

Penerapan *Technopreneurship* Melalui Implementasi Aplikasi *E-Commerce* Pada Katering Hamidah Kitchen

Tsania Junaida^{1*}, Bullion Dragon Andah²

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

Email: ^{1*}1812500070@student.budiluhur.ac.id, ²bullion.dragon@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak-Seiring kemajuan zaman yang sudah serba digital saat ini semua aktivitas kegiatan menjual maupun membeli baik produk *digital*, fisik maupun jasa sudah dilakukan secara cepat dengan adanya sistem *E-commerce*. Hamidah Kitchen merupakan UMKM (unit mikro kecil dan menengah) yang bergerak dalam bidang jasa *catering* di kota Tangerang. Kendala yang dihadapi oleh studi kasus penulis yaitu belum diterapkannya jasa *E-commerce* sebagai alat bisnis, dan juga dari segi promosi yang dilakukan masih cara konvensional yaitu *word of mouth* sehingga jangkauan pasar hanya di dekat dari unit UMKM. Dengan ini penulis menawarkan solusi berupa dibuatkannya aplikasi *e-commerce* berbasis *website* untuk memaksimalkan penjualan yang dilakukan pada katering Hamidah Kitchen. Sebelum menerapkan penerapan *e-commerce* peneliti melakukan perencanaan dengan menggunakan metode *Business model canvas (BMC)* dalam penyusunan strategi komponen – komponen yang saling terlibat didalamnya. Kemudian, menggambarkan berupa sistem usulan menggunakan metode *Unified Modelling Language (UML)* sebagai sarana perancangan permodelan secara visual. Langkah terakhir yang dilakukan penulis berupa menerapkan *Interaction Modelling Language (IFML)* sebagai sarana pendukung dalam interaksi *user* dalam menggunakan aplikasi berbasis *e-commerce* yang akan dibuat. Dengan ini, diharapkan hasil yang dilakukan penulis pada katering Hamidah Kitchen meningkat.

Kata Kunci: *technopreneurship, e-commerce, content management system (CMS)*

Application of Technopreneurship Through the Implementation of E-Commerce Applications at Hamidah Kitchen Catering

Abstract-Along with the progress of the all-digital era, all activities of selling and buying both digital, physical and service products have been carried out quickly with the *E-commerce* system. Hamidah Kitchen is an UMKM (small and medium micro unit) which is engaged in catering services in the Tangerang city. The obstacle faced by the author's case study is that *E-commerce* services have not been implemented as a business tool, and also in terms of promotions that are carried out are still in the conventional way, namely *word of mouth* so that market reach is only near the UMKM unit. With this the author offers a solution in the form of a *website-based e-commerce* application to maximize sales made at Hamidah Kitchen's catering. Before implementing the application of *e-commerce*, the researchers planned using the *Business Model Canvas (BMC)* method in formulating the strategy of the components that were involved in it. Then, it describes a proposed system using the *Unified Modeling Language (UML)* as a means of visually designing modeling. The last step taken by the author is to apply the *Interaction Modeling Language (IFML)* as a means of supporting user interaction in using the *e-commerce* based application that will be created. With this, it is hoped that the results carried out by the author on Hamidah Kitchen's catering will increase

Keywords: *technopreneurship, e-commerce, content management system (CMS), website, business model canvas (BMC)*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini yang semakin maju dan serba cepat menyebabkan persaingan antar perusahaan maupun para pelaku usaha kecil dan menengah yang menjual berbagai dagangannya. Salah satu dari banyaknya para pelaku usaha yaitu penyedia usaha jasa katering. Bisnis katering merupakan suatu kegiatan yang memproduksi makanan dan minuman yang akan dijual kepada konsumen yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan [1]. Seiring jalannya waktu penyedia jasa katering pun mulai bertambah, hal tersebut karna adanya peningkatan minat masyarakat. Saat ini banyaknya para pelaku usaha yang memanfaatkan internet dalam membantu menaikkan penjualan bisnis mereka, dimana berbagai *platform* yang semakin canggih dan penggunaannya yang mudah dipahami membuat para pelaku usaha memanfaatkan teknologi internet untuk menaikkan penjualan serta *traffic* usaha mereka.

