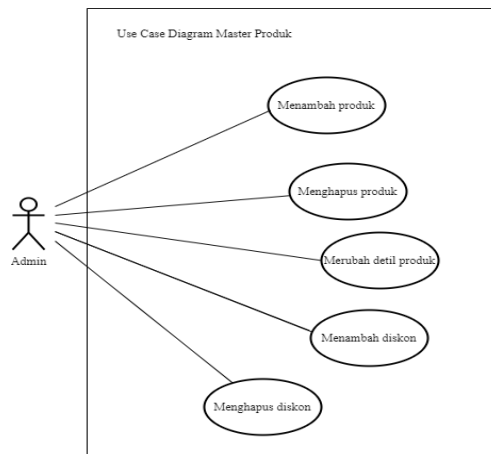
Use Case Diagram ini dilakukan oleh aktor pelanggan, dimana pelanggan dapat melakukan pendaftaran atau *register*, dan *login* agar bisa melakukan aktifitas menyimpan barang ke keranjang, *checkout* barang yang ada di keranjang, melacak pengiriman, melihat *history* pembelian, dan mengubah detail akun. Berikut adalah *Use Case Diagram Customer* yang telah dimodelkan peneliti dalam gambar 6.



Gambar 6. Use case Diagram Customer

b. Use Case Diagram Master Produk

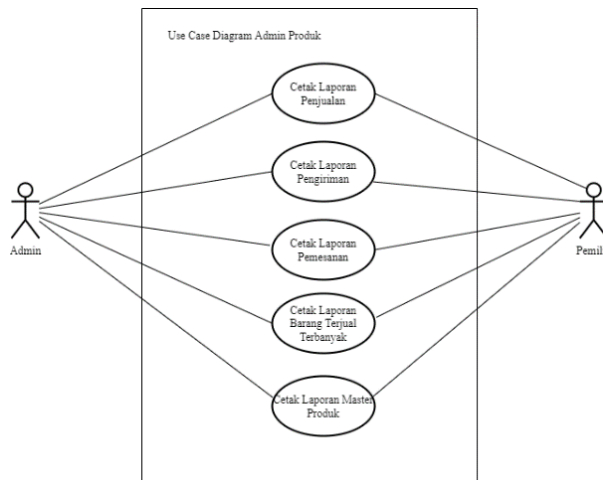
Use Case Diagram ini dilakukan oleh aktor admin, dimana admin dapat menambah produk, menghapus produk, mengubah detail produk, menambah diskon, dan menghapus diskon. Use Case ini digambarkan pada gambar 7.



Gambar 7. Use Case Diagram Master Produk

c. Use Case Diagram Laporan

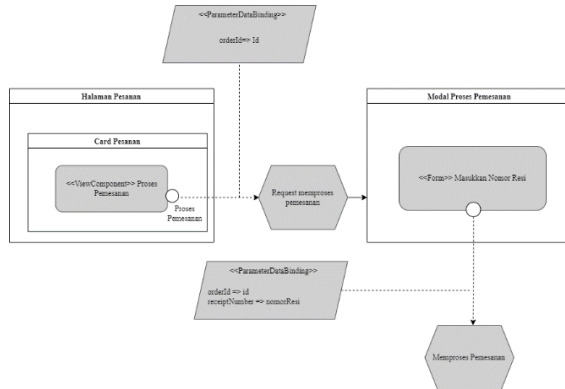
Use Case Diagram ini dilakukan oleh aktor admin, dimana admin dapat melakukan pencetakan laporan dari penjualan, laporan pengiriman, laporan pemesanan, laporan barang terjual terbanyak, dan laporan master produk. Use Case ini digambarkan dalam gambar 8.



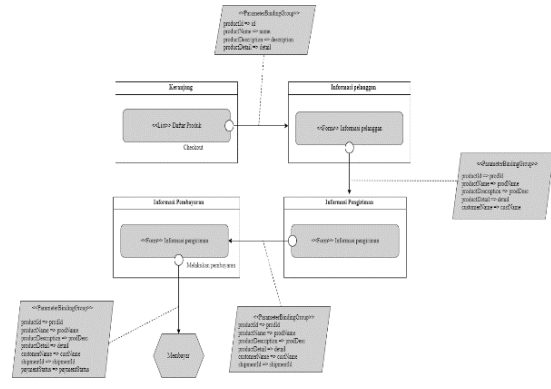
Gambar 8. Use Case Diagram Laporan

3.5 Interaction Flow Modelling Language (IFML) Untuk Menggambarkan Interaksi Pengguna

Interaction Flow Modeling Language merupakan sebuah standar yang ditentukan oleh Object Management Group (OMG), yang digunakan untuk memodelkan interaksi antara *user* dengan *front end* dari aplikasi [12]. Berikut ini adalah IFML yang peneliti telah gambarkan pada gambar 9 dan 10.



