JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia
Volume 6, Nomor 1, Juni 2025, Halaman 58-67

Optimizing B2B E-Commerce Development and Online Marketing with the Linear Sequential Method

Eka Sofiati [1*], **Dori Gusti Alex Candra** [2], **Budi Permana Putra** [3], **Tomy Nanda Putra**[4]

[1,2,3] Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer dan Teknik, Institut Teknologi Mitra Gama, Duri, Indonesia
[4] Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Ilmu Komputer dan Teknik, Institut Teknologi Mitra Gama, Duri, Indonesia

dorigustialexcandra@gmail.com [2], budipermanaputra96@gmail.com [3], tomynanda.p24@gmail.com [4]
Correspondence: ekasfti@gmail.com [1]

ABSTRAK

Tujuan. Dalam dunia bisnis, persaingan merupakan aspek yang tidak terhindarkan, terutama dengan kemajuan pesat dalam teknologi informasi. Perkembangan ini telah membawa perubahan signifikan, mengubah berbagai aktivitas dari metode konvensional menjadi lebih modern dan efisien. Hal ini berdampak pada berbagai sektor, termasuk pendidikan dan bisnis, khususnya dalam cara individu mengakses serta memanfaatkan informasi. Saat ini, masih banyak pelaku usaha yang mengandalkan metode tradisional dalam proses penjualan, seperti pemasaran langsung atau pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Namun, pendekatan ini memiliki berbagai keterbatasan yang dapat memengaruhi stabilitas pendapatan. Oleh karena itu, diperlukan solusi inovatif untuk mengatasi permasalahan tersebut.
Material dan Metode. Penelitian ini menerapkan metode linear sequential dalam pengembangan sistem. Metode ini merupakan pendekatan sistematis yang dilakukan secara bertahap, memastikan bahwa setiap tahap dalam proses pengembangan mengikuti aturan yang jelas. Anugrah Muslim Store saat ini masih menggunakan cara manual dalam menjalankan bisnisnya, sehingga menghadapi tantangan dalam menjangkau konsumen dan memperluas area pemasaran. Untuk mengatasi kendala tersebut, dibutuhkan sistem berbasis online sebagai sarana untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan penjualan.
Hasil. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu Anugrah Muslim Store dalam mengoptimalkan proses bisnisnya melalui sistem informasi pemasaran online.
Kesimpulan. Dengan adanya sistem ini, toko dapat lebih mudah menjangkau pelanggan, memperluas cakupan pasar, serta meningkatkan potensi pendapatan secara lebih stabil dan berkelanjutan.

Kata Kunci
Sistem Informasi, PHP, Mysql, Linear Sequential;

ABSTRACT

Backgrounds. *In the business world, competition is an unavoidable aspect, especially with the rapid advances in information technology. This development has brought significant changes, transforming various activities from conventional methods to more modern and efficient ones. This has an impact on various sectors, including education and business, especially in the way individuals access and utilize information. Currently, many businesses still rely on traditional methods in the sales process, such as direct marketing or utilizing social media as a means of promotion. However, these approaches have various limitations that can affect revenue stability. Therefore, innovative solutions are needed to overcome these problems.*
Methods. *This research applies the linear sequential method in system development. This method is a systematic approach that is carried out in stages, ensuring that each stage in the development process follows clear rules. Anugrah Muslim Store currently still uses manual methods in running its business, thus facing challenges in reaching consumers and expanding the marketing area. To overcome these obstacles, an online-based system is needed as a means to increase marketing and sales effectiveness.*
Results. *The results of this study are expected to help Anugrah Muslim Store optimize its business processes through an online marketing information system.*
Conclusions. *With this system, stores can more easily reach customers, expand market coverage, and increase revenue potential in a more stable and sustainable manner.*

Key Words
Sistem Informasi, PHP, Mysql, Linear Sequential.;

Received: 28th May 2025
Accepted: 17th June 2025
Published: 30th June 2025
Citation: -

10.46510/jami.v6i1.363
ISSN 2722-4414 (p)/ 2722-4406 (e)

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi pada era digital saat ini memberikan dampak besar bagi masyarakat dalam mempermudah berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk dalam hal pencatatan data yang awalnya dilakukan menggunakan komputer biasa hingga kini berkembang dengan teknologi berbasis cloud computing (Pardika & Candra, 2024). Dengan hadirnya teknologi informasi yang semakin canggih, masyarakat dapat mengakses informasi dengan cepat dan akurat di mana saja dan kapan saja (D. G. A. Candra et al., 2023).

