

# PEMANFAATAN E-COMMERCE BAGI KELOMPOK USAHA PENGOLAH KEDELAI DI KELURAHAN GUNUNG SULAH BANDAR LAMPUNG

Ayu Oktasari<sup>1)</sup>, Manasse Siahaan<sup>2)</sup>

<sup>1)2)</sup>Sistem Informasi

<sup>1)</sup>[ayuoktasari@gmail.com](mailto:ayuoktasari@gmail.com), <sup>2)</sup>[manassesiahaan129@gmail.com](mailto:manassesiahaan129@gmail.com)

## Abstrak

Kelurahan Gunung Sulah merupakan Wilayah Kecamatan Way Halim Kota Bandarlampung Provinsi Lampung. Sebagian besar masyarakat di Kelurahan Gunung Sulah memiliki mata pencaharian yaitu pada Usaha Kecil Menengah (UKM) pengrajin tempe, tahu dan oncom yang berbahan utama dari kedelai. Untuk mendirikan industri pembuatan tempe terkadang pengrajin mendapatkan kesulitan diantaranya modal terbatas, bahan mentah yang mahal, tenaga kerja dan strategi pemasaran produk. *E-commerce* yang dibuat menggunakan konsep B2C (*Business to Customer*) yang artinya setiap UKM Pengolah kedelai hanya dapat melakukan penjualan pada website tersebut untuk memperluas jaringan pemasaran, menggunakan metode pengembangan sistem prototype untuk lebih mengetahui kebutuhan pengguna terhadap sistem yang dibuat. Dalam sistem yang telah dibuat terdapat tiga aktor yang beraktifitas dalam website yaitu pelanggan, admin dan UKM Pengolah Kedelai, dengan sistem pembayaran yang diterapkan COD (*Cash On Delivery*), serta menghasilkan beberapa laporan yaitu laporan penjualan, laporan laba kotor, laporan pembelian bahan baku, laporan biaya operasional, dan laporan produksi bagi pihak UKM.

**Kata Kunci:** UKM Pengolah Kedelai, *E-commerce*, pemasaran

---

## PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) banyak memberikan kontribusi bagi kemajuan perekonomian nasional (Hasanah & Hanifah, 2020). Hal ini dibuktikan dengan sumbangsih UKM sebesar 53.32% terhadap Produk Domestik Bruto pada tahun 2009 dan naik menjadi 56.5% pada tahun 2011 (Suwarni & Handayani, 2020). UKM juga menjaga perekonomian Indonesia tetap stabil di tengah krisis ekonomi global yang melanda dunia pada tahun 2009. Selain peran yang telah disebutkan, UKM juga banyak menyerap tenaga kerja serta meningkatkan produktivitas masyarakat Indonesia (Damayanti & Sumiati, 2018). Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan usaha yang berdiri sendiri (Triyanti, 2019), (Hamdani et al., 2018). Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.” (Ramadhanu & Priandika, 2021).

Salah satu kunci keberhasilan usaha mikro, kecil dan menengah adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk UMKM (Anggarini, 2021). Sementara itu kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran (Hamid et al., 2016), (T. D. R. Sari, 2014). Dengan demikian diharapkan UKM dapat mendapatkan berbagai keuntungan dalam mempromosikan usahanya, mengakses informasi faktor-faktor produksi, melakukan transaksi usaha, serta melakukan komunikasi bisnis lainnya secara global, dalam rangka memperluas jaringan usahanya (Ruslaini et al., 2021).

Di tengah perekonomian global seperti sekarang, UKM menghadapi banyak tantangan. Tantangan tersebut diantaranya: 1) banyaknya pesaing baik dalam skala besar maupun kecil, domestik maupun asing, yang kompetitif, dan 2) keterbatasan yang dimiliki UKM dalam hal infrastruktur, modal, pengetahuan maupun kemampuan (skill) berkaitan dengan pemanfaatan teknologi (Permatasari & Anggarini, 2020). Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan (Febrian & Ahluwalia, 2020) yang menyebutkan bahwa terdapat tiga permasalahan utama yang dihadapi oleh UKM: kurangnya permodalan, pasar yang sangat bersaing, dan sulit mendapatkan bahan baku. Selain itu, minimnya modal dan kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi membuat kebanyakan UKM masih melakukan proses bisnisnya secara manual (Dwinta, 2017). Diperlukan langkah strategis untuk menghadapi tantangan tersebut di atas, yakni, UKM harus memiliki keunggulan kompetitif yang memungkinkan mereka untuk meminimalkan biaya sekaligus meningkatkan keuntungan, dengan dukungan teknologi informasi (Fernando et al., 2021), (Ruslaini et al., 2021).