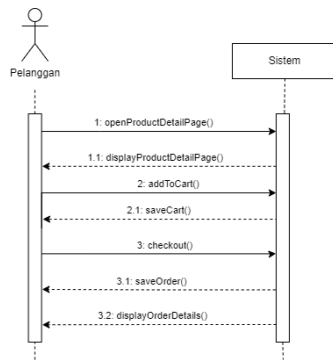
Gambar 9. IFML Proses Pemesanan



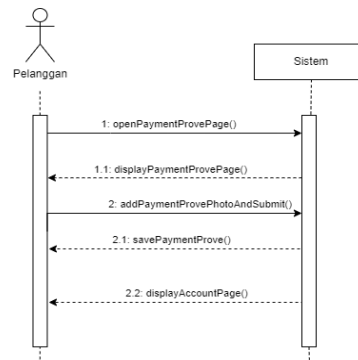
Gambar 10. IFML Checkout

3.6 Sequence Diagram Untuk Menggambarkan Jalannya Sistem

Sequence Diagram merupakan ilustrasi tentang bagaimana sistem akan berperilaku dalam menanggapi perintah user. Berikut merupakan Sequence Diagram yang telah gambarkan peneliti pada gambar 11 dan 12.



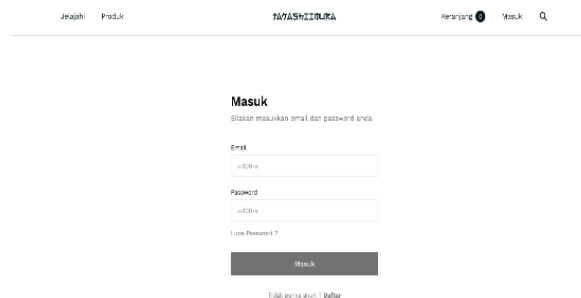
Gambar 11. Sequence Diagram Mememesan



Gambar 12. Sequence Diagram Membayar

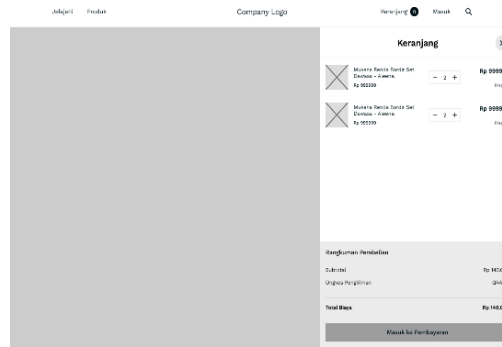
3.7 Tampilan Layar

Tampilan layar bertujuan untuk menggambarkan rancangan desain yang sudah dibuat. Berikut ini adalah tampilan layar pada *E-Commerce* Toko Pakaian Takashimura:



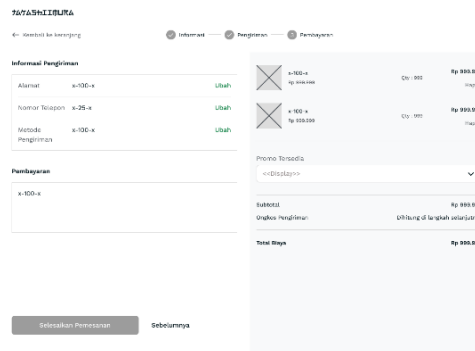
Gambar 13. Login

Halaman login pada gambar 13 ditujukan untuk pelanggan mengakses akun yang telah dibuat agar dapat menambah produk ke keranjang, *checkout* produk yang ada di keranjang, melihat riwayat pembelian, dan melacak pengiriman produk.



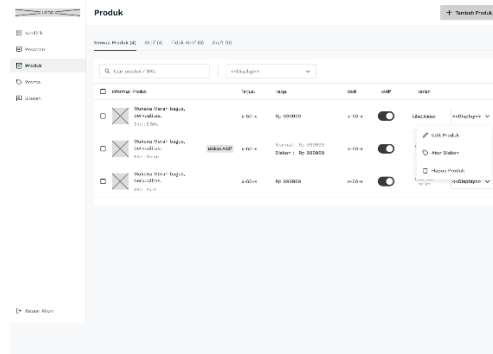
Gambar 14. Cart

Cart atau keranjang pada gambar 14 adalah komponen untuk melihat produk-produk yang akan dibeli oleh pelanggan. Pada Keranjang, ditampilkan produk-produk yang dimasukkan pelanggan untuk dibeli.