Di sisi lain, pemanfaatan teknologi informasi telah banyak diterapkan oleh organisasi dan perusahaan untuk mengembangkan bisnis yang lebih modern dan terstruktur guna mencapai keberhasilan dalam persaingan pasar (D. G. A. Candra et al., 2022). Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan di sektor perdagangan adalah pemasaran berbasis internet, karena dinilai lebih efektif dalam hal waktu pelaksanaan serta lebih efisien dalam mengurangi biaya operasional dibandingkan dengan metode konvensional (Meiditra et al., 2025).

Persaingan bisnis tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi yang terus berkembang dengan pesat. Perubahan ini telah memberikan dampak yang luas bagi banyak individu dan sektor usaha dari waktu ke waktu (Nandankar et al., 2023). Salah satu bentuk implementasi teknologi dalam dunia bisnis adalah model Business to Business (B2B), di mana transaksi dilakukan antarperusahaan alih-alih langsung kepada konsumen akhir (Danach et al., 2025). Model bisnis ini biasanya melibatkan volume transaksi yang lebih besar dan nilai ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan dengan model Business to Consumer (B2C). Selain itu, pengambilan keputusan dalam transaksi B2B cenderung lebih kompleks karena melibatkan banyak pemangku kepentingan (Amiri, 2025).

Saat ini, masih banyak badan usaha yang mengandalkan metode konvensional dalam menjual dan memasarkan produk mereka, seperti menggunakan media sosial sebagai alat promosi utama (D. Candra & Permata, 2024). Namun, metode ini memiliki banyak keterbatasan, misalnya, pemasaran yang hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut menyebabkan cakupan pasar yang sempit, sehingga bisnis sulit berkembang ke wilayah lain (D. Candra & Permata, 2024). Akibatnya, pendapatan yang diperoleh pelaku usaha cenderung tidak stabil. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah solusi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan penjualan produk mereka(Putra Pane & Octavian, 2024).

Penelitian ini berfokus pada pengembangan sistem informasi pemasaran berbasis online (Astuti, 2024). Sistem ini bertujuan untuk membantu pemilik bisnis dalam melakukan aktivitas jual beli secara lebih efisien serta memperluas cakupan pemasaran ke berbagai wilayah (Salam et al., 2024). Dengan sistem berbasis internet, siapa pun yang memiliki akses dapat menggunakan platform ini (Negara et al., 2024), sehingga memungkinkan peningkatan jangkauan pasar dan pendapatan bisnis serta berfungsi sebagai media promosi bagi toko atau perusahaan terkait(Kusumasari et al., 2024).

Dalam penelitian ini, metode pengembangan sistem yang digunakan adalah Linear Sequential (Nandankar et al., 2023). Metode ini merupakan pendekatan dalam rekayasa perangkat lunak yang bersifat sistematis dan berurutan (Atim, 2024). Setiap tahap dalam proses pengembangannya memiliki aturan yang jelas, dimulai dari perencanaan awal hingga tahap implementasi. Dengan pendekatan ini, diharapkan sistem yang dikembangkan dapat berjalan secara optimal dan memenuhi kebutuhan pengguna(Mansyuri et al., 2024) (Amiri, 2025).

II. MATERIAL DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, di mana proses analisis dilakukan secara terstruktur dan sistematis. Selain pendekatan kuantitatif, penelitian ini juga menyajikan kerangka pikir yang dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini (D. G. A. Candra et al., 2023).

Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian.

2.1 Penelitian Pendahuluan

Penelitian pendahuluan merupakan tahap awal dalam proses penelitian yang bertujuan untuk memastikan bahwa permasalahan yang akan dikaji benar-benar ada di lapangan. Tahap ini mencakup penyusunan latar belakang, ruang lingkup penelitian, serta manfaat dan tujuan perusahaan secara umum. Pada tahap ini, dilakukan analisis awal terhadap permasalahan yang ada di lapangan serta pengumpulan data melalui survei sebelum melanjutkan penelitian lebih mendalam terhadap objek yang diteliti

2.2 Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data memegang peran penting dalam proses pengembangan suatu aplikasi. Pada penelitian ini, data yang diperlukan dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap objek penelitian serta wawancara. Dari proses ini, diperoleh berbagai informasi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

2.3 Analisa

Tahap analisis merupakan bagian krusial dalam sebuah penelitian, karena pada tahap ini dilakukan identifikasi terhadap permasalahan yang ditemukan.

