

Optimalisasi Penjualan Buah-Buahan dalam E-Commerce Memanfaatkan Wix Builder: Solusi dan Implementasi

Jeni Karay¹, Matheus Supriyanto Rumetna^{2*}, Tirsa Ninia Lina³, Frety Matahelumual⁴, Habel S.J. Rieuwpassa⁵, Susance Saflesa⁶

¹) Sistem Informasi, Universitas Ottow Geisler Papua

^{2,3}) Sistem Informasi, STAK Mesias Sorong

⁴) Administrasi Publik, Universitas Victory Sorong

^{5,6}) Bimbingan Konseling, STAK Mesias Sorong

¹karayjeni@gmail.com

²matheus.rumetna@gmail.com

³tirsawp@gmail.com

⁴fretymatahelumual8@gmail.com

⁵habel.sj.rieuwpassa@gmail.com

⁶evysaf@gmail.com

*email_korepondensi : matheus.rumetna@gmail.com

(Naskah diterima: 6. April 2024; Naskah direvisi: 7 April 2024; Naskah diterbitkan: 1 Juni 2024)

ABSTRAK – Dalam era digital, e-commerce telah menjadi solusi utama bagi pedagang buah-buahan untuk menjangkau konsumen secara luas. Platform seperti Wix Builder memudahkan pembangunan dan pengelolaan toko online tanpa keterampilan pemrograman yang rumit. Dengan fitur-fitur intuitif dan responsif, termasuk integrasi pembayaran yang aman dan analitika kinerja, Wix Builder memberikan solusi efektif bagi pedagang buah-buahan dalam memasuki pasar e-commerce. Pedagang dapat menampilkan produk, memberikan informasi harga dan kualitas, serta meningkatkan keterlibatan konsumen dengan fitur personalisasi dan promosi. Toko Buah Safar, misalnya, menghadapi berbagai masalah, termasuk keterbatasan jangkauan, visibilitas, waktu operasional, dan hubungan pelanggan yang kurang efisien. Namun, dengan adopsi e-commerce melalui Wix Builder, toko buah dapat mengatasi masalah ini dengan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas, memperpanjang jam operasional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Alur penelitian dari requirements, design and build, testing, evaluation, hingga implementation. Penelitian ini menghasilkan sebuah e-commerce berisi Menu Beranda, Belanja, Tentang, Kontak, terdapat pula fitur Cart, fitur Pencarian, serta fitur Chat. Hal ini memberikan landasan yang kuat untuk kesuksesan implementasi e-commerce, yang diuji menggunakan metode Blackbox sebelum diluncurkan.

Kata Kunci – E-commerce; Wix Builder; Toko Buah.

OPTIMIZING FRUIT SALES IN E-COMMERCE USING WIX BUILDER: SOLUTIONS AND IMPLEMENTATION

ABSTRACT – In the digital era, e-commerce has become the main solution for fruit traders to reach consumers widely. Platforms like Wix Builder make it easy to build and manage an online store without complex programming skills. With intuitive and responsive features, including secure payment integration and performance analytics, Wix Builder provides an effective solution for fruit merchants entering the e-commerce market. Merchants can display products, provide price and quality information, and increase consumer engagement with personalization and promotional features. Safar Fruit Shop, for example, faces various problems, including limited reach, visibility, operational time, and inefficient customer relations. However, with the adoption of e-commerce through Wix Builder, fruit shops can overcome these problems by expanding market reach, increasing visibility, extending operating hours, and strengthening relationships with customers. Research flow from requirements, design and build, testing, evaluation, to implementation. This research produces an e-commerce menu containing Home, Shopping, About, Contact, there is also a Cart feature, a Search feature, and a Chat feature. This provides a strong foundation for successful e-commerce implementation, tested using Blackbox methods before launch.

Keywords – E-commerce; Wix Builder; Fruit store.

1. PENDAHULUAN

Teknologi Informasi (TI) telah merevolusi cara kita berinteraksi dengan dunia digital [1], [2], [3]. *Website* adalah salah satu produk utama dari TI yang memungkinkan individu, perusahaan, dan organisasi untuk hadir secara *online*. Dengan adanya *website*, informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah dari mana saja, memungkinkan pengguna untuk mencari informasi, berbelanja, atau berkomunikasi secara efisien [4], [5], [6], [7], [8], [9]. Selain itu, *website* juga menjadi wadah bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan visibilitas, dan memperkuat citra merek.