Gambar 15. Checkout

Halaman *Checkout* pada gambar 15 adalah halaman untuk memproses pembelian barang, konfirmasi data diri, memilih kurir, memilih promo, dan memasukkan bukti pembayaran.

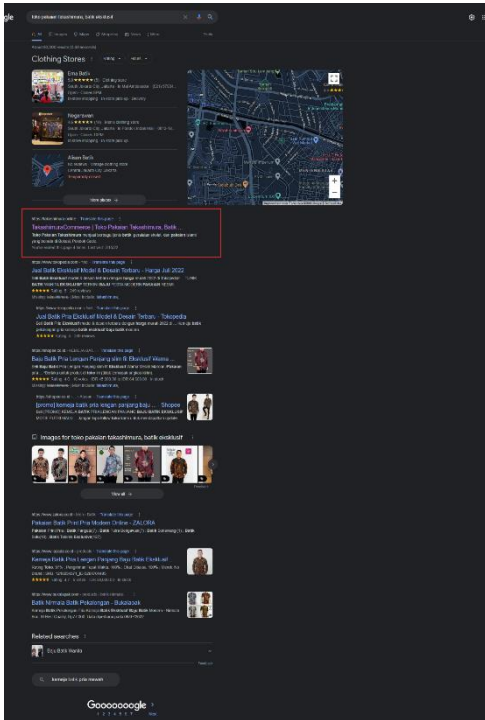


Gambar 16. Layar Produk

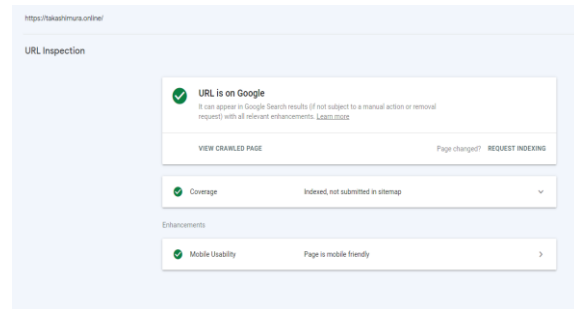
Pada gambar 16 merupakan halaman bagi admin untuk melihat produk-produk beserta detail produk, termasuk menambah produk, menambah diskon, merubah detail produk, menambah stok produk, dan menghapus produk.

3.8 Hasil Implementasi *Search Engine Optimization* (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) adalah usaha atau teknik yang dilakukan pada *website* atau *blog* agar terdapat di posisi teratas pada mesin pencarian [13]. Peneliti melakukan implementasi SEO secara *in code* yaitu melakukan penambahan *Meta Tag*, *Meta Description*, *Heading* pada tiap halaman *E-Commerce*, dan mengembangkan aplikasi *E-Commerce* yang *responsive*. Selain itu, peneliti melakukan *Request Indexing* pada *Google Search Console*. Berikut ini adalah gambar-gambar terkait implementasi SEO.



Gambar 17. Index Website di Google



Gambar 18. Pendaftaran Website Ke Google



Gambar 19. Hasil Performance

3.9 Hasil Implementasi Marketing

Dalam pemasaran atau *marketing*, peneliti menggunakan metode 4P yang dimana tempat (*place*) tidak dibahas.



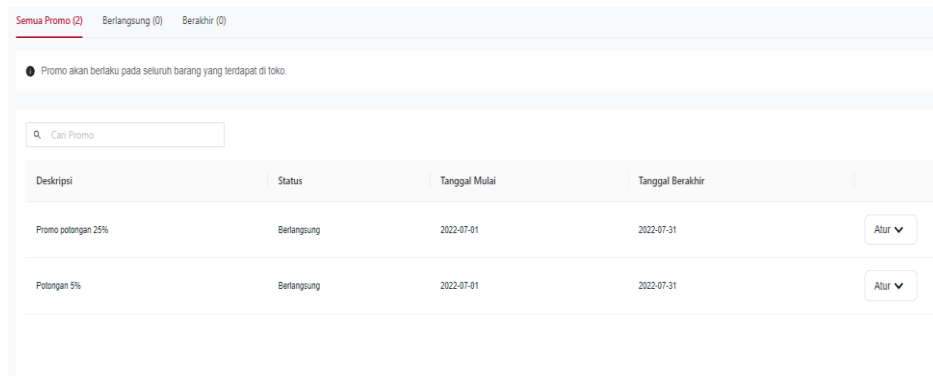
Gambar 20. Produk Takashimura

Untuk Produk atau *Product* pada gambar 20, dengan metode 4p Toko Pakaian Takashimura menyediakan berbagai jenis produk seperti batik, *long dress*, peralatan sholat, dan berbagai macam pakaian islami yang berkualitas berasal dari berbagai butik eksklusif yang berada di Jawa Tengah seperti Solo dan Yogyakarta.