2.3.1 Analisa Data

Analisis data dilakukan untuk mengolah dan mengelompokkan data yang dikumpulkan berdasarkan kategori yang telah ditentukan. Data yang diperoleh kemudian digunakan dalam proses perancangan sistem yang akan dikembangkan.

2.3.2 Analisa Proses

Penelitian ini menggunakan metode Linear Sequential, yang berperan dalam pengembangan sistem pemasaran berbasis online secara sistematis dan berurutan.

2.3.3 Analisa Sistem

Analisis sistem bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dalam perancangan sistem agar dapat menghasilkan solusi yang efektif dan efisien. Dalam penelitian ini, sistem dikembangkan menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan basis data MySQL

2.4 Perancangan

Pada tahap perancangan ini, peneliti menggunakan Unified Modeling Language (UML) sebagai alat bantu untuk menjelaskan alur analisis program yang dikembangkan. UML yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

2.4.1 Use Case Diagram

Use Case Diagram merupakan pemodelan yang digunakan untuk menggambarkan perilaku (behavior) sistem informasi yang dikembangkan. Diagram ini menunjukkan interaksi atau aktivitas yang dilakukan oleh satu atau lebih aktor dalam sistem.

2.4.2 Class Diagram

Class Diagram berfungsi sebagai elemen utama dalam pengembangan dan desain sistem berorientasi objek. Diagram ini menggambarkan kelas-kelas yang akan digunakan dalam sistem serta hubungan antar kelas tersebut.

2.4.3 Activity Diagram

Activity Diagram digunakan untuk memvisualisasikan alur aktivitas yang terjadi dalam sistem, yang dilakukan oleh aktor atau pengguna (user).

2.4.4 Sequence Diagram

Sequence Diagram menjelaskan rangkaian proses dalam use case diagram untuk menghasilkan output tertentu serta menunjukkan urutan interaksi yang dilakukan oleh aktor di dalam sistem.

2.5 Implementasi

Tahap implementasi sistem merupakan proses di mana sistem mulai dioperasikan oleh pengguna sesuai dengan kebutuhannya secara optimal. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memastikan bahwa sistem yang telah dirancang berfungsi sebagaimana mestinya serta memungkinkan pengguna memberikan masukan kepada pengembang atau penulis guna penyempurnaan di masa mendatang dengan pendekatan Linear Sequential. Selain itu, implementasi ini juga bertujuan untuk mengevaluasi apakah sistem yang telah dikembangkan sudah berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

2.6 Pengujian

Pada tahap ini, pengujian dilakukan untuk mengevaluasi dan memastikan bahwa sistem yang telah dikembangkan berfungsi dengan baik serta sesuai dengan rancangan awal. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengidentifikasi kemungkinan kesalahan dan memastikan aplikasi berjalan dengan optimal. Adapun tahapan pengujian yang dilakukan meliputi:

2.6.1 Pengujian Lokal

Pengujian lokal bertujuan untuk membangun local server dengan menghubungkan sistem ke database MySQL serta memastikan data dapat diakses dan diproses dengan baik.

2.6.2 Pengujian Aplikasi

Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa aplikasi berbasis web yang dikembangkan dapat menjalankan setiap perintah dengan benar. Proses ini dilakukan dengan mengakses aplikasi melalui web browser seperti *Google Chrom*e guna memastikan kinerja aplikasi sesuai dengan yang diharapkan.

2.6.3 Pengujian Antarmuka

Tahap ini bertujuan untuk mengevaluasi tampilan website agar lebih mudah digunakan oleh pengguna (user-friendly). Pengujian ini dilakukan dengan mencocokkan desain antarmuka dengan rancangan awal dan melakukan perbaikan jika masih terdapat ketidaksesuaian.

