



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 11701-11714

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Perancangan Sistem *E-Commerce* Berbasis Web Terhadap Layanan Pada Toko Kitab Buku Islami untuk Meningkatkan Pemasaran Produk

Sigit Djalu Purwoko^{1✉}, Nurul Khotimah²

Universitas Teknologi Digital

Email: sigitdjalu@digitechuniversity.ac.id^{1✉}

Abstrak

Globalisasi dapat membawa pengaruh dalam perkembangan. Di berbagai bidang termasuk bidang teknologi. Perkembangan teknologi sekarang ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dengan adanya teknologi telekomunikasi yang semakin canggih, semua manusia seolah-olah berada di satu ruangan yang bisa saling bertegur sapa dan melakukan aktifitas didunia maya, termasuk dalam bermuamalah. Dengan adanya teknologi sangat membantu manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang merupakan kewajiban. Transaksi jual beli dapat menjadi media pada kemajuan teknologi dari sebuah internet. Dengan perkembangan zaman, transaksi jual beli juga mengalami perubahan atau perkembangan yang mulanya saat konsumen membutuhkan barang maka dia harus pergi langsung ke toko yang menjual barang yang dibutuhkan, namun kini konsumen tidak perlu repot-repot pergi langsung ke toko cukup duduk dirumah dan membuka aplikasi atau media sosial di smartphone, yang dikenal dengan jual beli online. Transaksi yang dapat dilakukan secara online dapat dilakukan dengan menggunakan internet, yang kemudian dinamakan jual beli online. Jual beli online—pemasaran online—lebih dianggap praktis, cepat dan mudah, selain itu juga dapat meminimalisir pengeluaran dan memaksimalkan dalam meraih keuntungan. Kegiatan secara online atau lewat internet ini dapat kita sebut dengan Istilah e-commerce, yaitu transaksi elektronik.

Kata Kunci: *Teknologi, Pemasaran, Inovasi Pemasaran, E-Commerce*

Abstract

Globalization can have an influence on development. In various fields including the field of technology. The development of technology today has experienced very rapid progress. With the increasingly sophisticated telecommunications technology, all humans seem to be in one room that can greet each other and carry out activities in cyberspace, including in muamalah. With the existence of technology, it is very helpful for humans to meet their needs which are obligations. Buying and selling transactions can be a medium for technological advances from an internet. With the times, buying and selling transactions have also experienced changes or developments that initially when consumers need goods, they have to go directly to stores that sell the goods needed, but now consumers do not need to bother going directly to the store just sit at home and open applications or social media on smartphones, known as buying and selling online. Transactions that can be done online can be done using the internet, which is then called buying and selling online. Online buying and selling – online marketing – is more considered practical, fast and easy, besides that it can also minimize expenses and maximize profits. We can call this online or internet activity the term e-commerce, which is electronic transactions.

Keywords: *Technology, Marketing, Marketing Innovation, E-Commerce*

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial, yaitu makhluk yang ingin hidup bermasyarakat. Sebagai masyarakat, manusia membutuhkan manusia lain yang hidup bersama masyarakat dalam kehidupannya. Dalam kehidupan bermasyarakat, disadari atau tidak, manusia selalu berhubungan untuk mencapai suatu tujuan.

Manusia diciptakan Allah SWT dengan derajat yang tinggi. Dengan hal tersebut manusia saling mengormati satu sama lain. Dengan hal tersebut manusia bisa saling membantu satu sama lain serta bertukar kebutuhan maupun urusan yang berkaitan dengan kehidupannya serta keperluannya, baik dalam urusan diri sendiri maupun kemaslahatan umum. Untuk mewujudkan kebutuhan hidup, kebutuhan tersebut menjadi semakin banyak dan beraneka ragam, maka dalam pemenuhan hidupnya itu ditempuh dengan berbagai cara, termasuk jual beli. Dalam syariat Islam dikatakan bahwa Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan atau melarang praktek riba. Hal tersebut berarti jual beli sama pentingnya dengan adanya kebutuhan masyarakat dan sangat penting sebagai kebutuhan untuk melengkapi keperluan dan kebutuhan hidup.