Kelurahan Gunung Sulah merupakan Wilayah Kecamatan Way Halim Kota Bandarlampung Provinsi Lampung. Berdasarkan data keadaan penduduk di Kelurahan Gunung Sulah memiliki jumlah penduduk  $\pm 10.550$  jiwa dengan  $\pm 6.804$  Kepala Keluarga (BPS, 2016). Masyarakat di Kelurahan Gunung Sulah memiliki mata pencaharian yang bermacam-macam untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satu jenis mata pencaharian masyarakatnya yaitu pada Usaha Kecil Menengah (UKM) pengrajin tempe, tahu dan oncom yang berbahan utama dari kedelai (Febrian & Hapsari, 2019). Untuk mendirikan industri pembuatan tempe terkadang pengrajin mendapatkan kesulitan diantaranya modal terbatas, bahan mentah yang mahal, tenaga kerja dan strategi pemasaran produk (Pasaribu et al., 2019).

Electronic commerce (e-commerce) merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Jamra et al., 2020), (Putra, 2020).

E-commerce menyediakan fasilitas-fasilitas seperti: katalog produk yang berisi gambar dan informasi produk agar mempermudah promosi dan pelayanan pembelian jarak jauh. E-commerce diharapkan dapat membantu pihak UKM untuk meningkatkan pangsa pasar dalam mempromosikan produknya, mempermudah dalam pengelolaan laporan hasil penjualan, membantu konsumen yang ingin mendapatkan informasi dan memesan produk hasil kedelai tanpa harus datang langsung ke Home Industri Tempe serta mengetahui perkembangan stok tanpa harus menghubungi pihak UKM melalui sms atau telepon.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### ***E-Commerce***

Menurut (Sensuse et al., 2020), Perdagangan elektronik (electronic commerce, disingkat EC, atau e-commerce) mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. Menurut (Febrian & Fadly, 2021), (Permatasari & Anggarini, 2020) e-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya (Permatasari, n.d.). Ecommerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik. Sistem inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Sehingga dapat dikatakan bahwa e-commerce merupakan suatu pemasaran barang atau jasa melalui sistem informasi yang memanfaatkan teknologi informasi (Febrian & Vinahapsari, 2020), (Surahman et al., 2020).

### **Pemasaran**

Pemasaran menurut (Febrian & Ahluwalia, 2020) merupakan suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan (Juniansyah et al., 2020). Pemasaran adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui penciptaan produk dan ataupun jasa yang kemudian dinikmati atau dibeli oleh mereka yang membutuhkan melalui suatu proses pertukaran (Wantoro, 2020).

### **Strategi Pemasaran**

Menurut (Febrian & Ahluwalia, 2020), strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, didalamnya tercantum keputusan- keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan (Febrian & Vinahapsari, 2020).

Sedangkan menurut (Permatasari & Anggarini, 2020), menyatakan strategi pemasaran adalah pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada pasar target tertentu. Pendekatan terinci untuk menerapkan strategi- strategi ini ditentukan melalui program-program pemasaran yang spesifik, seperti program periklanan, program promosi penjualan, program pengembangan produk, serta program penjualan dan distribusi (Febrian & Hapsari, 2019) vvs.

### **UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang disingkat dengan UMKM merupakan sektor riil yang bersentuhan langsung dengan masyarakat dalam aktivitas bisnis sehari-hari. UMKM merupakan salah satu ujung tombak yang penting bagi Indonesia untuk dapat menjaga ketahanan ekonomi di tahun mendatang, selain itu UMKM mampu bertahan di tengah guncangan krisis moneter yang melambungkan harga barang- barang kebutuhan rumah tangga pada masa itu (Damayanti & Sumiati, 2018). UMKM jelas memegang peranan vital dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia (Febrian & Fadly, 2021).