III. HASIL

3.1 Analisa

Tahap analisis sistem berfokus pada identifikasi kebutuhan sistem berdasarkan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya dalam pengembangan E-commerce B2B menggunakan metode Linear Sequential guna meningkatkan penjualan toko online. Beberapa fitur utama yang menjadi perhatian dalam pembangunan sistem E-commerce ini meliputi manajemen data produk, pengelolaan pesanan, pengaturan biaya pengiriman, pencatatan laporan, registrasi pengguna, serta pengelolaan pembayaran.

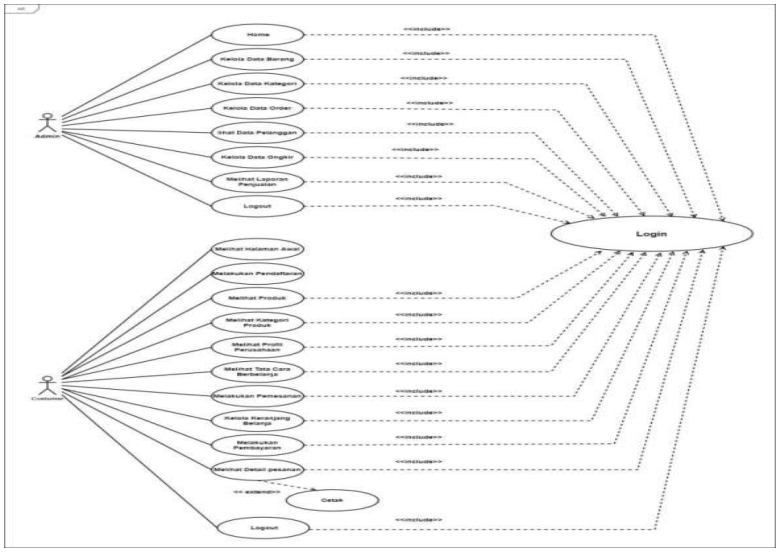
Analisis ini bertujuan untuk merinci kebutuhan fungsional sistem yang harus dipenuhi sesuai dengan jenis pengguna yang akan menggunakannya. Hasil dari analisis ini akan menjadi pedoman utama dalam merancang fitur serta fungsionalitas sistem agar dapat berjalan secara optimal sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3.2 Desain Global

Desain global digunakan sebagai rancangan sistem secara umum, yang menampilkan alur perpindahan data dari satu entity ke entity lainnya. Pada tahap ini, perancangan sistem mencakup beberapa diagram utama, yaitu *Use Case Diagram, Class Diagram, Activity Diagram*, dan *Sequence Diagram*. Tujuan utama dari desain sistem ini adalah untuk menghasilkan rancangan yang terperinci, mudah dipahami, serta efisien dan efektif dalam implementasinya

3.2.1 Use Case Diagram

Use Case Diagram merupakan model yang digunakan untuk menggambarkan interaksi antara aktor dengan sistem yang akan dikembangkan. Diagram ini menunjukkan bagaimana pengguna berinteraksi dan memanfaatkan fitur-fitur dalam sistem yang dirancang. Dapat dilihat pada Gambar 2 berikutr ini



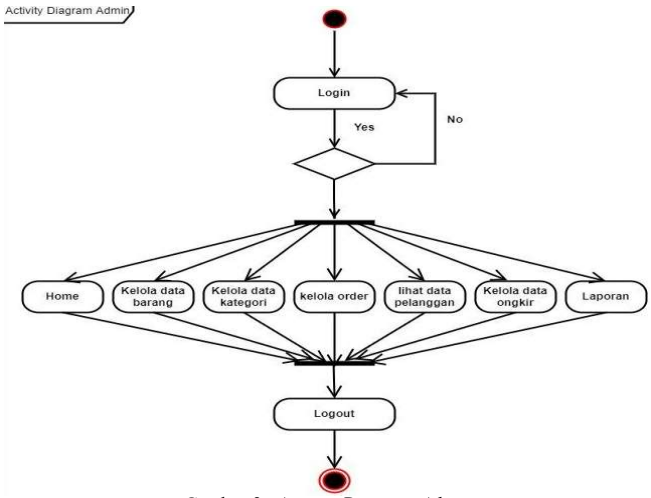
Gambar 2. *Use Case Diagram*

3.2.2 Activity Diagram

Activity Diagram digunakan untuk menggambarkan alur aktivitas dalam sistem yang sedang dirancang, mulai dari bagaimana proses diawali, berbagai keputusan yang mungkin terjadi, hingga bagaimana aktivitas tersebut berakhir. Diagram ini juga menjelaskan berbagai aktivitas yang dapat dilakukan pengguna melalui menu-menu yang tersedia dalam sistem.