Transaksi jual beli sering digunakan sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan hidup di masyarakat. Jual beli dilakukan atas kesepakatan antar kedua belah pihak baik untuk menukar barang ataupun keperluan komoditas lainnya yang dapat memiliki nilai sukarela. Jual beli dilakukan oleh dua belah pihak, yakni satu pihak sebagai penerima barang dan

pihak lainnya sebagai yang menerima sesuatu dengan adanya perjanjian atau kesepakatan yang telah dibenarkan dan disepakati. Syariat Islam sendiri telah menerangkan hal demikian melalui firman Allah Q.S. al-Baqarah ayat 275:

..... وَأَحْلَىٰ وَأَحْلَىٰ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.....

"Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba"

Globalisasi pada hakekatnya telah membawa pengaruh perkembangan pada berbagai bidang, termasuk bidang teknologi. Perkembangan teknologi sekarang ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Dengan adanya teknologi telekomunikasi yang semakin canggih, semua manusia seolah-olah berada di satu ruangan yang bisa saling bertegur sapa dan melakukan aktifitas di dunia maya, termasuk dalam bermuamalah. Dengan adanya teknologi sangat membantu manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang merupakan kewajiban.

Media transaksi jual beli saat ini dapat memanfaatkan internet dalam pemanfaatan kemajuan teknologi. Saat ini, persaingan ekonomi semakin ketat. Pangsa pasar yang demikian luas, menyebabkan setiap perusahaan harus mampu bersaing dan berkreasi pada produk-produk yang diluncurkannya, hingga dapat memenuhi kebutuhan sosialnya. Untuk menarik peminat, suatu perusahaan harus mempunyai keratifitas dan keunikan pada setiap produknya. Hal ini akan dapat menambah segi variatif barang dan menarik peminat. Selain itu, kualitas barang juga menjadi suatu penilaian baiknya produk yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan. Sehingga tingkat kepercayaan peminat dapat meningkat.

Dengan perkembangan zaman, transaksi jual beli juga mengalami perubahan atau perkembangan yang mulanya saat konsumen membutuhkan barang maka dia harus pergi langsung ke toko yang menjual barang yang dibutuhkan, namun kini konsumen tidak perlu repot-repot pergi langsung ke toko cukup duduk dirumah dan membuka aplikasi atau media sosial di smartphone, yang dikenal dengan jual beli online. Transaksi jual beli yang dapat dilakukan dengan menggunakan media internet dapat kita sebut dengan jual beli online. Jual beli online—pemasaran online—lebih dianggap praktis, cepat dan mudah, selain itu juga dapat meminimalisir pengeluaran dan memaksimalkan dalam meraih keuntungan. Menjual barang secara online atau lewat internet dapat disebut dengan istilah e-commerce, yaitu transaksi elektronik.

E-commerce dalam bahasa Indonesia disebut dengan perdagangan atau bisnis elektronik. E-commerce merupakan sebuah aktivitas bisnis yang pada transaksinya bukanlah transaksi fisik yang dilakukan, melainkan komunikasi melalui media internet. Dalam teknologi informasi e-commerce dikategorikan sebagai bagian dari aktifitas bisnis dimana e-commerce memiliki cakupan yang luas.

Pertumbuhan pesta pangsa pasar e-commerce di Indonesia sangat pesat perkembangannya. Dengan jumlah pengguna internet yang mencapai angka 82 juta orang atau 32% dari total penduduk Indonesia. Data dari lembaga riset ICD bahwa pasar e-commerce di Indonesia akan tumbuh 42% dari tahun sebelumnya. Presentase tersebut jika kita bandingkan akan lebih tinggi jika dibandingkan negara lain seperti Malaysia (14%), Thailand (22%) dan Filipina (28%).

Bisnis e-commerce bisa dibedakan menjadi beberapa jenis didasarkan dari bagaimanakah layanan yang diberikan oleh e-commerce tersebut, sebut saja beberapa diantaranya: Zalora, Azuz, Berrybenka, Bilna, Saqina, Vip Plaza, dan lainnya. Beberapa nama perusahaan e-commerce tersebut memiliki bentuk bisnis e-commerce yang berbeda.

Dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan berbisnis online, banyak orang atau pengusaha yang berharap bisa membangun kerajaan bisnis online sendiri, menjalankan bisnis online dan bisnis biasa atau untuk penjualan offline, satu-satunya perbedaan pemasarannya adalah media. Pemasaran merupakan aspek mendasar dan pokok yang sudah seharusnya ada dalam sebuah perusahaan. Pemasaran bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan melengkapi dan menciptakan apa yang dibutuhkan dan diinginkan. Pemasaran pula sebagai aspek kegiatan-kegiatan penting perusahaan guna memperkenalkan sebuah barang atau jasa yang ditawarkan. Selain itu pendistribusian dalam pemasaran adalah pendukung terjadinya aktivitas dalam pemasaran.

Pemasaran yang baik bukanlah suatu hal yang kebetulan, melainkan hasil dari perencanaan dan implementasi yang cermat. Sehingga kegiatan pemasaran harus ditingkatkan secara signifikan dan terus diperbaharui dengan mengikuti perubahan terhadap lingkungan dan masyarakat, hal tersebut bertujuan untuk dapat meningkatkan peluang keberhasilan dalam pemasaran. Strategi pemasaran ini mempunyai implikasi yang penting dalam interaksi antara perusahaan dan konsumen, untuk mengidentifikasi tujuan perusahaan, kepuasan dan kebutuhan pelanggan (Husein, 2000).

Marketing online merupakan suatu usaha untuk mempromosikan sebuah produk dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi dan relevan. Dapat dikatakan juga Marketing Online adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau pelaku bisnis untuk menjangkau pelanggan lewat internet. Tidak hanya menjangkau pelanggan, strategi bisnis ini juga bertujuan untuk menyampaikan pesan terkait produk atau layanan yang ditawarkan kepada user (Andi, 2014).

Sekarang, belanja virtual telah berkembang pesat melalui aplikasi bisnisnya disediakan melalui internet, dapat menggunakan komputer atau smartphone. Saat ini, kebanyakan orang pasti memiliki smartphone karena dianggap sebagai permintaan utama

karena sifatnya bergerak, lalu ada kepraktisan dalam penggunaannya dan dilakukan dimana saja.

Pun demikian pada Toko Kitab Buku Islami, yang berdiri pada tahun 2016, dengan memanfaatkan banyaknya supplier produk-produk kitab Buku Islam yang ada di Bandung dengan kebutuhan masyarakatnya yang dimiliki oleh pemilik dari berbagai daerah di Indonesia ataupun Luar Negeri, kemudian menjadi suatu peluang untuk dimanfaatkan sebagai bisnis. Sistem penjualan yang dilakukan melalui media sosial, kemudian mengundang teman-teman yang berada dalam kontak handphone untuk bergabung pada group Whatsapp yang dibuat, yang mana secara rutin di upload gambar-gambar produk baru. Akan tetapi dengan sistem tersebut pemasaran menjadi sedikit terkendala karena yang dapat melihat produk-produk yang dipasarkan hanya yang telah bergabung dalam group, sehingga kurang dapat menjangkau customer baru yang lebih potensial. Selain itu dari segi penjualan karena sistem pencatatan yang dilakukan bersifat manual, sehingga pemilik tidak dapat menganalisa jenis produk yang digemari dan memiliki tingkat penjualan yang tinggi.

Dipandang dari segi pertimbangan jangkauan pemasaran dan untuk mengetahui apakah usaha pengembangan dan perancangan sistem yang dijalankan secara online dapat meningkatkan pemasaran produk, maka dilakukan analisis pengembangan usaha agar resiko dan dampak negatif yang ditimbulkan seminimal mungkin, serta dapat menjadi solusi tepat untuk mengatasi mekanisme sistem penjualan dan pemasaran yang berjalan saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk merancang sistem e-commerce berbasis web pada sistem layanan, termasuk dalam penelitian kualitatif. Objek penelitian adalah perancangan sistem e-commerce seperti sistem layanan pemasaran, dengan variabel dependent rancangan sistem e-commerce. Variabel independent meliputi aspek pasar dan pemasaran. Metode pengumpulan data melibatkan data primer seperti survei pasar dan data teknis, serta data sekunder seperti sejarah perusahaan dan studi pustaka. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi di lapangan. Pengolahan data meliputi analisis perancangan sistem e-commerce, pemecahan masalah, analisis keunggulan sistem, dan analisis aspek pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktor Perancangan Sistem