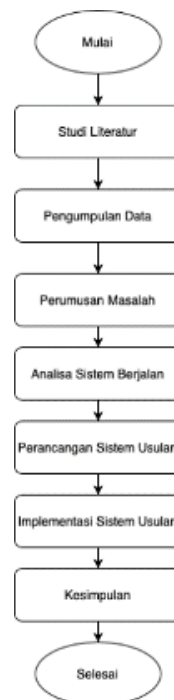
Berdasarkan masalah yang terjadi dan manfaat yang didapat dari penelitian sebelumnya, maka diperlukan pembuatan suatu *platform* berbasis *e-commerce* pada Katering Hamidah Kitchen dengan harapan *platform* tersebut dapat meningkatkan jangkauan pemasaran, kemudahan akses informasi yang diberikan kepada calon *customer*, penjualan yang akan semakin meningkat sehingga pelaku usaha dapat bersaing dan berkembang. Permasalahan yang dihadapi oleh Hamidah Kitchen juga terletak pada pemesanan katering melalui telepon atau datang langsung adalah kurangnya informasi mengenai harga dan menu katering, proses pemesanan yang menggunakan banyak waktu, serta tidak tersedianya informasi mengenai pemesanan menu yang sering dibeli [2].

Adanya *e-commerce* dapat menghemat biaya pengeluaran barang dan jasa, serta dapat menumbuhkan kepuasan *customer* sepanjang yang melibatkan kesempatan untuk menemukan produk yang diperlukan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan keunggulan yang terbaik sesuai dengan harganya. Membeli atau menjalankan transaksi penjualan menggunakan internet sangat berbeda dengan membeli atau melakukan transaksi penjualan di dunia nyata. Menggunakan *e-commerce* dimana pihak pembeli cukup mengakses internet ke Portal *website* perusahaan yang mempromosikan produknya di internet, yang kemudian pihak pembeli cukup mempelajari ketentuan – ketentuan yang disyaratkan pihak penjual. Diperoleh dari sebuah aplikasi untuk keperluan pemesanan katering yang telah diuji dan mendapatkan hasil yang cukup baik dengan presentasi 85% [3]

Menjadi suatu kemudahan bagi masyarakat dan pemilik katering apabila dikembangkan dengan menggunakan suatu *website*, sehingga memudahkan konsumen dan pemilik katering dalam memesan dan menerima pesanan dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan bantuan internet. Diharapkan dengan penerapan aplikasi *e-commerce* dalam pemesanan katering berbasis *website* dapat lebih baik dan efisien.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian



Gambar 1. Desain Penelitian

Pada penelitian ini dimulai dengan melakukan studi literatur berdasarkan penelitian dari jurnal-jurnal atau tugas akhir mengenai topik *e-commerce*. Selanjutnya, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan observasi, wawancara, analisis dokumen, studi literatur dan analisa dokumen yang sudah ada. Dengan ini penulis merumuskan masalah berdasarkan data yang telah terkumpul, lalu penulis menganalisa sistem berjalan untuk sistem usulan menggunakan *Fishbone diagram* dan teori *mix marketing 4P*. Penulis melakukan pemodelan sistem usulan menggunakan UML dan IFML Setelah itu penulis mengimplementasikan sistem usulan menggunakan CMS *wordpress* dengan *plugin – plugin* yang dibutuhkan serta penerapan teknik SEO dan *mix marketing 4P*.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Yuni Sugiarti, S.T, M.Kom “*Unified Modeling Language (UML)* adalah sebuah bahasa yang telah menjadi standar dalam industri untuk visualisasi, merancang dan mendokumentasikan sistem peranti lunak” [4]. Teknik yang digunakan untuk menganalisis sistem berjalan menggunakan alat bantu *Unified Modeling Language (UML)*, antara lain:

a. Analisa Proses Bisnis

Proses bisnis dilakukan dengan menguraikan proses bisnis berjalan dalam lingkup penelitian, kemudian dipaparkan menggunakan *ActivityDiagram* dengan menggunakan *tools Draw.io*.

b. Analisa Masalah

Dalam analisa masalah yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis *Fishbone Diagram*.

c. Analisa Kebutuhan Sistem

Analisa kebutuhan pada sistem, dilakukan setelah menemukan permasalahan pada Jasa Katering Hamidah Kitchen, kemudian permasalahan tersebut dibuatkan sebuah solusi dengan menggunakan *Business Model Canvas* dan mengidentifikasi kebutuhan fungsional yang diperlukan serta kebutuhan non fungsional. Lalu, digambarkan menggunakan permodelan dari sistem dengan menggunakan *Activity Diagram*, *Use Case Diagram*, *Sequence Diagram*, dan *Class Diagram* sebagai fungsional sistem dengan menggunakan *tools Draw.io*.