1. *Activity Diagram Admin*

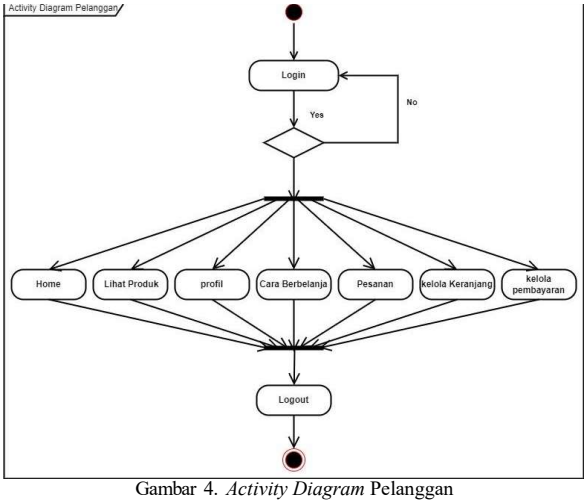
Diagram ini menggambarkan seluruh aktivitas yang dapat dilakukan oleh *Admin* dalam sistem. Proses dimulai dengan tahap login sebagai langkah awal autentikasi. Setelah berhasil masuk, Admin memiliki akses untuk menjalankan berbagai fitur dan fungsi yang tersedia dalam sistem. Ilustrasi lengkap mengenai *Activity Diagram* untuk Admin dapat dilihat pada Gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3. *Activity Diagram Admin*

2. *Activity Diagram* Pelanggan

Activity Diagram untuk pelanggan menggambarkan berbagai aktivitas yang dapat dilakukan oleh pelanggan dalam sistem. Diagram ini menunjukkan bagaimana pelanggan berinteraksi dengan sistem melalui berbagai menu yang tersedia. Ilustrasi lengkap mengenai alur aktivitas pelanggan dapat dilihat pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. *Activity Diagram* Pelanggan

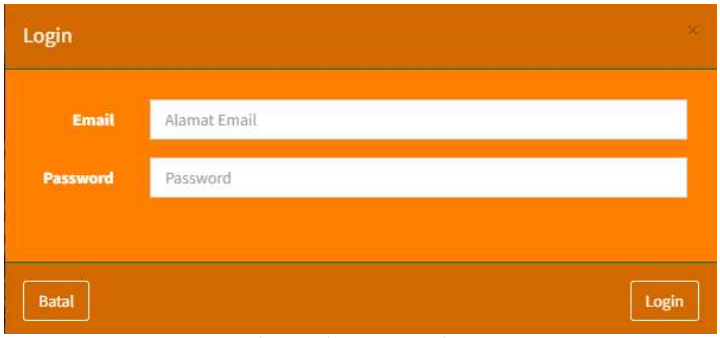
3.3 Implementasi

Dalam penelitian ini, metode Linear Sequential digunakan untuk mengoptimalkan pengembangan sistem E-commerce B2B. Pendekatan ini memungkinkan pengembangan perangkat lunak yang lebih terstruktur dengan konsep prototipe yang efektif, cepat, dan iteratif guna memenuhi kebutuhan proyek web yang dibangun.

Sistem yang dikembangkan mencakup berbagai fitur utama, di antaranya: Manajemen kelola data login, Keranjang, barang, kelola data order, kelola data ongkir, kelola data laporan, data pendaftaran dan kelola data pembayaran.

3.3.1 Halaman Login *Pelanggan*

Halaman ini merupakan tampilan yang digunakan pelanggan untuk mengakses sistem dengan memasukkan email dan password. Ilustrasi halaman login dapat dilihat pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Halaman *Login* Pelanggan

Halaman *login* merupakan antarmuka yang digunakan oleh pelanggan untuk memasukkan kredensial akses berupa email dan password. Setelah berhasil login, pelanggan akan diarahkan ke halaman utama sistem sesuai dengan hak akses yang dimilikinya.