Menurut Anhar (2010) Perancangan sistem *e-commerce* berbasis *web* dengan menggunakan bahasa pemrograman *PHP* serta *database server* yang akan digunakan sebagai *backend storage* dari aplikasi *e-commerce*, aktor dari perancangan sistem ini adalah sebagai berikut (Roger, 2002):

1. Administrator /Server
2. Penyedia layanan (mitra)
3. *Users* (Pengguna)

Fitur yang Terdapat dalam Menu Layanan

Beberapa fitur yang terdapat pada aplikasi toko kitab buku islami adalah sebagai berikut (Sholechul, 2013):

1. Input data konsumen
2. Mitra Executes The Request,
3. Sms &call
4. Mitra Review

Perancangan Sistem

Sistem *e-commerce* ini terdiri dari tiga aktor yaitu *administrator/ Server*, Penyedia layanan (mitra) dan *user* (Ginting, 2011).

1. *Administrator / Server*

Merupakan pengguna yang memiliki hak akses tertinggi dalam aplikasi ini. Admin/server juga merangkap tugas sebagai *customer service* yang tugasnya adalah berhubungan langsung dengan pelanggan/konsumen, dimana jika konsumen membutuhkan informasi mengenai layanan jasa yang ditawarkan dapat langsung berinteraksi untuk menjelaskan dan meningkatkan kepuasan kepada pelanggan. Admin dapat melihat data costumers, data pemesanan, keluhan dan saran.

2. Penyedia Layanan (Mitra)

Penyedia layanan (Mitra) adalah anggota yang sudah terdaftar. Dalam sistem ini penyedia layanan (Mitra) diberikan hak akses tertentu seperti mengolah data login, profil, menerima pemesanan layanan jasa konsumen, data layanan serta pemesanan layanan yang diinginkan.

3. *User*

Users adalah seorang pengguna biasa yang hak aksesnya sangat terbatas. *User* hanya

dapat mengakses *website* untuk melihat katalog layanan jasa, mengirim pertanyaan seputar produk dan cara pemesanan layanan. Jika user ingin melakukan pemesanan, users harus melakukan *sign up* terlebih dahulu.