E-commerce, sebagai bagian integral dari perkembangan TI, telah mengubah paradigma perdagangan secara signifikan [10], [11]. *Platform e-commerce* memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi jual-beli secara *online* dengan mudah, mulai dari pembelian barang konsumen hingga layanan digital. Hal ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mencari produk atau layanan yang mereka butuhkan tanpa harus keluar rumah, sementara bagi penjual, *e-commerce* membuka akses ke pasar yang lebih luas secara global [12], [13]. Selain itu, teknologi dalam *e-commerce* terus berkembang, dengan penggunaan kecerdasan buatan dan analitika data untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan efisiensi operasional.

Pertumbuhan teknologi informasi dan industri *e-commerce* telah membuka peluang baru dan menghadirkan tantangan unik. Kemampuan untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pasar menjadi kunci kesuksesan dalam dunia digital yang terus berubah [14], [15], [16]. Dalam era di mana akses internet semakin meluas dan penggunaan perangkat *mobile* semakin mendominasi, penting bagi perusahaan untuk memanfaatkan teknologi informasi dan *e-commerce* dengan bijak guna mengoptimalkan potensi bisnis mereka dan tetap bersaing di pasar global yang kompetitif [17], [18], [19], [20], [21].

Dalam era digital yang terus berkembang, *e-commerce* telah menjadi salah satu pilihan utama bagi penjual buah-buahan untuk menjangkau konsumen secara luas. *Platform* seperti *Wix Builder* memberikan kemudahan bagi pedagang untuk membangun dan mengelola toko *online* mereka tanpa perlu memiliki keterampilan pemrograman yang mendalam. Dengan fitur-fitur yang intuitif dan beragam, seperti desain responsif yang dapat diakses melalui berbagai perangkat, integrasi pembayaran yang aman, dan alat analitika untuk melacak kinerja toko, *Wix Builder* memberikan solusi yang efektif bagi pedagang buah-buahan yang ingin memasuki dunia *e-commerce* [22], [23], [24], [25].

Melalui *platform e-commerce* seperti yang disediakan oleh *Wix Builder*, pedagang buah-buahan dapat memanfaatkan potensi pasar yang luas dengan cara yang lebih efisien dan efektif. Mereka dapat menampilkan berbagai jenis buah-buahan, memberikan informasi tentang kualitas dan harga, serta menyediakan opsi pembelian yang nyaman bagi konsumen. Selain itu, dengan fitur-fitur personalisasi dan promosi yang disediakan oleh *platform e-commerce*, pedagang dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperluas basis pelanggan mereka dengan strategi pemasaran yang tepat sasaran [26], [27], [28], [29], [30], [31]. Dengan demikian, *e-commerce* melalui *Wix Builder* tidak hanya menjadi alat untuk menjual buah-buahan secara *online*, tetapi juga menjadi sarana untuk memperkuat *brand awareness* dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

Toko Buah Safar adalah sebuah toko yang bergerak di bidang jual beli, toko ini membeli buah-buahan di beberapa agen dan kemudian dijual kembali ke masyarakat. Bapak Safar adalah pemilik dari toko Buah Safar, beliau awalnya seorang pedagang yang berasal dari Malaysia dan pada tahun 2017 berpindah lokasi ke kota sorong dan mulai membuka toko buah.

Beberapa masalah yang dialami oleh Toko Buah Safar adalah keterbatasan jangkauan pasar. Tanpa adanya *platform e-commerce*, toko buah terbatas pada penjualan lokal atau regional. Ini berarti mereka hanya dapat menjangkau pelanggan yang berada dalam radius fisik toko mereka atau mereka yang mengunjungi pasar tradisional tempat mereka beroperasi. Keterbatasan ini dapat menghambat potensi pertumbuhan bisnis dan menyebabkan ketergantungan pada pelanggan setia yang jumlahnya terbatas.

Kurangnya visibilitas dan promosi. Tanpa adanya kehadiran *online*, toko buah kesulitan untuk memperoleh visibilitas yang memadai di pasar. Mereka tidak dapat memanfaatkan strategi pemasaran digital seperti iklan *online*, media sosial, atau optimisasi mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik pelanggan potensial. Kurangnya promosi ini dapat mengakibatkan sulitnya memperoleh pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada.

Pembatasan waktu operasional. Toko buah yang hanya beroperasi secara fisik terbatas oleh jam buka dan tutup toko. Ini berarti bahwa mereka tidak dapat melakukan penjualan di luar jam operasional mereka, yang mungkin menyebabkan potensi kehilangan peluang penjualan. Dengan *e-commerce*, toko buah dapat tetap beroperasi selama 24 jam, memberikan aksesibilitas yang lebih besar bagi pelanggan untuk berbelanja kapan saja.