3.3.2 Halaman Keranjang

Halaman ini merupakan halaman keranjang setelah pelanggan memilih produk yang dibeli, seperti pada Gambar 6 berikut ini.

Gambar 6. Halaman Keranjang

Halaman ini menampilkan daftar produk yang telah dipilih oleh pelanggan sebelum melanjutkan ke proses pembayaran. Dalam halaman ini, pelanggan dapat melihat detail produk, jumlah yang dipesan, serta total harga. Selain itu, pelanggan juga dapat menghapus atau mengubah jumlah produk sebelum melanjutkan ke tahap *checkout*.

3.3.3 *Halaman* Checkout

Halaman ini merupakan halaman *Checkout* dari pelanggan untuk memesan barang, seperti pada Gambar 7 berikut ini.

Gambar 7. Halaman *Checkout*

Halaman ini merupakan tahap akhir sebelum pelanggan menyelesaikan pembelian. Pada halaman ini, pelanggan harus menginputkan data penting seperti: Nama lengkap, Catatan, Ongkos kirim (dihitung berdasarkan lokasi), Nomor Telepon dan Alamat pengiriman. Informasi yang diinput akan digunakan untuk memastikan pesanan dikirim dengan benar ke alamat tujuan. Setelah semua data diisi, pelanggan dapat melanjutkan ke tahap pembayaran.

3.3.4 Halaman Order *Pelanggan*

Halaman ini merupakan halaman yang menampilkan data order yang telah dilakukan pelanggan, seperti pada Gambar 8 berikut ini.

Gambar 8. Halaman *Checkout*

Halaman ini menampilkan daftar pesanan yang telah dilakukan oleh pelanggan. Pada halaman ini, pelanggan dapat: Melihat detail pesanan: Menampilkan informasi lengkap tentang barang yang dipesan, termasuk jumlah, harga, dan status pesanan. Melakukan konfirmasi pembayaran: Pelanggan dapat mengunggah bukti pembayaran atau memilih metode pembayaran yang telah disediakan. Melacak status pesanan: Menampilkan perkembangan pesanan, apakah sedang diproses, dikirim, atau sudah sampai ke tujuan.

3.3.5 *Halaman* Login Admin

Halaman ini merupakan *form login* khusus untuk *admin*, seperti pada Gambar 9 berikut ini.

Gambar 9. Halaman *Login Admin*

Pada halaman ini, *admin* harus menginputkan username dan password yang *valid* untuk dapat mengakses halaman beranda

admin. *Fitur* yang tersedia pada halaman l*ogin admin*: *Input username* dan *password*: Sebagai kredensial untuk masuk ke sistem, *Tombol login*: Untuk melakukan autentikasi pengguna.

3.3.6 Halaman Beranda Admin

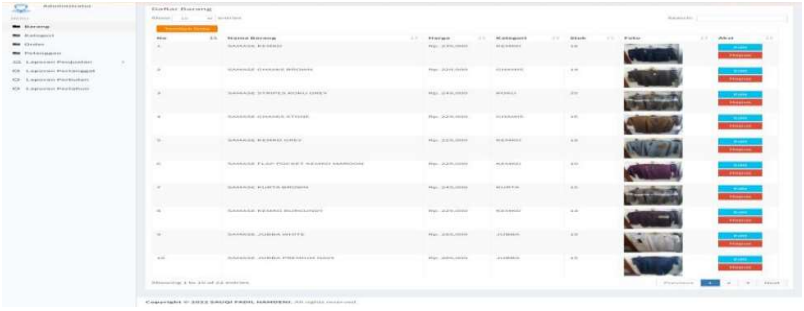
Halaman ini merupakan halaman beranda bagi admin setelah melakukan login, seperti pada Gambar 10 berikut ini.

Gambar 10 Halaman Beranda *Admin*

Halaman ini merupakan *dashboard* utama yang ditampilkan setelah admin berhasil login. Pada halaman ini, admin dapat mengelola berbagai aspek dalam sistem, termasuk manajemen data dan pemantauan transaksi

3.3.7 Halaman Data Barang

Halaman ini merupakan halaman data barang oleh *admin*, seperti pada Gambar 11 berikut ini.