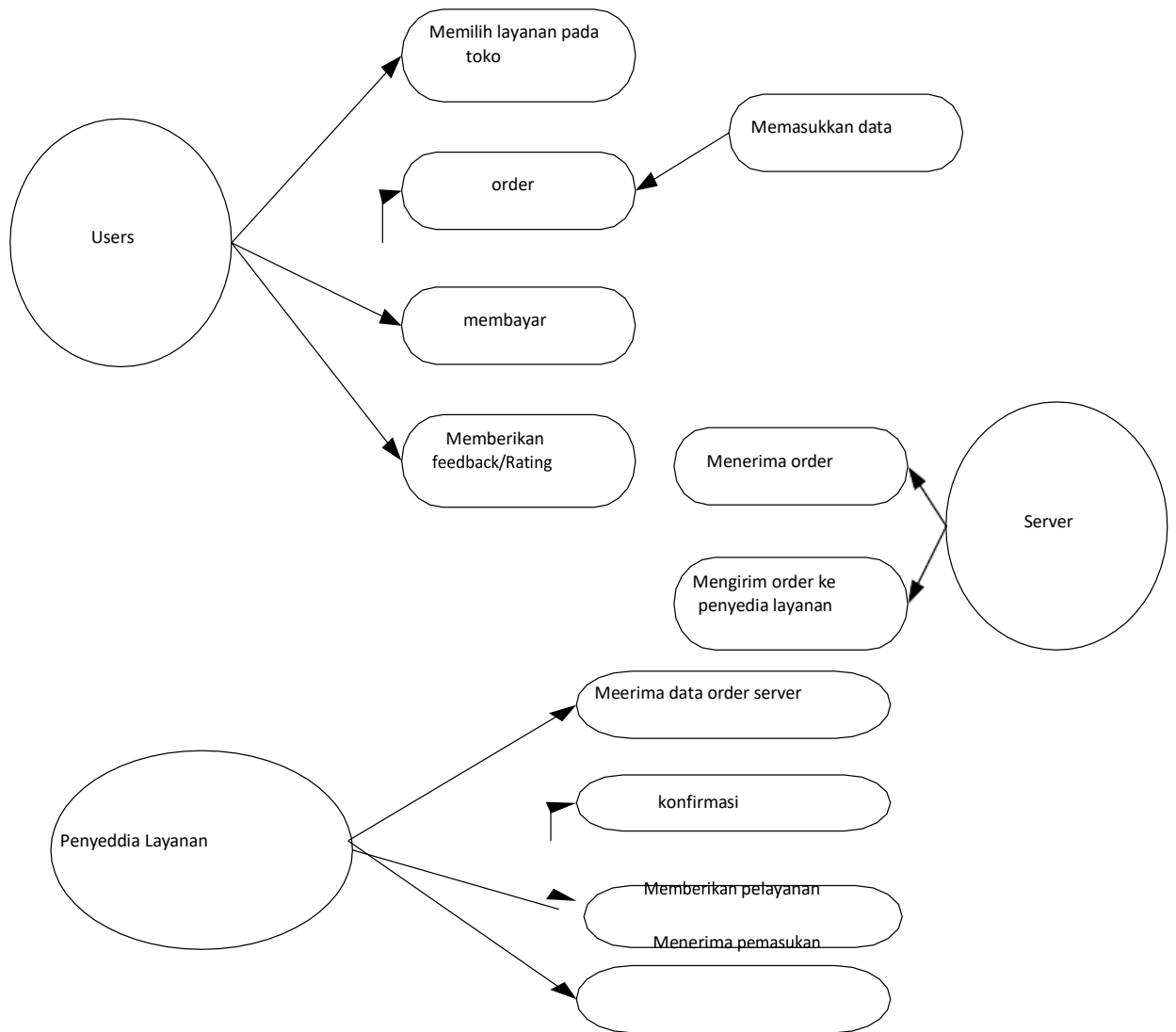
Fitur Yang Terdapat Dalam Menu LayananToko KBI

1. *Input data* konsumen menentukan jenis layanan yang dipilih, data informasi yang diminta, serta lokasi konsumen, kemudian akan mengkalkulasi pembayaran, dan kemudian konsumen melakukan pembayarancash. *Mitra Executes The Request*, setelah melakukan pemesanan, aplikasi akan merespon untuk mencari mitra sirahar yang terdekat dengan konsumen. Pada fitur ini, calon konsumen akan melihat proses pengerjaan layanan sudah mencapai berapa persen dan keberadaan mitra srahar yang akan mengantarkan hasil pesanan, bahkan terdapat berapa lama proses pengerjaan dan pemberian hasil layanan ke lokasi konsumen.
2. *Sms & call*
Mitra dan konsumen dapat memanfaatkan fitur sms dan call, seperti menelpon konsumen untuk mengetahui penjelasan dari layanan.
3. *Mitra Review*
Untuk fitur ini konsumen dapat memberikan rating dan komentar mengenai pelayanan yang dilakukan oleh mitra sirahar, karena dari rating inilah mitra akan mendapat bonus bulanan.

Use Case

Pada gambar dibawah ini merupakan detail dari usecase. Pada *Use case* ini dijelaskan bahwa admin memiliki aktivitas penting yaitu mengelola sistem. Di dalam kegiatan mengelola sistem yang dilakukan admin ada beberapa aktivitas utama yaitu, membuat laporan berdasarkan layanan jasa. Selain itu admin juga memiliki tugas untuk mengelola pesanan yang masuk untuk dilanjutkan ke penyedia layanan (mitra) (Rizka Hikma, 2014).