Keterbatasan dalam menjaga hubungan pelanggan. Tanpa *platform e-commerce*, toko buah

mungkin kesulitan dalam menjaga hubungan yang kuat dengan pelanggan. Mereka tidak memiliki cara yang efisien untuk mengumpulkan informasi kontak pelanggan, mengirimkan pembaruan atau penawaran spesial, atau mendapatkan umpan balik dari pelanggan mereka. Ini dapat mengakibatkan kehilangan peluang untuk membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan retensi pelanggan.

Dengan mengadopsi, *e-commerce* melalui *Wix Builder*, toko buah dapat mengatasi sebagian besar masalah ini dengan memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan visibilitas merek, memperluas waktu operasional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian pertama oleh Tirsa Ninia Lina, dkk., (2024) dengan judul "Pemanfaatan *Wix Builder* dalam Promosi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Keripik Kartika Kota Sorong". Keripik Kartika, sebuah UMKM di sektor penjualan makanan ringan, menghadapi tantangan dalam promosi produk akibat keterbatasan sumber daya dan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif. Memanfaatkan *platform* seperti *Wix Builder* dalam membangun *website* menjadi solusi yang efektif bagi UMKM untuk mengatasi masalah ini dan meningkatkan penjualan *online* mereka. Pengembangan *website* menjadi kunci untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan pengguna. *Wix Builder*, sebagai *platform* pembuatan *website* yang intuitif dan berbasis *cloud*, menonjol sebagai solusi lengkap dan mudah digunakan bagi individu dan bisnis kecil yang ingin menciptakan situs web profesional. Dengan fitur-fitur seperti *template* responsif, integrasi *e-commerce*, dan alat SEO, *Wix Builder* memberikan solusi yang sederhana namun efektif bagi UMKM untuk bersaing dalam pasar digital dengan daya saing yang lebih besar [22].

Penelitian kedua oleh Arimbi Kurniasari (2023) dengan judul "Pemanfaatan *Website* Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Di UKM Nadira Catering". Nadira Catering, sebuah usaha kecil menengah (UMKM), beroperasi di sektor akomodasi dan penyediaan makanan minuman di daerah Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi. Saat ini, metode penjualan yang digunakan masih terbatas pada penjualan di tempat dan pengunjung harus datang langsung ke lokasi untuk memesan layanan katering. Dengan kehadiran *website*, diharapkan Nadira Catering dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan menjangkau calon pelanggan baru di wilayah yang lebih luas. Selain itu, *website* ini juga akan membantu manajemen catering dalam mencatat, mengorganisir, dan membuat laporan terkait penjualan mereka [16].

Penelitian ketiga oleh Eben Panja, Eko Sedyono, Hendry (2023) dengan judul "Perancangan Dan Implementasi *Website* Sebagai Media Promosi Pada Atap Bukit *Coffee*". Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah menggunakan teknologi internet melalui *platform website*. Dengan menghadirkan informasi mengenai produk makanan dan minuman melalui desain *website* yang menarik, dapat memicu minat konsumen. Dengan demikian, pelaku bisnis memiliki kesempatan untuk meningkatkan jumlah pelanggan karena promosi produk melalui *website* cenderung lebih menarik dengan tampilan yang interaktif. Penelitian ini menunjukkan keunggulan dari penggunaan *website*, yaitu peningkatan jumlah pelanggan, karena bentuk promosi yang lebih menarik dan dapat diakses oleh siapa saja yang terhubung ke jaringan internet [14].

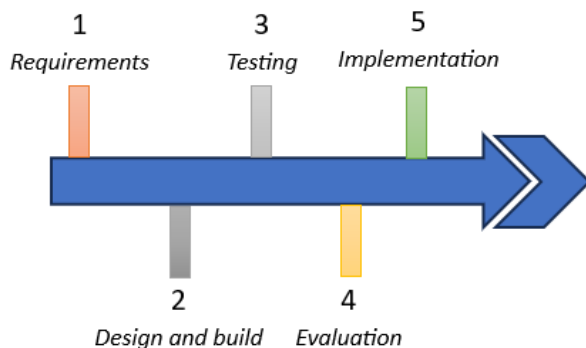
3. METODE PENELITIAN

Alur pelaksanaan penelitian menggunakan pendekatan metode *Prototype* dipaparkan sebagai berikut :