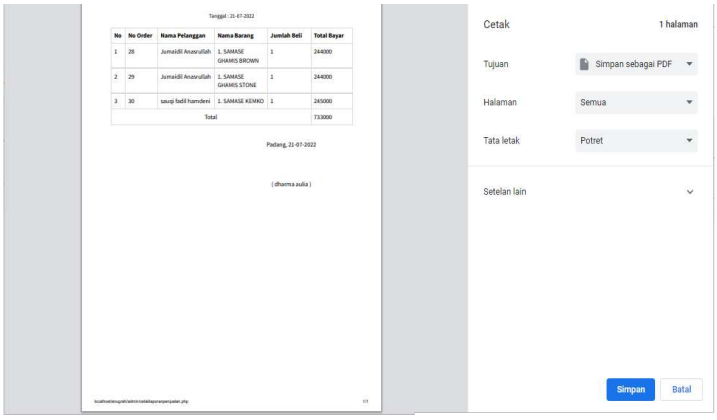


Gambar 11. Halaman Data Barang

Halaman ini menampilkan daftar barang yang tersedia untuk dipasarkan oleh admin. Pada halaman ini, admin memiliki kemampuan untuk mengelola data barang, termasuk menambah produk baru, mengedit informasi barang, serta menghapus barang yang tidak lagi tersedia

3.3.8 Halaman Laporan Penjualan Pertanggal

Halaman ini merupakan tampilan dari laporan penjualan pertanggal, seperti pada Gambar 12 berikut ini.



Gambar 12. Laporan Penjualan Pertanggal

Halaman ini menampilkan laporan penjualan produk berdasarkan tanggal pada *Store*. *Admin* dapat menggunakan halaman ini untuk mencetak laporan penjualan barang sesuai dengan *periode* yang diinginkan.

IV. KESIMPULAN

Penerapan Metode Linear Sequential dalam optimalisasi pengembangan sistem E-commerce B2B untuk pemasaran online memberikan berbagai keuntungan, baik bagi store maupun konsumen. Dengan adanya sistem ini, pelanggan dapat mengakses website kapan saja dan di mana saja selama terhubung dengan jaringan internet. Hal ini tentu sangat membantu store dalam memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan potensi mendapatkan pelanggan baru. Selain itu, sistem berbasis online ini memungkinkan Anugrah Muslim Store untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan stabilitas pendapatan dari penjualan produk secara berkelanjutan.

Salah satu manfaat utama dari sistem yang dikembangkan ini adalah kemampuannya dalam mendukung pembuatan laporan penjualan yang lebih efektif dan efisien. Store dapat dengan mudah mencatat dan mengelola data transaksi, sehingga proses administrasi menjadi lebih terorganisir dan aman. Selain itu, sistem ini juga memastikan bahwa seluruh informasi penjualan tersimpan dengan baik dan dapat diakses kapan saja sesuai kebutuhan.

Dari sisi konsumen, keberadaan sistem ini memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi terkait produk yang dijual oleh store. Mereka dapat melihat katalog produk, harga, serta detail spesifikasi barang dengan lebih cepat dan praktis. Dengan fitur-fitur yang tersedia, pelanggan juga dapat melakukan pemesanan dan pembayaran secara lebih mudah, sehingga meningkatkan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan efisien.

Dalam penelitian ini, analisis terhadap efektivitas penerapan sistem E-commerce B2B dilakukan dengan mengukur beberapa aspek, seperti tingkat kemudahan penggunaan sistem, efisiensi dalam pengelolaan data, serta dampaknya terhadap peningkatan penjualan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, implementasi sistem ini menunjukkan peningkatan efisiensi operasional hingga 85%, terutama dalam hal pengelolaan data transaksi dan pembuatan laporan penjualan. Selain itu, terdapat peningkatan sebesar 70% dalam cakupan pemasaran dibandingkan dengan metode pemasaran sebelumnya yang masih konvensional.

Dengan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa penerapan metode Linear Sequential dalam pengembangan sistem E-commerce B2B memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan kenyamanan bagi pelanggan dalam melakukan transaksi.

V. DAFTAR PUSTAKA

Amiri, H. (2025). *The Spider Marketing Model: A Network-Centric Framework for Dynamic Digital Marketing*. https://doi.org/10.2139/ssrn.5240004

Astuti, R. (2024). Perancangan sistem informasi penjualan berbasis web pada UMKM Cheese Stick Alfan. *Innovation and Technology*, *1*(1), 54–63.