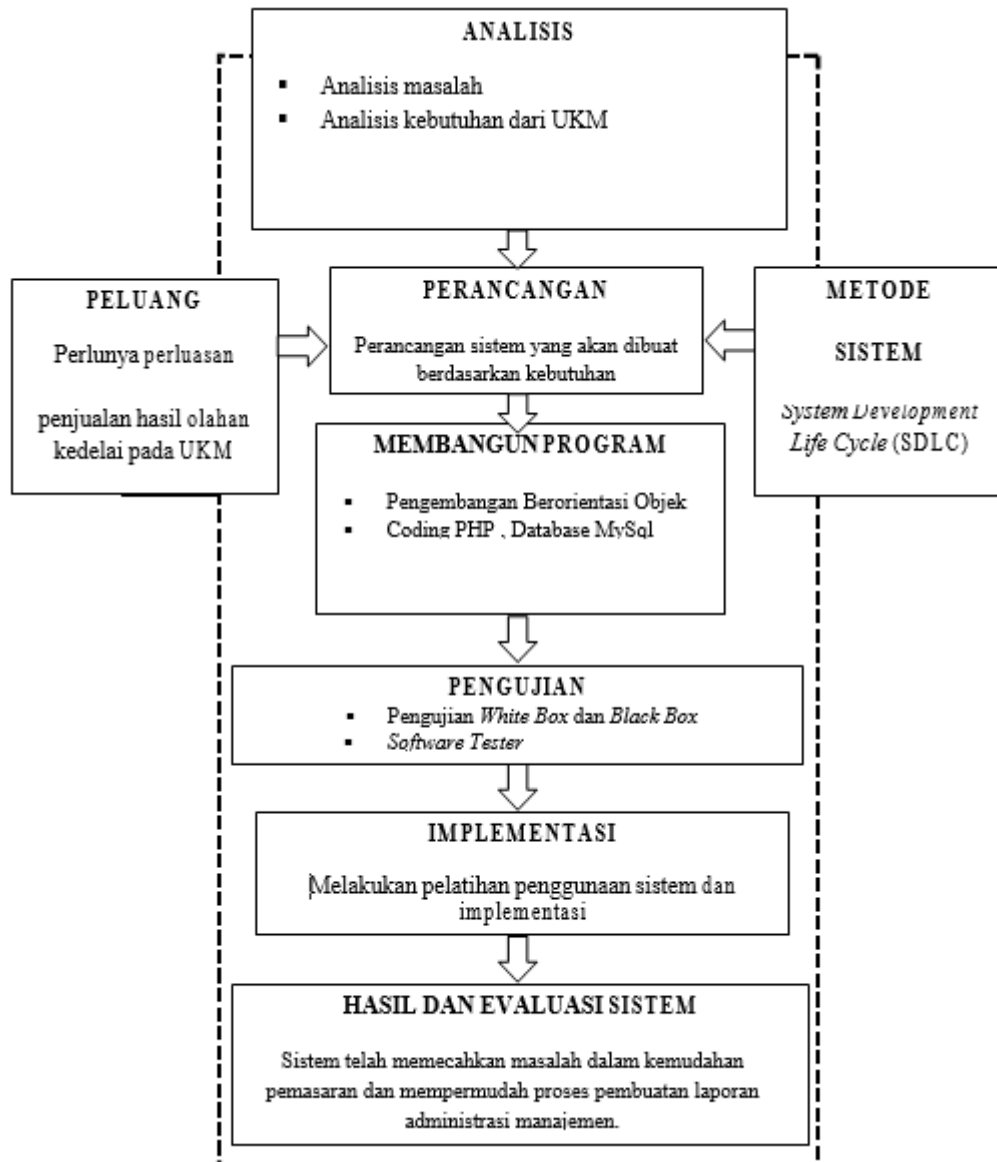
### **UML (Unified Modeling Language)**

Menurut (R. K. Sari & Isnaini, 2021), Unified Modelling Language (UML) merupakan bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan diagram dan teks-teks pendukung. Pada perkembangan teknik pemrograman berorientasi objek, munculah sebuah standarisasi bahasa pemodelan untuk pembangunan perangkat lunak yang dibangun dengan menggunakan teknik pemrograman berorientasi objek yaitu Unified Modeling Language (UML) (Agustina & Isnaini, 2020).