Berikut adalah *Use case* dari aplikasi sistem layanan dimana server/admin berperan untuk menerima order dari customer yang akan langsung di *forward* ke penyedia layanan terdekat. Berikut adalah *use case form* yang berisi penjelasan dan deskripsi aktor dari *Use case diagram*.



Gambar 1. Use Case Diagram

Tabel 1. Use Case Form

No	Aktor	Deskripsi
1	Server	Berfungsi sebagai fasilitas yang memfasilitasi seluruh aktivitas yang ada, seperti mengatur pemesanan layanan dari konsumen menuju ke penyedia layanan atau <i>manage account users</i> dan <i>manage account</i> penyedia layanan.
2	Penyedia Layanan	Adalah mitra dari perusahaan yang bertugas sebagai pemberi layanan terhadap konsumen
3	Users	Adalah pengguna aplikasi sekaligus penerima layanan (<i>costumers</i>) yang disediakan oleh perusahaan

Use case dibuat berdasarkan penjelasan model bisnis pada pembahasan sebelumnya pada gambar menggambarkan *Use case* sistem secara keseluruhan dimana terdapat tiga aktor yang berperan yaitu server (Admin), penyedia layanan (Mitra), dan *Users* dengan

perbedaan peran yang diberikan kepada users dan penyedia layanan dimana users memiliki hak untuk melakukan pemesanan, mengelola pemesanan dan memberikan *review* terhadap pelayanan. Penyedia layanan memiliki hak untuk melakukan menerima pesanan yang dari users yang dilanjutkan dari server, dan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap users (*customers*) serta mengelola pesanan layanan jika telah selesai.

Perancangan Fitur Utama Layanan

Perancangan fitur utama aplikasi ini merupakan alat untuk mengidentifikasi fitur apa saja yang nantinya akan ada di dalam sistem sesuai dengan fungsionalitas yang dibutuhkan. Tabel berikut merupakan fitur yang terdapat pada layanan Kitab Buku Islami.

Tabel 2. Perancangan Fitur Pada Layanan

No	Fitur	Deskripsi
1	<i>Pembelian Buku</i>	Merupakan sebuah fitur yang dikelola oleh server untuk layanan pembelian buku yang bisa digunakan langsung oleh users (konsumen) untuk pemesanan terhadap jenis buku dan akan diterima oleh penyedia layanan (mitra).
2	<i>Print buku pdf</i>	Merupakan sebuah fitur yang dikelola oleh server untuk layanan jasa <i>print</i> yaitu percetakan document yang dilakukan oleh instant courier dan yang bisa digunakan langsung oleh users (konsumen) untuk pemesanan terhadap <i>print</i> dan akan diterima oleh penyedia layanan (mitra).

Desain Aplikasi

Desain Aplikasi yang dimaksud adalah tampilan dan *interface* dari aplikasi yang dibuat yang berisi fitur-fitur utama layanan. Layanan ini didesain semenarik mungkin, agar konsumen dan mitra lebih nyaman saat menggunakan layanan.

1. Tampilan *login* yaitu pengguna mengisi data berupa nama, nomor hp dan email, setelah itu klik tombol masuk, tombol sudah punya akun dan akan di arahkan pada tahap selanjutnya. Berikut tampilan login pada layanan Kitab Buku Islami.

Gambar 2. Tampilan *Login* Layanan Kitab Buku Islami

2. Pengguna yang sudah memiliki akun terdaftar diharapkan mengisi data berupa email ataupun nomor hp, setelah itu pihak perusahaan akan mengirimkan kode verifikasi melalui email maupun nomor hp, Untuk tampilan login II jika penggunan sudah punya akun dan masukkan kode verifikasi sirahar dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 3. Tampilan Login II Jika *Users* sudah Punya Akun dan Masukkan Kode Verifikasi

3. Tampilan home akun saya merupakan tampilan dari identitas pengguna layanan. Untuk tampilan home Akun Saya di bagian beranda dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 4. Tampilan Home Akun Saya pada Layanan

4. Tampilan home bantuan merupakan tampilan untuk memerlukan informasi arahan ketika terjadi *error*. Untuk tampilan home bantuan dapat dilihat pada gambar berikut.