- 1) *Requirements*, merupakan tahap pengumpulan kebutuhan penelitian. Terdapat 3 cara yang digunakan, yaitu:
 - a. Wawancara, dilakukan dengan narasumber yaitu bapak Safar selaku pemilik toko. Dari wawancara ini peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam, mendapatkan informasi langsung dari sumber yang relevan, dan membangun hubungan yang kuat dengan subjek penelitian.
 - b. Observasi, digunakan sebagai alat untuk memverifikasi atau memvalidasi data yang telah dikumpulkan melalui wawancara sebelumnya. Dengan melihat langsung situasi atau perilaku yang diamati.
 - c. Studi Literatur dilakukan dengan maksud memahami literatur yang ada, mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan, mengembangkan kerangka konseptual, mendukung metode penelitian, dan menginformasikan analisis dan interpretasi temuan penelitian. Sumber studi literatur yang digunakan adalah karya ilmiah berupa jurnal.
- 2) *Design and build*, merupakan sebuah alat yang sangat efektif dalam meraih kesuksesan bisnis dan memenuhi

kebutuhan pengguna dengan optimal. Sistem ini dikembangkan berbasis *website* dan menggunakan *platform Wix Builder*, sehingga desainnya secara otomatis mengikuti *template* yang telah tersedia. Keputusan untuk menggunakan *platform* ini diambil karena toko membutuhkan solusi yang kreatif dan efisien dalam hal biaya, namun tetap dapat memenuhi semua kebutuhan dan kapabilitas yang dimiliki oleh pemilik toko. Dengan mengadopsi *e-commerce* melalui *Wix Builder*, toko buah dapat mengatasi sebagian besar tantangan dengan memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan visibilitas merek, memperpanjang waktu operasional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

- 3) *Testing*, adalah langkah penting dalam pengembangan *website* untuk memastikan bahwa situs beroperasi dengan baik, memberikan pengalaman pengguna yang baik, dan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Pengujian *website* di dalam penelitian ini menggunakan *Blackbox Testing*.
- 4) *Evaluation*, dilakukan bersamaan dengan *testing* karena memiliki fungsi yang sama dalam pengelolaan dan pengembangan *website* yaitu untuk memastikan bahwa situs berfungsi dengan baik, memberikan pengalaman pengguna yang optimal, dan mencapai tujuan bisnis yang ditetapkan.
- 5) *Implementation*, setelah semua tahapan telah dilakukan maka *website* harus diimplementasikan agar memenuhi kebutuhan bisnis, dan memberikan nilai tambah kepada pengguna.



Gambar 1. Alur pelaksanaan penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan alur penelitian yang telah digambarkan pada Gambar 1, maka penelitian ini

menghasilkan sebuah *e-commerce* melalui *Wix Builder*, sehingga toko buah dapat mengatasi sebagian besar tantangan dengan memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan visibilitas merek, memperpanjang waktu operasional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Adapun menu dan fitur yang dihasilkan di dalam penelitian ini yaitu Menu Beranda, Belanja, Tentang, Kontak, terdapat pula fitur *Cart*, fitur Pencarian, serta fitur *Chat*. Sebelum diimplementasikan, *e-commerce* ini terlebih dahulu di *testing*. Hasil *testing* dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Hasil *Testing* menggunakan *Blackbox*

No	Fungsi	Status
1	Admin melakukan <i>login</i>	Valid
2	Sistem menolak jika <i>Login</i> menggunakan <i>username</i> & <i>password</i> yang tidak benar	Valid
3	Admin melakukan <i>logout</i>	Valid
4	Admin memasukan data produk	Valid
5	Admin mengedit data produk	Valid
6	Admin menghapus data produk	Valid
7	Admin memasukan data Kontak	Valid
8	<i>View</i> produk di dalam sistem	Valid
9	<i>Customer</i> melakukan pencarian	Valid
10	<i>Customer</i> melakukan <i>login</i>	Valid
11	<i>Customer</i> menambah produk ke <i>cart</i>	Valid
12	<i>Customer</i> mengedit produk di dalam <i>cart</i>	Valid
13	<i>Customer</i> menghapus produk di dalam <i>cart</i>	Valid
14	<i>Customer</i> melakukan kontak melalui menu Kontak	Valid
15	<i>Customer</i> mengirimkan <i>chat</i> melalui fitur <i>chat</i>	Valid
16	<i>Customer</i> melakukan <i>logout</i>	Valid

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua fungsi berjalan dengan baik (valid), mulai dari admin melakukan *login*, sistem menolak jika *login* menggunakan *username* & *password* yang tidak benar, admin melakukan *logout*, admin memasukan data produk, admin mengedit data produk, admin menghapus data produk, admin memasukan data kontak, *view* produk di dalam sistem, *Customer* melakukan pencarian, *Customer* melakukan *login*, *Customer* menambah produk ke *cart*, *Customer* mengedit produk di dalam *cart*, *Customer* menghapus produk di dalam *cart*, *Customer* melakukan kontak melalui menu Kontak, *Customer* mengirimkan *chat* melalui fitur *chat*, hingga *Customer* melakukan *logout*.