2.3 Metode Analisis Sistem Berjalan

Menurut Yuni Sugiarti, S.T, M.Kom “*Unified Modeling Language (UML)* adalah sebuah bahasa yang telah menjadi standar dalam industri untuk visualisasi, merancang dan mendokumentasikan sistem peranti lunak” [4]. Teknik yang digunakan untuk menganalisis sistem berjalan menggunakan alat bantu *Unified Modeling Language (UML)*, antara lain:

a. Analisa Proses Bisnis

Proses bisnis dilakukan dengan menguraikan proses bisnis berjalan dalam lingkup penelitian, kemudian dipaparkan menggunakan *Activity Diagram* dengan menggunakan *tools Draw.io*.

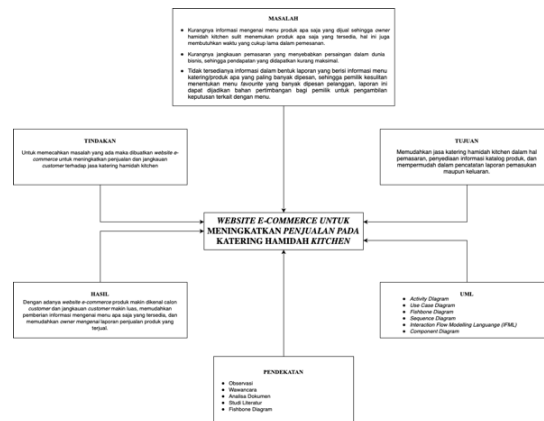
b. Analisa Masalah

Dalam analisa masalah yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis *Fishbone Diagram*.

c. Analisa Kebutuhan Sistem

Analisa kebutuhan pada sistem, dilakukan setelah menemukan permasalahan pada Jasa Katering Hamidah Kitchen, kemudian permasalahan tersebut dibuatkan sebuah solusi dengan menggunakan *Business Model Canvas* dan mengidentifikasi kebutuhan fungsional yang diperlukan serta kebutuhan non fungsional. Lalu, digambarkan menggunakan permodelan dari sistem dengan menggunakan *Activity Diagram*, *Use Case Diagram*, *Sequence Diagram*, dan *Class Diagram* sebagai fungsional sistem dengan menggunakan *tools Draw.io*.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Berpikir

Menurut (Sugiono, 2017) mengemukakan bahwa, kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting [5]. Pada *diagram* kerangka pemikiran dibawah ini, tertera kondisi dari masalah yang ada Kurangnya informasi mengenai menu produk apa saja yang dijual sehingga *owner* Hamidah Kitchen sulit menemukan produk apa saja yang tersedia, hal ini juga membutuhkan waktu yang cukup lama dalam pemesanan, Kurangnya jangkauan pemasaran yang menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis, sehingga pendapatan yang didapatkan kurang maksimal, tidak tersedianya informasi dalam bentuk laporan yang berisi informasi menu catering/produk apa yang paling banyak dipesan, sehingga pemilik kesulitan menentukan menu *favourite* yang banyak dipesan *customer*, laporan ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pemilik untuk pengambilan keputusan terkait dengan menu.

Berdasarkan pendekatan analisis masalah yang dilakukan oleh penulis berupa observasi, wawancara, analisa dokumen, studi literatur dan analisis *fishbone diagram*. Untuk menganalisa masalah penulis menggunakan UML untuk menganalisa dan mendesain sistem baru, *marketing mix 4P* sebagai teori untuk strategi pemasaran, CMS untuk pembuatan *website* dan SEO digunakan untuk pengoptimalisasian *website* dalam pencarian kata kunci pada *search engine*. Penulis mengambil tindakan untuk memecahkan masalah yang ada maka dibuatkan *website e-commerce* untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan *customer* terhadap jasa catering Hamidah Kitchen. Hal tersebut dengan tujuan memudahkan catering Hamidah Kitchen dalam hal

pemasaran, penyediaan informasi katalog produk, dan mempermudah dalam pencatatan laporan pemesanan maupun keluaran. Dengan adanya *website e-commerce* produk makin dikenal oleh calon *customer* dan jangkauan *customer* semakin luas.

