

Implementasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada 3Dz Collection

Utin Kasma

STMIK Pontianak
Jl. Merdeka No. 372 Pontianak, 0561-735555
e-mail: utin.kasma@yahoo.co.id

Abstrak

Persaingan bisnis yang semakin ketat tentunya akan berpengaruh pada tingkat penjualan produk. Kebutuhan untuk meningkatkan omset penjualan merupakan tujuan utama sebuah bisnis. 3Dz Collection Pontianak merupakan sebuah bisnis kecil yang bergerak pada penjualan online. Selama ini penjualan dilakukan dengan memanfaatkan account media social yang dimiliki oleh penjual seperti facebook, Instagram dan melalui pesan BlackBerry Messenger (BBM) dan Whatsapp (WA). Terbatasnya jumlah kontak yang ada pada account media social tentunya akan mempengaruhi luasnya pangsa pasar dan omset penjualan. Rendahnya tingkat penjualan produk memaksa 3Dz Collection untuk mengembangkan sistem penjualan agar dapat bersaing secara kompetitif dengan bisnis lainnya. Penerapan sistem penjualan yang berbasis e-commerce diharapkan dapat membantu 3Dz Collection meningkatkan omset penjualan. Bentuk penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan metode penelitian Research and Development (R&D). Untuk mendukung penelitian ini dibutuhkan data pendukung yang meliputi data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari wawancara dan observasi kegiatan penjualan yang dijalankan pada 3Dz Collections. Data sekunder didapatkan dari hasil mempelajari berbagai dokumen penjualan pada 3Dz Collection Pontianak. Dalam proses mengumpulkan data primer dan sekunder penulis merekam proses berlangsungnya wawancara dan memvideokan hasil observasi serta mendokumentasikan dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam bentuk foto dengan menggunakan smartphone. Semua itu penulis jadikan sebagai instrumen penelitian. Untuk merancang sistem e-commerce, digunakan metode Rapid Application Development (RAD). Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP dan database MySQL. Alat pemodelan system adalah Unified Modeling System (UML) yang meliputi diagram Use Case, Activity, Sequence dan Class Diagram. Hasil dari penelitian ini berupa sebuah sistem penjualan berbasis e-commerce pada 3Dz Collection Pontianak.

Kata kunci: E-Commerce, R&D, RAD, UML.

1. Pendahuluan

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin pesat. Hal ini dapat dilihat semakin maraknya penggunaan teknologi dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan ini juga tentu saja mempengaruhi perkembangan media komunikasi yang berperan sangat penting dalam menunjang pelaksanaan kegiatan operasional bisnis. Perkembangan bisnis secara online merambah hampir semua aspek bisnis yang berdampak pada persaingan antar pebisnis yang semakin ketat. E-Commerce merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi yang mampu merubah cara manusia dalam melakukan mekanisme perdagangan. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak perdagangan yang menerapkan sistem E-Commerce. E-Commerce sendiri didefinisikan sebagai salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa, informasi dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital [1]. E-Commerce menggambarkan cakupan yang luas mengenai teknologi, proses, dan praktek yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi. Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui e-mail, *Electronic Data Interchange* (EDI), atau melalui *World Wide Web*. E-Commerce telah menjadi bagian yang penting dari sektor bisnis khusus (*private*) dan umum (*public*) [2]. E-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik [2]. Secara umum E-Commerce dapat menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan ruang (*time and space*). Hal tersebut akan memberikan kesempatan pada perusahaan untuk memanfaatkan peluang dalam membangun jejaring bisnis sehingga peningkatan kinerja bisnis dapat dicapai secara optimal. Terdapat beberapa keuntungan penerapan e-commerce dalam bisnis yaitu :

- a). *Revenue Stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui

disistem transaksi tradisional. b). Dapat meningkatkan *Market Exposure* (pangsa pasar), c). Menurunkan biaya operasional (*operating cost*), d). Melebarkan jangkauan (*global reach*), e). meningkatkan *Customer Loyalty*, f). Meningkatkan *Supplier Management*, g). Memperpendek waktu produksi, h). Meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan) [2].