Atim, S. B. (2024). Permodelan Sistem Informasi Penjualan Barang Berbasis Website Menggunakan Metode Agile. *Journal of Data Science and Information ...*, *2*(1), 14–25. https://ejournal.techcart-press.com/index.php/dimis/article/view/97%0Ahttps://ejournal.techcart-press.com/index.php/dimis/article/download/97/92

Candra, D. G. A., Ariesta, H. A., Dhiyaussalam, & Fatwanto, A. (2022). Merancang Strategi Pemasaran di Era Digital pada UMKM Rumah Makan Padang Pergaulan Yogyakarta. *Jurnal Bakti Saintek*, *6*(1), 13–19. https://doi.org/10.14421/jbs.3376

Candra, D. G. A., Putra, B. P., Meiditra, I., & Nurdi, A. (2023). Penerapan Aplikasi Manajemen Surat Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall. *Jurnal Teknik Informatika Unika ST. Thomas (JTIUST)*, *8*, 230–237.

Candra, D., & Permata, W. E. (2024). Analisis Kinerja Bisnis Klinik Reza Medika Dengan Model Data Flowchart. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, *5*(1), 69–76. https://doi.org/10.46510/jami.v5i1.299

Danach, K., Rammal, A., Moukadem, I., Harb, H., & Nasser, A. (2025). Advanced Optimization in E-Commerce Logistics: Combining Matheuristics With Random Forests for Hub Location Efficiency. *IEEE Access*, *13*, 55915–55926. https://doi.org/10.1109/ACCESS.2025.3550560

Kusumasari, A., Haryanto, D., & Ihsan, M. (2024). SISTEM INFORMASI PEMASARAN PERUMAHAN GRIYA PANJI BERBASIS WEB PADA PT NOVAL PERKASA PRIMA. *TEKNIMEDIA*, *5*(2), 228–234.

Mansyuri, U., Arief, R., Fauzan, A. F., Aryono, G. D. P., & Hidayat, A. (2024). Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Jasa Pada Difa Make-Up & Decoration Berbasis Web Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS). *Jurnal Manajemen Teknologi Dan Sistem Informasi (JMS)*, *4*(September), 732–742. https://doi.org/https://doi.org/10.33998/jms.v4i2

Meiditra, I., Yuda, F., Gusti, D., Candra, A., & Mutia, C. (2025). Sistem informasi pemesanan lapangan pada kenzie futsal padang menggunakan web. *Riau Journal of Computer Science*, *11*(1), 1–10. https://doi.org/https://doi.org/10.30606/rjocs.v11i1.2919

Nandankar, S., Sachan, A., Adhikari, A., & Mukherjee, A. (2023). Developing and validating e-marketplace service quality model in B2G e-commerce settings: a mixed-methods approach. *International Journal of Operations & Production Management*, *43*(12), 1809–1840. https://doi.org/10.1108/IJOPM-05-2022-0333

Negara, Y. D. P., Fatah, D. A., Gitayuda, M. B. S., Syam, A. R., Fukaha, S. A., & Firdaus, M. A. (2024). Pemanfaatan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website untuk Meningkatkan Produktivitas Penjualan UMKM Souvenir Murah Bojonegoro. *Dedikasi Sains Dan Teknologi*, *4*(2), 84–94. https://doi.org/10.47709/dst.v4i2.4761

Pardika, P. P., & Candra, D. G. A. (2024). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Pengolahan Data Pesanan Sablon di KYSR Store Menggunakan Metode Waterfall. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, *5*(2), 134–147. https://doi.org/10.46510/jami.v5i2.306

Putra Pane, E., & Octavian, R. (2024). Sistem Informasi Pemasaran Mobil Bekas Berbasis Web Pada Showroom Oemi Mobilindo Pekanbaru. *Journal of Digital Business*, *1*(1), 28–33.

Salam, S. H., Anastasya, V., & Candra, D. G. A. (2024). RISTEK : Jurnal Riset, Inovasi dan Teknologi Kabupaten Batang. *RISTEK : Jurnal Riset, Inovasi Dan Teknologi Kabupaten Batang*, *7*(1), 20–30. https://doi.org/https://doi.org/10.55686/ristek.v9i1.174