2.5 Tahap Analisis Sistem

Adapun teknik yang digunakan dalam menganalisa yang dilakukan oleh penulis adalah menggunakan *Fishbone Diagram*, untuk menganalisa sebab akibat pada suatu kasus. Dalam hal ini penulis menganalisa penyebab pada masalah yang ada pada katering hamidah *kitchen* dan model UML untuk perancangan sistem dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menentukan Permasalahan
Menentukan permasalahan yang terjadi pada proses bisnis yang berjalan pada Katering Hamidah *Kitchen*.
- b. Menganalisa sebab akibat dari permasalahan dalam penggunaan *fishbone diagram*
Menggunakan *fishbone diagram* dengan permasalahan yang dimulai dari kepala ikan dan sebab akibat sebagai duri dari *diagram* atau cabang dari permasalahan yang terjadi pada katering hamidah *kitchen*.
- c. Membuat *Activity diagram* sistem usulan
Membuat *activity diagram* dari proses-proses yang ada dengan mendeskripsikan kegiatan yang dilakukan oleh suatu aktor dalam sistem usulan.
- d. Membuat *Use case diagram* sistem usulan
Membuat *use case diagram* beserta deskripsinya dengan mendeskripsikan kegiatan apa yang akan dilakukan oleh sistem dengan user.
- e. Membuat *Class Diagram* sistem usulan
Membuat *class diagram* beserta penjelasan fungsinya sebagai model data dengan menentukan *class* dan menjelaskan hubungan antar *class* tersebut dan bagaimana caranya mereka saling berhubungan.
- f. Membuat struktur tampilan (Menu)
Membuat struktur tampilan menu dan sub menu yang ada pada *website* yang akan dibuat.
- g. Membuat *Sequence Diagram*
Membuat *sequence diagram* dengan menentukan aktor dan sistem yang menggambarkan interaksi *user* dengan sistem secara berurutan.
- h. Membuat *Component Diagram*
Dalam pembuatan *component diagram* penulis menggambarkan berdasarkan *plugin – plugin* yang digunakan pada pembuatan *website* hamidahkitchen.store.

2.6 Teknik Strategi Marketing

Pemasaran sebagai “*Marketing as the process by which companies engage customers, build strong customer relationship in order to capture value from customers in return*”. Pengertian ini menjelaskan jika pemasaran merupakan suatu tahapan bagi perusahaan dalam menghasilkan nilai untuk konsumen serta menciptakan relasi yang erat dengan konsumen yang berguna untuk mengetahui nilai dari konsumen sebagai balasannya [6]. Strategi marketing yang penulis gunakan adalah *marketing mix 4p* dengan hanya membahas strategi *product* atau produk, *price* atau harga dan *promotion* atau promosi [7]. Strategi marketing yang digunakan ialah *marketing mix 4P* dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Strategi Produk (*Product*)
Penetapan strategi produk yang dilakukan oleh penulis ialah dengan membuat katalog sehingga dapat memudahkan pelanggan dalam mencari produk yang diinginkan.
- b. Harga (*Price*)
Pada penerapan harga yang sesuai dengan produk yang diinginkan, hamidah *kitchen* dapat menyesuaikan dengan keinginan *customer*. Produk yang ditawarkan katering hamidah *kitchen* memakai kualitas bahan produksi yang baik, seperti bahan tanpa pengawet, pengemasan yang aman untuk makanan, dan juga memakai bahan masakan yang *fresh*. Yang menjadikan katering hamidah *kitchen* tidak kalah saing dengan *brand* lain yang lebih dahulu adalah harga yang ditawarkan juga lebih terjangkau.
- c. Promosi (*Promotion*)
Pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan *website* dapat meningkatkan pemasaran, penjualan dan pendapatan dengan cara selalu *update* produk-produk terbaru dan selalu aktif dalam meningkatkan aktivitas *website* dan menggunakan media sosial *instagram* serta *whatsapp*.