## METODE

### Kerangka Penelitian

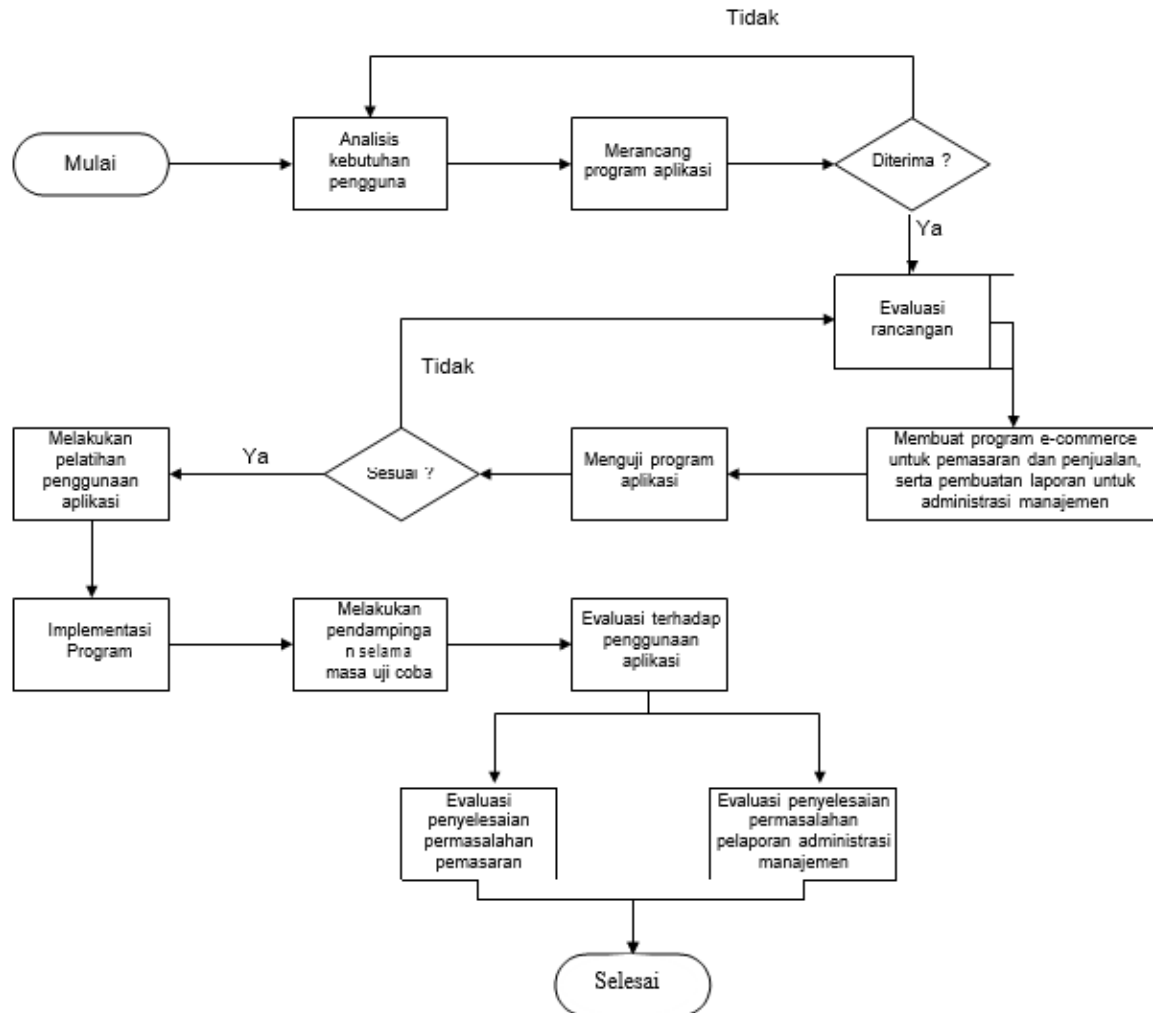
Kerangka pemikiran adalah narasi (uraian) atau pernyataan (proposisi) tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan (Rahmansyah & Darwis, 2020). Dapat dilihat dibawah ini:



Gambar 1 Kerangka Penelitian

## Tahap Penelitian

Tahapan penelitian adalah pengembangan dari kerangka penelitian, dan terbagi dari beberapa sub menu bagian (A. M. Sari et al., 2021). Dapat dilihat dibawah ini:



Gambar 2 Tahap Penelitian

## Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Wawancara (Interview)

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab atau wawancara kepada pihak UKM dengan permasalahan yang dibahas (Prastowo et al., 2020). Dalam melakukan wawancara mengenai tentang penjualan hasil olahan kedelai di Gunung Sulah.

### 2. Pengamatan (Observation)

Peneliti menggunakan metode ini, untuk mengamati secara langsung proses penjualan hasil olahan kedelai pada UKM di Gunung Sulah. Dengan tujuan untuk mendapatkan data yang benar dan akurat serta mempermudah dalam penelitian.

3. Dokumentasi (Documentation)

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini.

4. Kepustakaan (library)

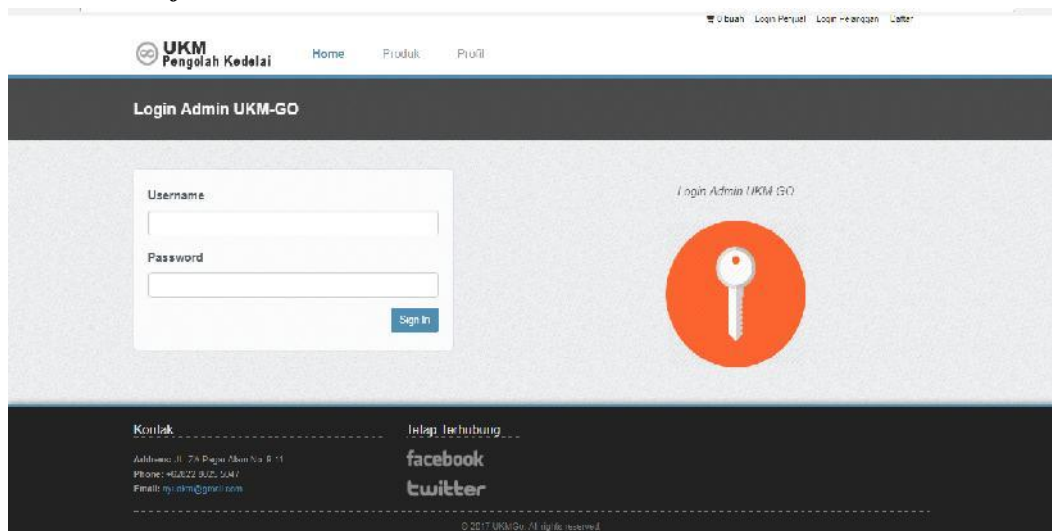
Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mempergunakan referensi dari buku-buku yang diterbitkan oleh para ahli serta mempelajari sumber-sumber dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penulisan proposal skripsi ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