Implementasi *e-commerce* melalui *Wix Builder* dapat dilihat pada gambar berikut:

- 1) Menu Beranda

Berikut adalah tampilan Menu Beranda pada *e-*

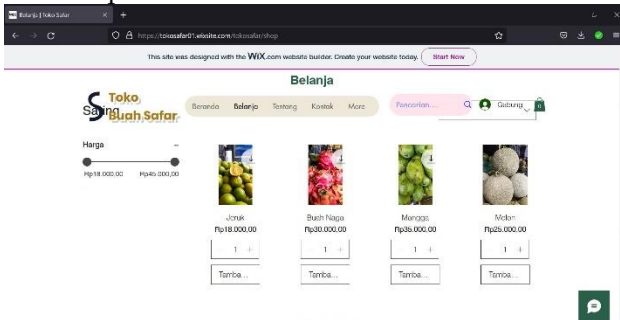
commerce Toko Buah Safar.



Gambar 2. Tampilan Menu Beranda

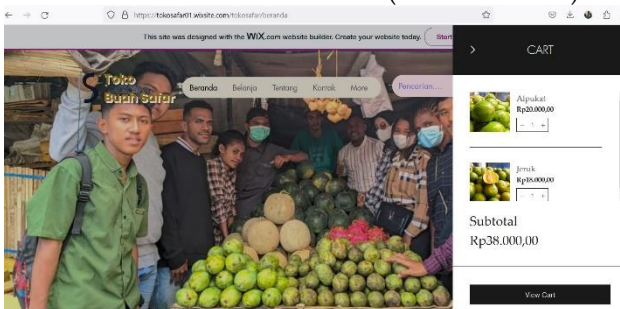
Gambar 2 di atas menampilkan menu-menu yang terdapat di dalam *e-commerce* Toko Buah Safar.

- 2) Menu Belanja
Berikut adalah tampilan Menu Belanja dan Fitur Cart pada *e-commerce* Toko Buah Safar.



Gambar 3. Tampilan Menu Belanja

Customer dapat melakukan *review* produk dan jika *customer* ingin memesan produk dapat dilakukan melalui menu ini (lihat Gambar 3).



Gambar 4. Tampilan Fitur Cart

Produk yang dipesan akan ditambahkan secara otomatis ke *cart* dengan cara klik tombol Tambah Ke Keranjang selama stok produk masih tersedia (lihat Gambar 4).

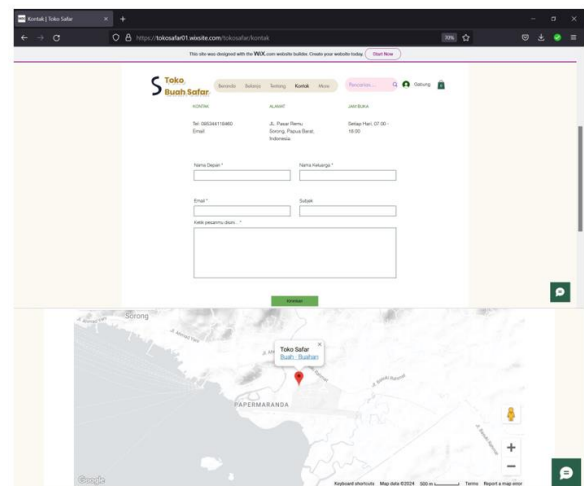
- 3) Menu Tentang
Berikut adalah tampilan Menu Tentang pada *e-commerce* Toko Buah Safar.



Gambar 5. Tampilan Menu Tentang

Gambar 5 di atas berisi informasi dan profil singkat dari Toko Buah Safar, seperti waktu operasional, dan alamat.

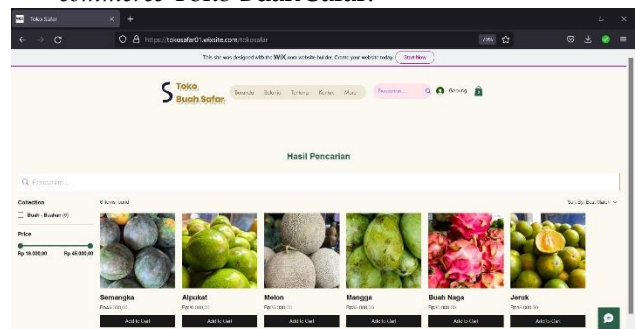
- 4) Menu Kontak
Berikut adalah tampilan Menu Kontak pada *e-commerce* Toko Buah Safar.