Salah satu bisnis kecil yang menerapkan E-Commerce dalam melakukan ekspansi penjualan adalah 3Dz Collection. 3Dz Collection merupakan usaha kecil yang bergerak dibidang penjualan tas, fashion dan perlengkapan rumah tangga. Selama ini penjualan dilakukan dengan memanfaatkan *account* media social yang dimiliki oleh penjual seperti facebook, Instagram dan melalui pesan *BlackBerry Messenger* (BBM) dan *WhatsApp* (WA). Penjualan produk dengan menggunakan sosial media memiliki keterbatasan dari jumlah konsumen. Hal ini tentu saja secara tidak langsung berimbas pada omset penjualan. Selain itu otomatisasi kegiatan operasional penjualan tidak bisa dilakukan secara maksimal. Kebutuhan penjual untuk mendapatkan konsumen baru dan memperluas pangsa pasar serta otomatisasi kegiatan perasional merupakan kebutuhan yang sangat mendasar agar 3Dz Collection mampu bersaing secara kompetitif dengan para kompetitor yang akan berpengaruh pada meningkatnya omset penjualana. Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dapat diketahui bahwa 3Dz Collection Pontianak sudah seharusnya melakukan ekspansi sistem penjualan yang ada agar dapat bersaing secara kompetitif. Dengan perubahan yang dilakukan, diharapkan 3Dz Collection dapat memperluas pangsa pasar, menghemat biaya promosi serta memudahkan pelanggan dan penjual untuk berkomunikasi dan bertransaksi sehingga akan berpengaruh pada kemampuan bersaing dengan para kompetitor dan peningkatkan omset penjualan. E-Commerce merupakan salah satu kegiatan transaksi bisnis baik barang dan jasa yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Selain digunakan untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta dapat meminimalkan biaya-biaya operasional seperti biaya iklan dan juga biaya sewa toko secara fisik, peranan e-commerce juga dapat digunakan untuk meningkatkan omset penjualan produk. Dengan demikian, diharapkan 3Dz Collection dapat meningkatkan omset penjualan dengan biaya operasional yang lebih kecil.

Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh konsumen (*customers*) didunia maya (arena transaksi yang terbentuk karena adanya jaringan internet). Pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui website-nya (*Online Ads*). Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi bisnis atau dagang (jual beli) yang akan dilakukan [1]. Melalui internet dapat dilakukan pula aktivitas pasca pembelian, yaitu pelayanan purna jual

(*Electronic Commerce Support*). Proses ini dapat dilakukan melalui jalur konvensional, seperti telepon ataupun jalur internet seperti email, teleconference, chatting dan lainnya. Diharapkan dari interaksi tersebut konsumen dapat datang kembali dan melakukan pembelian produk atau jasa dikemudian hari (*Follow-On Sales*) [3]. E-Commerce memiliki alur kegiatan secara umum yang melibatkan empat komponen, yaitu : a). Penjual, b). Konsumen, c). Teknologi, d). Jaringan komputer (internet) [4].

Sebelumnya pernah dilakukan penelitian terdahulu yang membahas topik mengenai Pembuatan Sistem E-Commerce Produk Meubel Berbasis Komponen. Tujuan dari penelitian ini adalah memperluas pangsa pasar melalui membangun hubungan interaksi sistem model permintaan konsumen secara digitisasi dengan menitikberatkan kearah penyediaan alternatif antarmuka dalam media promosinya [5]. Penelitian lain yang berkaitan dengan E-commerce adalah mengenai Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Produk Pembuatan Kue. Penelitian ini bertujuan menghasilkan sistem E-Commerce melalui integrasi database dan membina hubungan dengan pelanggan sehingga dapat memperlancar aliran informasi dan keputusan untuk memperluas pangsa pasar [6].