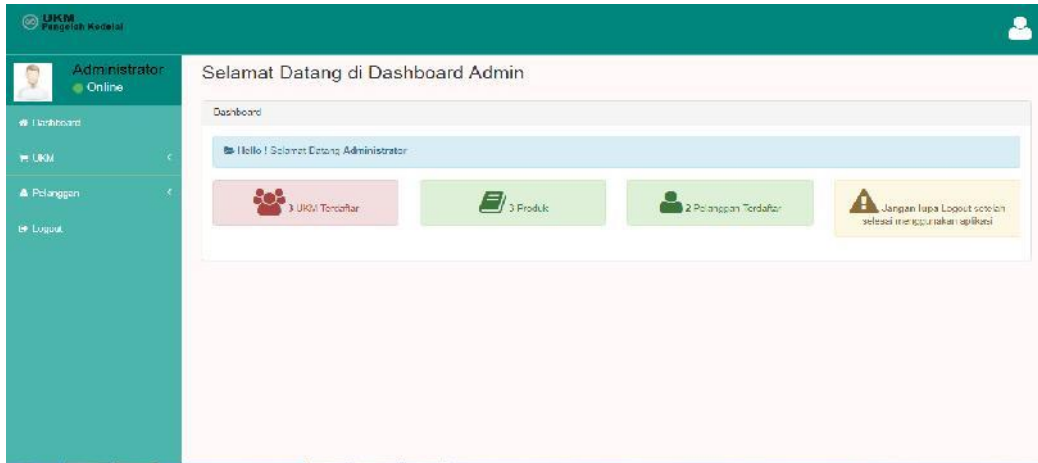
### Implementasi

Hasil penelitian ini yaitu mengimplementasikan sistem agar sistem dapat dioperasikan. Setelah melakukan analisa, desain dan pengkodean menggunakan bahasa pemrograman dan php menggunakan framework Codeigniter 3.5.1 didukung database MySQL, maka sistem yang sudah jadi akan digunakan, namun sebelum di gunakan sistem harus di lakukan testing terlebih dahulu, hal ini dimaksudkan apakah sistem berjalan dengan baik sehingga tujuan pembuatan sistem berguna dalam proses jual beli hasil olahan kedelai di Kelurahan Gunung Sulah Bandarlampung.