Gambar 6. Tampilan Menu Kontak

Gambar 6 di atas tidak hanya menyediakan saluran komunikasi antara pelanggan dan bisnis, tetapi juga merupakan komponen penting dari strategi layanan pelanggan dan pengelolaan hubungan pelanggan yang efektif.

- 5) Fitur Pencarian
Berikut adalah tampilan fitur Pencarian pada *e-commerce* Toko Buah Safar.

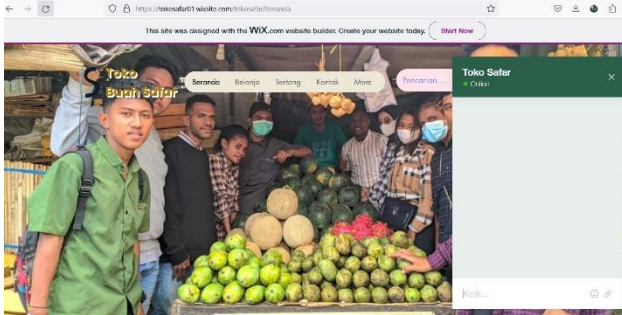


Gambar 7. Tampilan Fitur Pencarian

Customer dapat melakukan pencarian produk dan jika customer ingin memesan produk dapat langsung dilakukan (lihat Gambar 7).

6) Fitur Chat

Berikut adalah tampilan fitur Chat pada e-commerce Toko Buah Safar.



Gambar 8. Tampilan Fitur Chat

Fitur Chat seperti Gambar 8 di atas, tidak hanya sebagai saluran komunikasi langsung antara pelanggan dan perusahaan, tetapi juga merupakan alat yang kuat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan konversi, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

5. KESIMPULAN

E-commerce, terutama yang dibangun melalui platform Wix Builder, memiliki potensi besar untuk membantu Toko Buah Safar dalam mengatasi berbagai masalah yang mereka hadapi, seperti keterbatasan jangkauan pasar, kurangnya visibilitas dan promosi, pembatasan waktu operasional, dan keterbatasan dalam menjaga hubungan pelanggan. Alur pelaksanaan penelitian yang meliputi *requirements, design and build, testing, evaluation*, dan *implementation* merupakan langkah-langkah penting dalam mengembangkan e-commerce tersebut. Menu dan fitur yang dihasilkan dari penelitian tersebut, seperti Menu Beranda, Belanja, Tentang, Kontak, Cart, Pencarian, dan Chat, memberikan kemudahan navigasi dan interaksi bagi pengguna, yang diuji menggunakan metode *Blackbox* sebelum diimplementasikan. Dengan demikian, penggunaan e-commerce melalui Wix Builder dapat menjadi solusi yang efektif bagi toko buah dalam memperluas dan mengoptimalkan bisnis mereka dalam era digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. S. Rumetna, T. N. Lina, A. B. Santoso, J. Karay, R. Komansilan, and B. G. Kaitelapatay, "Pengetahuan Serta Peran Auditor Secara Komprehensif dalam Menghadapi Dampak Perkembangan Teknologi Informasi," *Jurnal Komtika (Komputasi dan Informatika)*, vol. 6, no. 1, pp. 26–38, 2022, doi: <https://doi.org/10.31603/komtika.v6i1.6776>.
- [2] D. Hariyadi, C. B. Setiawan, and B. Setiyadi, "Pengembangan Sistem Pemantauan dan Deteksi Serangan pada Ekosistem Rumah Cerdas," *Jurnal Komtika (Komputasi dan Informatika)*, vol. 5, no. 2, pp. 132–139, 2021, doi: [10.31603/komtika.v5i2.5861](https://doi.org/10.31603/komtika.v5i2.5861).
- [3] R. Bramasta and L. Fitriana Masitoh, "Rancang Bangun Sistem Penilaian Produk Virtual Reality Berbasis Website Di PT.Shinta VR," *Jurnal Komtika (Komputasi dan Informatika)*, vol. 5, no. 2, pp. 103–111, 2021, doi: [10.31603/komtika.v5i2.6060](https://doi.org/10.31603/komtika.v5i2.6060).
- [4] F. P. Juniawan, D. Y. Sylfania, R. Rian Chrisna Putra, and R. Sulaiman, "Implementasi Aplikasi Monitoring Nilai dan Kegiatan Siswa Berbasis Android dengan Metode Prototype," *Jurnal Komtika (Komputasi dan Informatika)*, vol. 5, no. 1, pp. 26–34, 2021, doi: [10.31603/komtika.v5i1.5119](https://doi.org/10.31603/komtika.v5i1.5119).
- [5] P. Herlambang and W. Suharso, "Audit Sistem Informasi Menggunakan Framework COBIT 4.1 Domain Acquire and Implementasi (AI) (Studi Kasus: Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Malang)," *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, vol. 4, no. 2, pp. 2–5, 2018, doi: [10.26905/jtmi.v4i2.2205](https://doi.org/10.26905/jtmi.v4i2.2205).
- [6] E. Maria and E. Haryani, "Audit Model Development of Academic Information System: Case Study on Academic Information System of Satya Wacana," *Journal of Art, Science & Commerce*, vol. II, no. April 2011, pp. 12–24, 2011.
- [7] S. Ngatijah, S. Syahriani, and T. Santoso, "Sistem Informasi Penjualan Online Saus Dan Sambel Express," *METHOMIKA Jurnal Manajemen Informatika dan Komputerisasi Akuntansi*, vol. 6, no. 6, pp. 136–142, 2022, doi: [10.46880/jmika.vol6no2.pp136-142](https://doi.org/10.46880/jmika.vol6no2.pp136-142).
- [8] R. R. Rerung, M. Fauzan, and H. Hermawan, "Website Quality Measurement of Higher Education Services Institution Region IV Using Webqual 4.0 Method," *International Journal of Advances in Data and Information Systems*, vol. 1, no. 2, pp. 89–102, 2020, doi: [10.25008/ijadis.v1i2.185](https://doi.org/10.25008/ijadis.v1i2.185).
- [9] D. Livingston, E. Kirubakaran, and E. P. David, "Implementing Data Privacy of Cloud Data on a Remote Server using Symmetric Cryptographic Algorithms," *International Journal of Advances in Data and Information Systems*, vol. 2, no. 1, pp. 62–72, 2021, doi: [10.25008/ijadis.v2i1.1217](https://doi.org/10.25008/ijadis.v2i1.1217).
- [10] D. R. Sari, B. O. Sembiring, and E. Rahayu, "E-Commerce Custom Made Sandal Wanita," *METHOMIKA Jurnal Manajemen Informatika*