2. Pembahasan

Penelitian ini berbentuk studi kasus. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah *Research and Development metode (R&D)*. Metode R&D merupakan metode yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut [7]. Untuk mendukung penelitian ini dibutuhkan banyak data pendukung yang meliputi data primer dan data skunder. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi kegiatan operasional penjualan yang ada pada 3Dz Collections. Dari wawancara dan observasi tersebut diketahui berbagai kelemahan dari sistem penjualan yang ada yaitu terbatasnya jumlah konsumen serta otomatisasi kegiatan operasional yang belum dapat dikerjakan secara maksimal. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi omset penjualan pada 3Dz Collection.. Sedangkan data skunder merupakan sumber data yang tidak memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen [7]. Data skunder didapatkan dari hasil mempelajari berbagai dokumen penjualan pada 3Dz Collection Pontianak. Perancangan system menggunakan metode Rapid Application Development (RAD). RAD memiliki empat fase yaitu : a). Fase perencanaan syarat-syarat. b). Fase perancangan. c). Fase konstruksi. d). Fase pelaksanaan [8]. RAD memerlukan empat (4) unsur penting yaitu: a). Manajemen. b).Manusia. c). Metodologi. d). Tools (Peralatan) [9]. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP dan database MySQL. PHP merupakan Bahasa pemrograman berbasis

web yang memiliki kemampuan untuk memproses dan mengolah data secara dinamis [10]. Alat pemodelan system adalah *Unified Modeling System* (UML). UML tepat digunakan untuk memodelkan system dari mulai memodelkan informasi system untuk perusahaan hingga aplikasi web, bahkan untuk system yang rumit sekalipun. Diagram UML yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Use Case Diagram* dan *Class Diagram*.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variable tunggal yaitu perancangan website penjualan pada 3Dz Collections agar mampu bersaing dengan para competitor dan meningkatkan omset penjualannya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah dapat menghasilkan sebuah website penjualan yang dapat membantu pemilik 3Dz Collection untuk bersaing dengan para competitor serta dapat membantu dalam meningkatkan omset penjualan pada 3Dz Collection dengan aspek penelitian meliputi fitur-fitur penjualan berbasis web antara lain konten produk (jenis, kategori, merk, detail produk harga, gambar, pengelolaan stok produk), pencarian produk, keranjang belanja, manajemen pemesanan, termasuk didalamnya pencarian pesanan, update status pesanan.

Penerapan sistem E-Commerce penjualan ini diimplementasikan dalam bentuk sebuah website. Pengujian dilakukan mulai dari tahap awal perancangan sampai pada tahap akhir perancangan website sehingga dapat diketahui kesalahan dalam proses perancangan. Perancangan website penjualan divisualisasikan dalam bentuk UML, yang meliputi *use case diagram*, *activity diagram*, *sequence diagram* dan *class diagram*. Deskripsi arsitektur mengadopsi spesifikasi sistem, model analisis, dan interaksi subsistem yang telah diidefinisikan pada tahap analisis. Berikut merupakan gambaran dari ilustrasi arsitektur sistem E-Commerce B2C yang digunakan dalam penelitian ini [11].

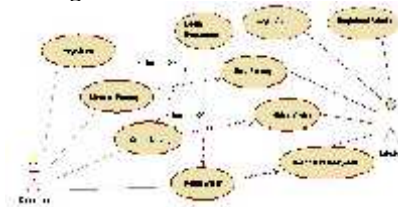


Gambar 1. Ilustrasi arsitektur E-Commerce B2C

Perancangan arsitektur mempresentasikan framework dari sistem perangkat lunak yang dibangun. Deskripsi arsitektur mengadopsi spesifikasi sistem, model analisis, dan interaksi subsistem yang telah didefinisikan pada tahap analisis. Arsitektur pengembangan sistem penjualan berbasis e-commerce mengacu pada perancangan sistem berbasis obyek. Startegi ini dalam

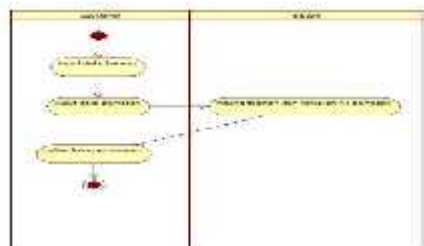
istilah aslinya disebut sebagai OOD (*Object Oriented Design*) dan dianggap menjadi startegi perancangan paling baik. Dalam penelitian ini penulis menggunakan model UML (*Unified Modeling Language*) yang terdiri dari *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Sequence Diagram* dan *Class Diagram*.