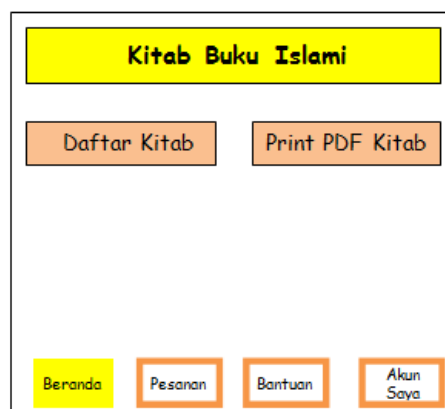
Gambar 5. Tampilan Home Bantuan pada Layanan

5. Tampilan home pesanan merupakan tampilan dari proses dan riwayat permintaan sedang atau telah diselesaikan. Untuk tampilan home proses dan riwayat di bagian beranda di aplikasi sirahar dapat dilihat pada berikut.



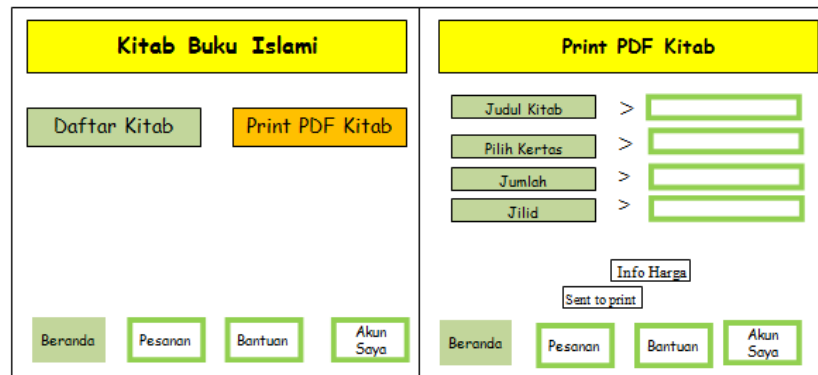
Gambar 6. Tampilan Home Proses dan Riwayat

6. Tampilan *home beranda* merupakan tampilan dari variasi layanan. Untuk tampilan dapat dilihat pada gambar berikut.



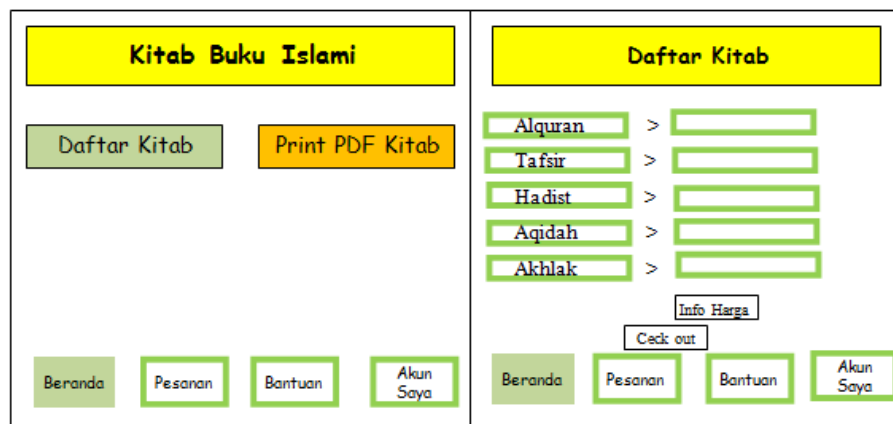
Gambar 7. Tampilan Home Beranda

7. Tampilan Print PDF Kitab merupakan tampilan dari beberapa layanan jasa Print kitab-kitab yang tersedia dalam bentuk PDF. Untuk tampilan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 8. Tampilan Layanan Jasa *Print* PDF Kitab

8. Tampilan Daftar Kitab merupakan tampilan dari daftar kitab-kitab yang tersedia. Untuk tampilan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 9. Tampilan Layanan Jasa Daftar Kitab

Analisis Keunggulan Sistem

keunggulan yang dimiliki oleh sistem ini yaitu layanan yang diimplementasikan pada perangkat bergerak, sehingga dapat digunakan di mana saja dan kapan saja, sesuai dengan layanan koneksi internet yang disediakan operator. Keunggulan lainnya adalah dapat digunakan sebagai perangkat yang dimanfaatkan oleh konsumen sebagai aplikasi pemberi layanan.