- dan *Komputerisasi Akuntansi*, vol. 6, no. 6, pp. 110–116, 2022, doi: 10.46880/jmika.vol6no2.pp110-116.
- [11] M. S. Rumetna, “Pemanfaatan Cloud Computing Pada Dunia Bisnis: Studi Literatur,” *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 5, no. 3, pp. 305–314, 2018, doi: 10.25126/jtiik.201853595.
- [12] I. Made Widiarta, Y. Mulyanto, and A. Sutrianto, “Rancang Bangun Sistem Informasi Inventory Menggunakan Metode Agile Software Development (Studi Kasus Toko Nada),” *Digital Transformation Technology (Digitech) | e*, vol. 3, no. 1, 2023, doi: 10.47709/digitech.v3i1.2549.
- [13] D. K. Aprilia and R. Rodianto, “Perancangan Sistem Informasi Manajemen Posyandu (SIMPADU) Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Posyandu,” *Digital Transformation Technology (Digitech)*, vol. 3, no. 2, pp. 346–361, Sep. 2023, doi: 10.47709/digitech.v3i2.2529.
- [14] E. Panja, E. Sedyono, F. Teknologi Informasi, and U. Kristen Satya Wacana, “PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA ATAP BUKIT COFFEE,” 2023.
- [15] M. Bakhar, N. Anggun Pratiwi, R. Mustofa, P. Harapan Bersama, and H. Artikel, “Sistem Informasi Website Pencarian Apotek 24 Jam Menggunakan Location Based Service (LBS),” *Digital Transformation Technology (Digitech) | e*, vol. 3, no. 1, 2023, doi: 10.47709/digitech.v3i1.2607.
- [16] A. Kurniasari, “PEMANFAATAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN DI UKM NADIRA CATERING,” 2023.
- [17] T. N. Lina, M. Supriyanto Rumetna, J. Tindage, S. Pormes, and W. Ferdinandus, “Penerapan Metode Simpleks Dalam Mengoptimalkan Hasil Penjualan Pada Usaha Berskala Kecil,” *Journal of Computer Science and Technology JCS-TECH*, vol. 3, no. 1, pp. 25–32, 2023, doi: <https://doi.org/10.54840/jcstech.v3i1.98>.
- [18] M. Rumetna, Supriyanto *et al.*, “PENERAPAN METODE SIMPLEKS UNTUK MENGHASILKAN KEUNTUNGAN MAKSIMUM PADA PENJUAL BUAH PINANG,” *Journal of Dedication To Papua Community2*, vol. 2, no. 1, pp. 75–86, 2019.
- [19] T. N. Lina, B. S. Marlissa, M. S. Rumetna, and J. E. Lopulalan, “Penerapan Metode Simpleks Untuk Meningkatkan Keuntungan Produksi,” *Riset Komputer*, vol. 7, no. 3, pp. 459–468, 2020, doi: 10.30865/jurikom.v7i3.2204.
- [20] M. S. Rumetna, T. N. Lina, T. P. Sari, P. Mugu, A. Assem, and R. Sianturi, “Optimasi Jumlah Produksi Roti Menggunakan Program Linear Dan Software POM-QM,” *Computer Based Information System Journal*, vol. 09, no. 01, pp. 42–49, 2021.
- [21] M. S. Rumetna *et al.*, “Optimasi Pendapatan Pembuatan Spanduk dan Baliho Menggunakan Metode Simpleks (Studi Kasus : Usaha Percetakan Shiau Printing),” *Jurnal Riset Komputer (JURIKOM)*, vol. 7, no. 2, pp. 278–284, 2020, doi: 10.30865/jurikom.v7i2.1922.