Use case diagram menjelaskan manfaat sistem jika dilihat menurut pandangan orang yang berada di luar sistem atau *actor*. Diagram ini menunjukkan fungsionalitas suatu sistem atau kelas dari bagaimana sistem berinteraksi dengan dunia luar. Pada pengelolaan aplikasi, terlebih dahulu admin melakukan registrasi. Untuk masuk pada sistem, admin melakukan proses login admin. Pada pengelolan aplikasi admin bisa mengelola data barang, memvalidasi orderan konsumen dan kemudian admin juga dapat melakukan validasi pembayaran yang telah dilakukan oleh konsumen. Perancangan *use case diagram* pada penelitian ini dapat dilihat pada diagram berikut.



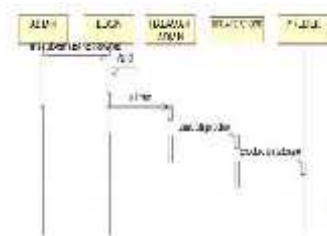
Gambar 2. Use Case Diagram Pengelolaan Aplikasi

Activity Diagram adalah suatu diagram yang menggambarkan berbagai alir aktivitas dalam sistem yang sedang dirancang, bagaimana masing-masing alir berawal, decision yang mungkin terjadi, dan bagaimana mereka berakhir. Activity diagram juga dapat menggambarkan proses paralel yang mungkin terjadi pada beberapa eksekusi. Activity diagram merupakan state diagram khusus, di mana sebagian besar state adalah action dan sebagian besar transisi di-trigger oleh selesainya state sebelumnya atau internal processing. Oleh karena itu activity diagram tidak menggambarkan behaviour internal sebuah sistem dan interaksi antar subsistem secara eksak, tetapi lebih menggambarkan proses-proses dan jalur-jalur aktivitas dari level atas secara umum. Berikut ini merupakan activity diagram untuk menggambarkan proses pemesanan yang dilakukan customer. Pertama customer menginputkan data barang yang akan dibeli, kemudian customer menginputkan data customer dan menghasilkan form pemesanan. Data customer dibutuhkan untuk alamat pengiriman pesanan. Dari form pemesanan maka sistem akan menghitung jumlah tagihan pembelian, selanjutnya akan dihasilkan nomor pemesanan.



Gambar 3. Use Case Diagram Pemesanan

Sequence diagram menggambarkan interaksi antar objek di dalam dan di sekitar sistem (termasuk pengguna, *display*, dan sebagainya) berupa message yang digambarkan terhadap waktu. *Sequence diagram* terdiri atas dimensi *vertikal* (waktu) dan dimensi *horizontal* (objek-objek yang terkait). *Sequencediagram* biasa digunakan untuk menggambarkan skenario atau rangkaian langkah-langkah yang dilakukan sebagai respon dari sebuah *event* untuk menghasilkan *output* tertentu. Diawali dari apa yang men-*trigger* aktivitas tersebut, proses dan perubahan apa saja yang terjadi secara internal dan output apa yang dihasilkan. Masing-masing objek, termasuk aktor, memiliki *lifeline* vertikal. *Message* digambarkan sebagai garis berpanah dari satu objek ke objek lainnya. Berikut merupakan tampilan dari diagram sequence update produk yang dilakukan oleh admin. *Update produk* dimulai dengan admin melakukan login dengan memasukkan username dan password, setelah valid maka akan muncul halaman admin. Admin akan memilih menu update produk dan memasukkan produk baru pada database.