Analisis Aspek Pasar

Terdapat dua peluang yang dimiliki oleh sistem ini yaitu pasar android yang berkembang dengan cepat, ditandai dengan semakin meningkatnya pengguna *smartphone android* di Indonesia membuat aplikasi pada perangkat android akan terus mengalami

perkembangan. Sedangkan peluang kedua adalah dapat dikembangkan dengan mudah (Jumingan, 2011).

Sistem *e-commerce* memiliki peluang pasar yang makin hari semakin berkembang (Riyadi, 2016), diketahui dari pengamatan yang dilakukan semakin banyaknya pengguna layanan jual beli dalam bentuk *online*. Sebagian pengguna juga menggunakan aplikasi dan layanan berbasis web pada tiap toko produsen, yang mana hal tersebut dapat memudahkan transaksi mereka. Layanan ini juga biasa dipergunakan oleh produsen untuk memberikan dan menyampaikan suatu informasi, maka dari itu bisa disimpulkan layanan pada toko kitab buku islami dengan rancangan sistem *e-commerce* berbasis web ini memiliki peluang pasar yang tidak pernah ada hentinya.

SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan yakni rancangan designe sistem *e-commerce* berbasis web yang ditawarkan sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi, yang dapat memberikan peluang kerja dan kemudahan bagi pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Anhar. 2010. *Panduan Menguasai PHP & MySQL Secara Otodidak*. Jakarta: MediaKita.
- Arafah, Hana Qodrunida Lailatul. 2014. *Sistem Informasi Penjualan Mebel Secara Online Pada Toko Kencana Jati Raya Semarang*. Universitas Dian Nuswantoro. 2015. Jurnal.15817.
- Astarina ,Ida. 2015. *Pembuatan Sistem Penjualan Online Pada Toko Pn Musik Sukoharjo*. Universitas Surakarta. 2012. Jurnal. 899.
- Azis, Sholehul. 2013. *Gampang dan Gratis Membuat Website*. Jakarta : Lembar Langit Indonesia.
- Chaffey, Dave. 2009. *E-Business and E-Commerce Management Strategy : Implementation and Practice* 4th Edition. Harlow : Prentice Hall
- Chandra, Apriyanto N. 2011. *Sistem Informasi Penjualan Arloji Berbasis Web pada CV. Sinar Terang Semarang*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran. 2011. Skripsi. 1108.
- Ginting, Elisabeth, dkk. 2016. *Ekonomi Teknik*. Medan : Departemen Teknik Industri.
- Ginting, Elizaandayni. 2013. *Aplikasi Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Menggunakan Joomla Pada Mutiara Fashion*. Bandung : Universitas Widyatama.
- Hilmawan.2014.*Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisa Deskriptif*.Tangerang.

- Juliana, Rizka Hikma. 2014. *Sistem Penjualan Online Berbasis Web pada MDP Notebook Centre*. STMIK GI MDP. 2013. Jurnal. 2008240017
- Jumingan. 2011. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kaniawari, Nia. 2001 *Manfaat Studi Kelayakan Proyek dan Analisa Aspek-aspek Studi Kelayakan Proyek*. Bandung : FOKUS.
- Krisianto, Andy. 2014. *Internet untuk Pemula*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Pressman, Roger. 2002. *Rekayasa Perangkat Lunak* (Andi : Yogyakarta).
- Riyadi, 2016. *Analisis Penerapan Enterprise Resource Planning (Erp) (Studi Pada Pt Domusindo Perdana) Akultas Ilmu Administrasi*. Universitas Brawijaya Malang.
- Rohmana, Afwima. 2015. *Perancangan Website e-commerce guna membangun sistem layanan informasi bisnis index dengan menggunakan codeigneter*. Malang
- Subagyo, Ahmad. 2008. *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo
- Umar, Husein. 2000. *Business An Introduction*. Jakarta: Penerbit PT SUN.