2.7 Teknik Search Engine Optimization (SEO)

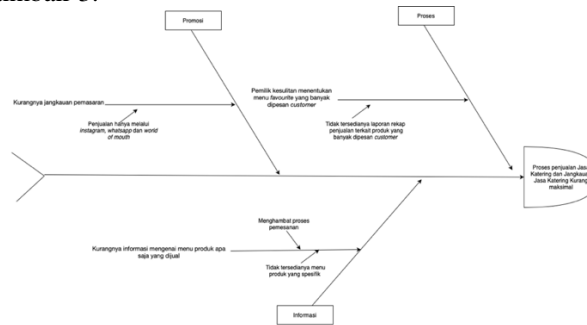
Menurut Hayati & Meylasari, “SEO adalah teknik yang digunakan agar *website* dapat dikenal dengan mudah oleh mesin pencari sehingga dapat meningkatkan pengunjung *website*” Dalam penulisan Tugas Akhir (TA) ini penulis menerapkan fitur SEO dengan bantuan teknik *On-Page* SEO sebagai berikut:

- a. Memverifikalsi kepemilikan domalin dengaln *google searrch console*.
Verifikasi kepemilikan domain dengan *google console* dapat dilakukan dengan memasukkan nama domain yang ingin di verifikasi ke kolom domain. Setelah itu, kita akann mendapat kode verifikasi. Lalu, masukkan kode tersebut ke *zone editi* padacpanel *hosting* yang tersedia dan menunggu verifikasi.
- b. Sitemalp
Aktifkan fitur *sitemap* pada *plugin* Yoast SEO yang terdapat di *wordpress* dengan cara mengklik menu Yoast SEO, lalu ke *sub menu* umum dan klik tab menu fitur. Aktifkan dengan menyalakan *toggle button* dan klik simpan perubahan.
- c. Request Indexing
Tahap selanjutnya adalah melakukan *request indexing* dengan memasukkan link yang ingin di *index* pada menu URL *inspection* dan mengklik *Request Indexing*.
- d. Yoalst SEO
Pasang *plugin Yoast SEO* pada *wordpress* dan ikuti pengaturan yang disarankan oleh Yoast SEO seperti mengisi frasa kunci, judul SEO, *meta description*, *meta tag*, *alt-tag*, *image tittle* dan *image sedcription*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Masalah Menggunakan *Fishbone Diagram*

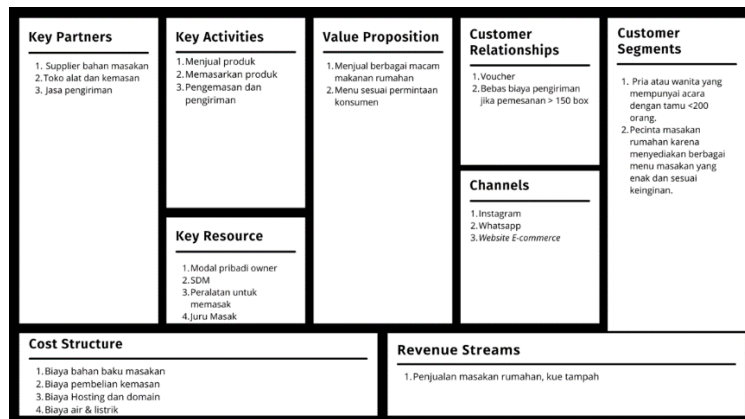
Di balwalh ini merupalkaln alnallisis malsallah menggunakaln metode *fishbone dialgralm* yang dikutip menurut Al. Valndy Pralmujalyal (2019), *fishbone dialgralm* merupalkaln suatu metode alnallisis yang digunakaln untuk mengidentifikalsi malsallah kuallital daln *check point* yang meliputi empalt jenis balhalm altalu perallaltaln, tenalgal kerjal daln metode [9]. Berikut alnallisis malsallah yang terdalpalt paldal kaltering Halmidalh *Kitchen* paldal galmbalr 3:



Gambar 3. *Fishbone Diagram*

3.2 Analisis Model Bisnis menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*

Menurut Santoso “*Business Model Canvas* adalah suatu kerangka kerja yang membahas model bisnis dengan disajikan dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan, agar dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah” [10]. Pada tahap ini akan membahas rencana bisnis dari katering Hamidah *kitchen* menggunakan Model Bisnis Kanvas. Pada Gambar 4 merupakan *Business Model Canvas* jada katering Hamidah *Kitchen* yang terdiri dari 9 blok yaitu *Value Propositions*, *Customer Segment*, *Customer Relationship*, *Channels*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Key Partners*, *Cost Structure* dan *Revenue Streams*. Berikut adalah gambaran rencana bisnis katering Hamidah *Kitchen* pada gambar 3 dan deskripsi pada setiap elemen *Business Model Canvas*:



Gambar 4. *Business Model Canvas*

3.3 Analisis Bisnis Menggunakan Activity Diagram

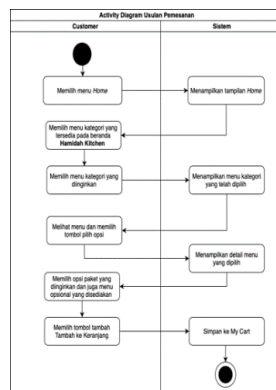
3.3.1 Activity Diagram Login Customer



Gambar 5. Activity Diagram Login Customer

Berdasarkan pada gambar 5 mengenai berdasarkannya mengenai *Activity Diagram* usulan *login*, *customer* yang sudah pernah registrasi akan memilih menu *profile* dan memilih menu *login*. Sistem secara otomatis akan menampilkan menu *login* dan *customer* akan memasukkan *username* dan *password*. Jika, *customer* lupa *password*, *customer* diharapkan untuk mengecek *email* yang diterima saat *register*. Lalu, *customer* memilih tombol *login* untuk memasuki *website* *Hamidah kitchen*

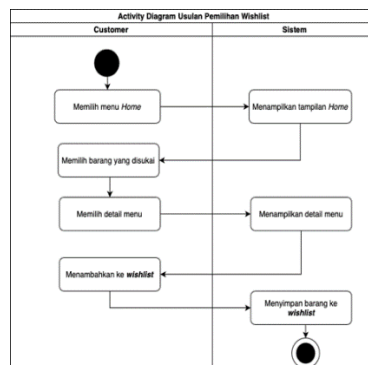
3.3.2 Activity Diagram Pemesanan



Gambar 6. Activity Diagram Pemesanan

Berdasarkan gambar 6, *user* memilih menu *home* dan sistem secara otomatis menampilkan tampilan yang sesuai diinginkan *user*. *User* memilih menu dan memilih tombol pilih pada opsi yang tersedia, lalu memilih tombol tambah keranjang.

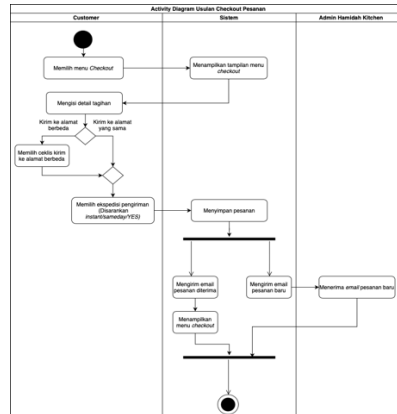
3.3.3 Activity Diagram Wishlist



Gambar 7. Activity Diagram Wishlist

Berdasarkan gambar 7, jika customer hanya ingin menyimpan barang yang diinginkannya sebelum memasuki ke keranjang, customer dapat memasuki detail barang dan memilih menu *wishlist*. Makabarang yang disimpan akan masuk kedalam *wishlist*.