Gambar 21. Harga Produk Takashimura

Untuk Harga (*Price*) pada gambar 21, Toko Pakaian Takashimura menawarkan harga yang relatif bersaing untuk kualitas yang sangat baik, bahkan dapat dinyatakan bersaing di pasaran. Hal ini dikarenakan pengadaan barang yang banyak sehingga diberikan potongan harga.



Screenshot of a promotion management interface. At the top, there are tabs for 'Semua Promo (2)', 'Berlangsung (0)', and 'Berakhir (0)'. Below the tabs, there is a notification: 'Promo akan berlaku pada seluruh barang yang terdapat di toko.' A search bar labeled 'Cari Promo' is present. The main content is a table with columns: 'Deskripsi', 'Status', 'Tanggal Mulai', 'Tanggal Berakhir', and an 'Atur' button. Two rows are visible, both with 'Berlangsung' status and dates from 2022-07-01 to 2022-07-31.

Deskripsi	Status	Tanggal Mulai	Tanggal Berakhir	Atur
Promo potongan 25%	Berlangsung	2022-07-01	2022-07-31	Atur ▼
Potongan 5%	Berlangsung	2022-07-01	2022-07-31	Atur ▼

Gambar 22. Promosi Takashimura

Selain itu pada gambar 22 dapat dijelaskan bahwa pelanggan bisa mendapat diskon dan Promosi (*Promotion*) berupa potongan harga. Toko Pakaian Takashimura menawarkan promosi yang ditambahkan melalui sistem admin, promosi yang ditawarkan berupa potongan harga dari keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Setelah dilakukannya analisa terhadap sistem berjalan pada Toko Pakaian Takashimura sebagai objek penelitian, ditemukannya beberapa permasalahan dengan melakukan penelitian sehingga peneliti menghasilkan solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada objek penelitian yaitu merancang sistem *E-Commerce* dan sistem Admin dengan harapan pemilik dapat melihat detail produk sehingga memudahkan mencari informasi stok, adanya promosi pada *E-Commerce* juga dapat meningkatkan penjualan produk, dan adanya sistem pelacakan diharapkan pelanggan dapat mengetahui status pengiriman produk, serta adanya fitur cetak laporan penjualan diharapkan pemilik dapat mengetahui riwayat penjualan pada periode tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Hutahean, Konsep Sistem Informasi, Deepublish, 2014, Pp. 13-13.
- [2] I. F. Hanif, M. Sholeh Dan D. Febriawan, Modul Pembelajaran E-Commerce, R. R. Rerung, Penyunt., Bandung: Media Sains Indonesia, 2021, Pp. 4-4.
- [3] W. Fahrozi Dan D. Indra Gunawan Hts, "Penerapan E-Commerce Pada Toko Bunga Underwear Abstrak," 2020.
- [4] D. Havanais Dani Dan L. Fajarita, "Analisa Dan Perancangan E-Commerce Pada Toko Pakaian Rima," 2019.
- [5] N. Faujia Dan A. Widjaja, "Rancangan Sistem Informasi Penjualan Fashion Wanita Berbasis E-Commerce Pada The Wit's Shop," 2019.
- [6] R. Octa Pratama Dan H. Hasugian, "Penerapan Metode E-Commerce Pada Toko Sepatu Kinya Store," 2019.
- [7] D. M. Sofian, "Penjualan Dan Pemesanan Baju Merk Kisse: Sebuah Rekayasa E-Commerce," 2020.
- [8] A. Wulandary, F. R, A. Mursalat, A. T. Darhyati Dan . Masitah, Business Model Canvas: Implementasi Terhadap Industri Rumahan Produk Virgin Coconut Oil (Vco), Meida Sains Indonesia, 2020, Pp. 7-7.
- [9] F. M. Royan, Bisnis Model Kanvas Distributor, Gramedia Pustaka Utama, 2014, Pp. 13-16.
- [10] M. Coccia, "The Fishbone Diagram To Identify, Systematize And Analyze The Sources Of General Purpose Technologies," 2018.
- [11] T. S. Sukamto, L. E. Nugroho Dan W. W. Winarno, "Desain Sistem Informasi Akreditasi Program Studi Berbasis Website Di Indonesia," 2016.
- [12] J. Blanckaert, "Faculty Of Science And Bio-Engineering Sciences Integrating The Interaction Flow Modelling Language (Ifml) Into The Web Semantics Design Method (Wsdm)," 2014.
- [13] A. P. Adi, Seo Untuk Blog, Elex Media Komputindo, 2017, Pp. 1-1.