- [22] T. Ninia Lina *et al.*, “Pemanfaatan Wix Builder dalam Promosi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Keripik Kartika Kota Sorong,” *Digital Transformation Technology (Digitech)*, vol. 4, no. 1, pp. 72–78, 2024, doi: 10.47709/digitech.v4i1.3663.
- [23] I. F. Yani, Nurcahyati, T. M. Afriyanti, and Herlawati, “Sistem Informasi Penjualan Pakaian Muslim Berbasis Web pada Galery Rumah Athar Cileungsi-Bogor,” *Information System For Educators and Professionals*, vol. 3, no. 1, pp. 91–100, 2018.
- [24] A. Suandi, F. N. Khasanah, and E. Retnoningsih, “Pengujian Sistem Informasi E-commerce Usaha Gudang Cokelat Menggunakan Uji Alpha dan Beta,” *Information System for Educators and Professionals*, vol. 2, no. 1, pp. 61–70, 2017, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publication/s/234474-pengujian-sistem-informasi-e-commerce-us-2bea597f.pdf>
- [25] L. Kurniawati and E. Pristanti, “Sistem Informasi Pembelian dan Penjualan Obat Pada Apotik Dengan Metode System Development Life Cycle,” *Information System for Educators and Professionals*, vol. 3, no. 1, pp. 1–12, 2018.
- [26] R. P. Ardhiyani and H. Mulyono, “ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PARIWISATA BERBASIS WEB SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KABUPATEN TEBO,” *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, vol. 3, no. 1, pp. 952–972, 2018.
- [27] M. S. Rumetna, T. N. Lina, I. S. Rajagukguk, F. S. Pormes, and A. B. Santoso, “Payroll Information System Design Using Waterfall Method,” *International Journal of Advances in Data and Information Systems*, vol. 3, no. 1, pp. 1–10, 2022, doi: 10.25008/ijadis.v3i1.1227.
- [28] M. S. Rumetna, T. N. Lina, A. B. Santoso, R. Komansilan, and J. Karay, “Implementasi Algoritma Depth First Search Dalam

- Penyelesaian Permasalahan Lintasan dan Sirkuit Euler," *Jurnal Komtika (Komputasi dan Informatika)*, vol. 7, no. 1, pp. 12–21, 2023, doi: 10.31603/komtika.v7i1.8672.
- [29] A. Suryadi and S. I. Nurmawati, "Sistem Informasi Penjualan Kerajinan Berbasis Web Menggunakan Model V-Model (Studi Kasus Karang Taruna Pelitamas Banjarnegara)," *Indonesian Journal on Computer and Information Technology (IJCIT)*, vol. 3, no. 2, pp. 268–276, 2018, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijcit/article/view/4686/pdf>
- [30] M. S. Rumetna, "Audit Lingkungan Dan Pengendalian Teknologi Informasi Pada Pt. Xyz," *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, vol. 9, no. 2, pp. 753–768, 2018, doi: 10.24176/simet.v9i2.2294.
- [31] M. S. Rumetna, E. E. Renny, and T. N. Lina, "Designing an Information System for Inventory Forecasting," *International Journal of Advances in Data and Information Systems*, vol. 1, no. 2, pp. 80–88, 2020, doi: 10.25008/ijadis.v1i2.187.