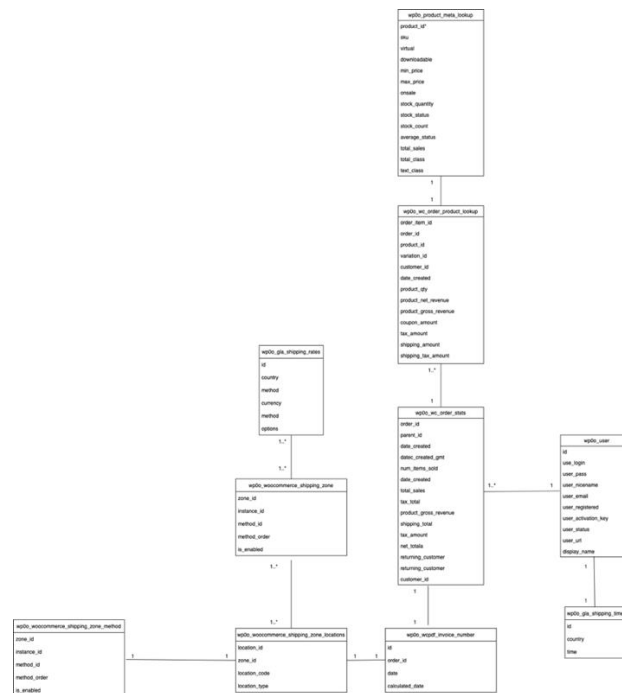
3.3.4 Activity Diagram Checkout Pesanan



Gambar 8. Activity Diagram Checkout Pesanan

Berdasarkan gambar 8, *Customer* memilih menu *checkout*. Jika *customer* sudah memasuki menu *checkout*, maka *customer* diminta untuk mengisi detail tagihan. Jika *customer* sudah mengisi data detail tagihan dengan lengkap, maka *customer* dapat memilih pengiriman yang diinginkan. Lalu akan muncul total yang harus di bayar oleh *customer*.

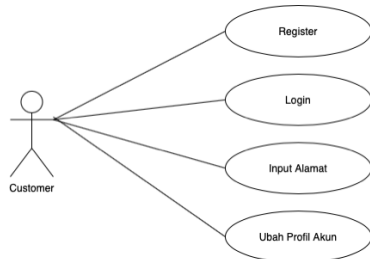
3.4 Permodelan Domain Data Model Menggunakan Class Diagram



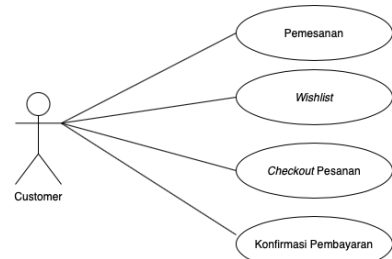
Gambar 9. Class Diagram

3.5 Permodelan Fungsional sistem E-commerce Menggunakan Use Case Diagram

3.5.1 Use Case Diagram Front-End

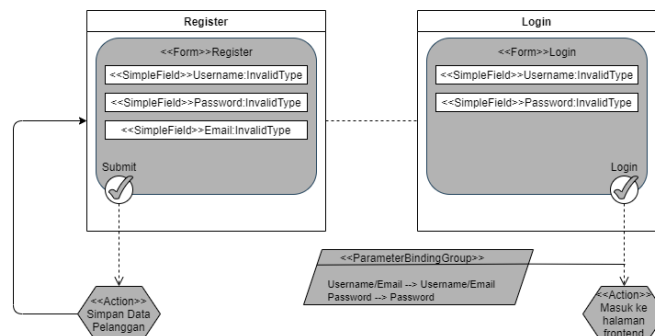


Gambar 10. Use Case Diagram Malster Frontend



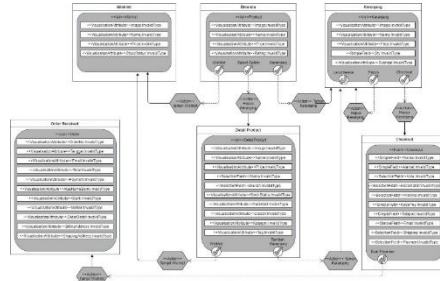
Gambar 11. Use Case Diagram Transaksi Frontend