Gambar 4. Sequence Diagram Update Produk

Class Diagram menggambarkan struktur sistem dari segi pendefinisian kelas-kelas yang akan dibuat untuk membangun sistem. Kelas memiliki apa yang disebut atribut dan metode atau operasi. Atribut merupakan variabel-variabel yang dimiliki oleh suatu kelas. Operasi atau metode adalah fungsi-fungsi yang dimiliki oleh suatu kelas. *Class Diagram* mendeskripsikan jenis-jenis objek dalam sistem dan berbagai hubungan statis yang terdapat di antara mereka. Diagram kelas juga menunjukkan properti dan operasi sebuah kelas dan batasan-batasan yang terdapat dalam hubungan-hubungan objek tersebut. *Class Diagram Penjualan* yang dirancang terdapat beberapa class yaitu class pelanggan, pemesanan, barang, registrasi, pembayaran, pengiriman

dan laporan. Berikut merupakan gambaran *Class Diagram* dari website penjualan yang dirancang.



Gambar 5. Class Diagram Penjualan

Hasil dari perancangan E-commerce penjualan ini diimplementasikan dalam bentuk tampilan web yang berfungsi sebagai interface antara konsumen dengan toko. Dengan form-form yang disediakan, memberikan kemudahan bagi konsumen yang akan melakukan transaksi pembelian.

Form login admin merupakan form otentifikasi bagi user untuk masuk ke aplikasi sepenuhnya. Dengan form login seorang administrator dapat melakukan manipulasi data seperti penambahan data, perubahan data, *pengarian data dan penghapusan data* pada sistem (gambar 4). Untuk dapat melakukan manipulasi data pada sistem, terlebih dahulu administrator memasukkan username dan password.



Gambar 6. Rancangan Form Login admin

Rancangan form menu admin dibuat untuk memusatkan pengelolaan konten website hanya pada satu halaman saja. Berikut ini adalah rancangan form menu utama admin yang diusulkan:



Gambar 7. Rancangan Form Menu Utama Admin

Rancangan halaman login konsumen didesain untuk memfasilitasi konsumen untuk login terlebih dahulu sebelum melakukan order. Form login konsumen ini digunakan untuk mendata konsumen yang berbelanja serta mengetahui perkembangan grafik kunjungan konsumen. Data konsumen akan tersimpan dalam database. Sewaktu-waktu, data konsumen ini dibutuhkan untuk menyampaikan informasi jika ada discount atau produk baru yang tersedia. Dari data konsumen yang belanja juga dapat diketahui rating belanja konsumen, sehingga kedepannya pihak 3Dz Collection dapat memberikan reward kepada konsumen yang memenuhi kualifikasi yang sudah ditentukan. Reward yang diberikan dapat berupa potongan harga produk yang dibeli berikutnya atau dengan memberikan bonus produk pada saat konsumen tersebut melakukan order kembali dikemudian hari. Hal ini dilakukan untuk menjaga loyalitas konsumen. Berikut merupakan form halaman login konsumen.

Gambar 8. Form Halaman Login Konsumen

Rancangan halaman utama ini adalah gambaran dari bentuk website secara umum. Dimana pada rancangan ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu bagian header yang memuat fasilitas untuk pencarian produk. Bagian footer yang memuat data nomor telephone dan alamat email dari 3Dz Collection. Bagian menu atas berisi menu-menu yang terdapat pada website, terdiri dari menu home, produk, cek ongkir, cek resi, pembayaran, kontak dan service. Pada bagian menu kiri terdapat kategori produk yang meliputi kategori tas, pakaian dan perlengkapan rumah tangga. Pada bagian kiri ini konsumen dapat memilih kategori produk yang ingin dicari. Pada bagian tengah halaman menu Home menampilkan produk-produk yang populer dimasyarakat. Selain itu juga menampilkan produk-produk new arrival. Hal ini dimaksudkan untuk menginformasikan produk apa saja yang tersedia pada 3Dz Collection yang sedang populer dan produk baru apa saja yang tersedia. Berikut ini adalah rancangan halaman utama website:



Gambar 9. Rancangan Form Halaman Utama

Rancangan form keranjang belanja dapat dipergunakan oleh calon konsumen untuk menyimpan list orderan sementara sebelum faktur penjualan dibuat secara sah. Dengan keranjang belanja ini konsumen dapat mengetahui total belanja yang harus dibayarkan. Pada menu keranjang belanja ini konsumen juga dapat membatalkan orderan yang sudah dilistkan dengan mengklik tombol hapus pada tombol yang terdapat pada keranjang belanja sebelum proses checkout dilakukan. Berikut adalah rancangan keranjang belanja yang diusulkan:

Gambar 10. Rancangan Form Keranjang Belanja

Rancangan form konfirmasi pembayaran dapat dipergunakan oleh konsumen untuk memberitahu admin web bahwa invoice telah dibayar sesuai dengan jumlah pembayaran. Berikut ini adalah rancangan form konfirmasi pembayaran yang diusulkan:

Gambar 11 Rancangan Form Konfirmasi Pembayaran

3. Kesimpulan

Penjualan yang dilakukan dengan memanfaatkan *account* media social seperti facebook, Instagram dan pesan *Black Berry Messenger* (BBM) memiliki keterbatasan pada pangsa pasar. Pangsa pasar hanya terbatas pada sejumlah kontak yang terdapat pada *account* media social yang dimiliki, selain itu otomatisasi kegiatan operasional juga belum dapat dilakukan secara maksimal. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi tingkat penjualan. Tinggi rendahnya tingkat penjualan akan berpengaruh pada profit penjualan. Semakin luas pangsa pasar maka akan semakin besar peluang untuk dapat menjual produk. Keinginan mendapatkan konsumen baru dan memperluas pangsa pasar merupakan kebutuhan yang sangat mendasar bagi 3Dz Collection. Untuk itu, pengembangan sistem penjualan sangat dibutuhkan. Sistem penjualan berbasis e-commerce menawarkan solusi yang dibutuhkan oleh 3Dz Collection dalam meningkatkan penjualan sehingga akan memberikan kontribusi berupa peningkatan omset penjualan dan persaingan dengan kompetitor juga semakin baik.

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data skunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan terhadap pemilik 3Dz Collection, sedangkan observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan penjualan yang dijalankan pada 3Dz Collections. Dari hasil wawancara dan observasi dapat diketahui berbagai kelemahan dari sistem penjualan yang memanfaatkan *account* media social yang dimiliki oleh pemilik 3Dz Collection. Hal ini berpengaruh terhadap omset penjualan yang tidak berkembang. Data skunder didapatkan dari hasil mempelajari berbagai dokumen penjualan pada 3Dz Collection Pontianak. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah dapat menghasilkan sebuah website penjualan yang dapat membantu pemilik 3Dz Collection untuk bersaing dengan para kompetitor serta dapat membantu dalam meningkatkan omset penjualan pada 3Dz Collection.

Daftar Pustaka

- [1] R. Eko Indrajit, *Electronic Commerce*. Yogyakarta : Penerbit PREINEXUS, 2016.
- [2] C. Ahmadi, *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2013.
- [3] Himawan, Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif, *Scientific Journal of Informatics*, Vol.1, No.1, Mei 2014
- [4] I.P.Agus E.P, *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce*. Bandung : Penerbit INFORMATIKA, 2015.
- [5] S. Kosasi, Pembuatan Sistem E-Commerce Produk Meubel Berbasis Komponen. *IC-ITECHS*, Nopember 2014.
- [6] S. Kosasi, Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Produk Pembuatan Kue. *Jurnal CSRID*, Vol 7 No.1, Februari 2015
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta, 2010.
- [8] K.E.Kendall & J.E.Kendall, *Analisis dan Perancangan Sistem*, Klaten : PT. Index, 2007.
- [9] R. McLeod, Jr & G.P. Schell, *Sistem Informasi Manajemen*, Edisi Kesembilan, Jakarta : PT. Indeks, 2010.
- [10] W. Komputer, *Membangun Website Interaktif Dengan Adobe Dreamweaver CS5.5, PHP & MySQL*, Yogyakarta : Penerbit ANDI, 2012.
- [11] F. Allenn, *E-Commerce; Evolution and Impact*, <https://technofaq.org/posts/2016/04/e-commerce-evolution-and-impact/> diakses tanggal 12 Februari 2018, 2016