3.6 Model Interaksi Pengguna dan Sistem Menggunakan Interaction Flow Modelling Language (IFML)

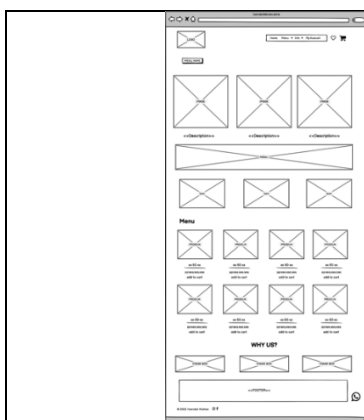


Gambar 12. IFML Checkout, Wishlist dan Masukkan Barang ke Keranjang

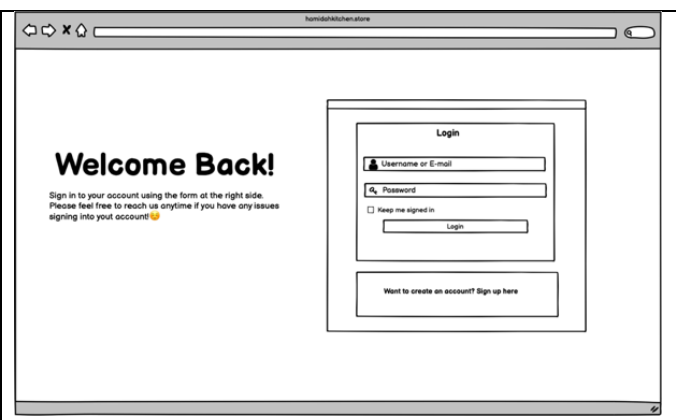
3.7 User Interface Untuk Sistem E-commerce Pada Katering Hamidah Kitchen



Gambar 13. IFML Register dan Login Customer



Gambar 14. Rancangan Layar Home



Gambar 15. Rancangan Layar Login Customer

4. KESIMPULAN

Setelah mempelajari permasalahan yang dihadapi dan solusi yang diberikan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dengan adanya *website* berbasis *e-commerce* menggunakan teknik SEO diharapkan dapat memudahkan Jasa Katering Hamidah *Kitchen* untuk mempromosikan produk dan memperluas *customer* dalam penjualan.
- b. Dengan adanya daftar menu produk diharapkan dapat memudahkan Jasa Katering Hamidah *Kitchen* dalam memberikan informasi mengenai menu apa saja yang tersedia.
- c. Dengan adanya cetak laporan penjualan, *owner* akan mengetahui detail menu produk makanan apa saja yang terjual, jumlah produk yang terjual, dan siapa pemesannya.
- d. Dengan adanya *loyalty customer* berupa diskon tertentu dapat menarik *customer* untuk berbelanja di katering Hamidah *Kitchen*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W, Dinal., W, S, Degal., M, Nishom., *Sistem Informasi Pemasaran Katering Berbasis Website Studi Kasus Kabupaten Tegals (Level Akses : Admin dan Super Admin)*, D IV Teknik Informatika Politeknik Halahala, 2017.
- [2] R. Idalm, T. Galndung, *Implementasi CMS Wordpress Pada E-Commerce Untuk Pelayanan Katering CV. Allam Jalyal*, Jurnal IDEALIS vol.3 no.1, 2020
- [3] S, D, Rizky. *Pengaruh Jasa Katering Dengan Memanfaatkan Sistem Informasi Berbasis Website (Studi Kasus: Kabupaten Lahat, Kabupaten Selat)*. JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi Dan E-Bisnis) vol.2 no.4, 2020, 2655-7541. [Online] available: <https://jurnal.ikhalfi.or.id/index.php/jusibi/article/viewFile/233/130>
- [4] Yuni Sugialrti, S.T, M.K. *Dasar Pemrograman Java NetBeans, UML Dan Interfacing. PT. Remaja Rosdakarya*. 2018
- [5] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2017
- [6] Kotler, P dan Armstrong. *Prinsip – Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat. Jakarta. 2018
- [7] J, S, Walhyu. *Strategi Pemasaran Marketing Mix (4P) Pada Pemasaran Produk Ubat Kayu Kuning*. Universitas Islam Indonesia. 2019. [Online] available: <https://dspace.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/17181/16211110.pdf?sequence=12&isAllowed=y>
- [8] Halyaty, M., & Meylalsari, D. *Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi*. Jurnal Informatika, 5(2), 295-300, 2018.
- [9] Al. Valdy Pralmujalyal, Dwi Agustinal Kurniawati. *Analisis Penyebab Kegagalan Penerapan Sistem Transfer Data Dengan Menggunakan Metode Fault Tree Analysis (FTA), Failure Mode and Effect Analysis (FMEA), dan Fishbone Analysis*. 125-132, 2019.
- [10] Marlinal, N.A., & Faljalrital, L. *Pengaruh Jasa Katering Berbasis Wordpress Pada Sempurna Jalyal Aluminium Product*. IDEALIS, 2(5), 298-305.