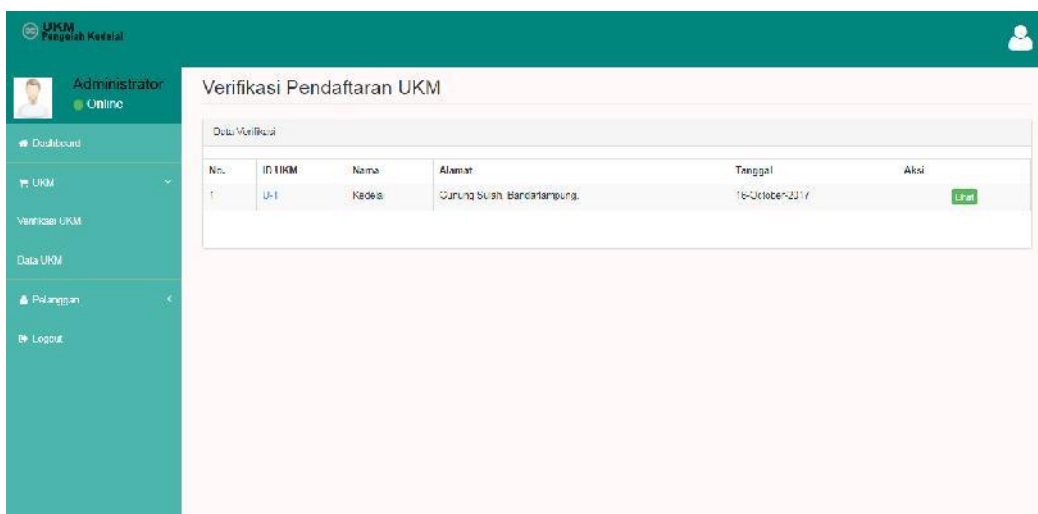
### Desain Interface



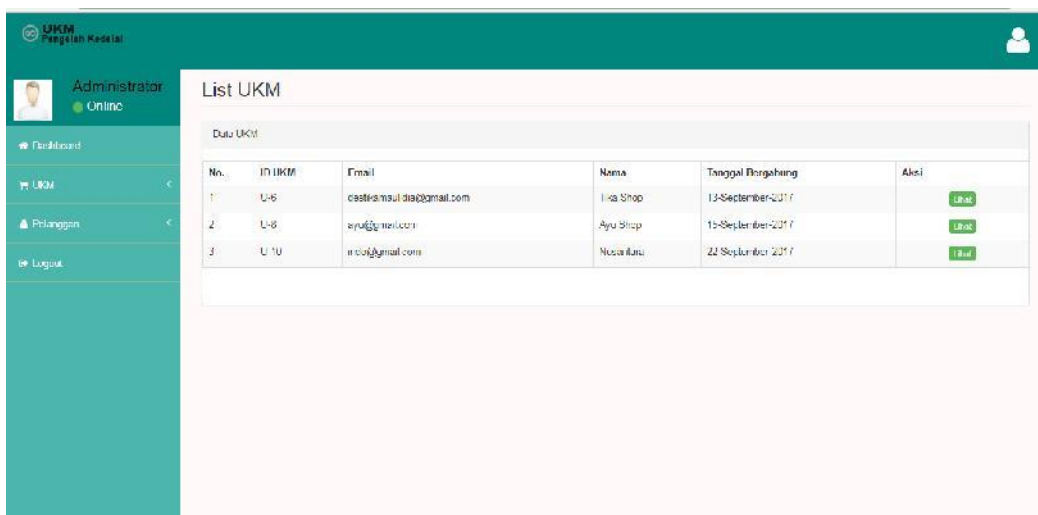
Gambar 3 Login



Gambar 4 Menu Utama



Gambar 5 Verifikasi UKM



Gambar 6 Tampilan Data UKM



No.	ID Pelanggan	Email	Nama	No. HP	Aksi
1	PI-3	gndok@gmail.com	gri koto	081126363176	<a href="#">Libas</a>
2	PI-2	topstov@gmail.com	luguna	0283747	<a href="#">Libas</a>

Gambar 7 Tampilan Data Pelanggan

No.	Email	Tanggal	Masalah	Aksi
1	dewlup@gmail.com	08 October 2017	pelanggan tidak mau di libas	<a href="#">Libas</a>

Gambar 8 Form Tampilan Pelanggan

### Hasil Pengujian

Black box adalah metode pengujian perangkat lunak yang menguji fungsionalitas aplikasi yang bertentangan dengan struktur internal. Pengetahuan khusus dari kode aplikasi / struktur internal dan pengetahuan pemrograman pada umumnya tidak diperlukan. Dalam pengujian black box pada sistem e-commerce bagi kelompok usaha pengolah kedelai dikelurahan Gunung Sulah dilakukan pada beberapa kategori Dosen yang ada di Universitas Teknokrat Indonesia yaitu 2 dosen Pemrograman, 2 dosen E-Commerce, dan 2 dosen Testing. Berikut dibawah ini adalah hasil dari pengujian yang telah dilaksanakan :

Hasil skor didapat dari hasil responden setuju bahwa website e-commerce bagi UKM Pengolah Kedelai memiliki fungsionalitas yang baik sesuai fungsi- fungsi yang dimilikinya. Persentase skor tanggapan responden sebesar 94% berada dalam kriteria Baik.

Akan tetapi terdapat beberapa saran dari berbagai pengujian yang dilakukan seperti tampilan kategori produk masih perlu disesuaikan, tampilan notifikasi pada saat penginputan kosong masih kurang tepat, dan perlu perbaikan pada pengujian-pengujian yang masih ditolak.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian maka dapat dihasilkan simpulan sebagai berikut :

1. Dengan adanya pemanfaatan e-commerce bagi kelompok usaha pengolah kedelai dikelurahan Gunung Sulah dapat memperluas pangsa pasar, sehingga konsumen untuk wilayah Bandarlampung dapat mengetahui bahwa adanya penjualan hasil olahan kedelai oleh UKM pengolah kedelai di Gunung Sulah.
2. Berdasarkan hasil pengujian black box dan white box terhadap program sistem e-commerce bagi kelompok usaha pengolah kedelai dikelurahan Gunung Sulah menggunakan form black box secara fungsionalitas dan secara performa sistem menggunakan Apache Jmeter serta pengujian white box secara algoritma sistem menggunakan logika path, yang kemudian menghitung jawaban diterima menghasilkan kriteria baik dengan presentase tanggapan responden sebesar 94%.

### **Saran**

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian yang telah diuraikan tentang sistem e-commerce bagi kelompok usaha pengolah kedelai di kelurahan Gunung Sulah. Maka saran yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut dari sistem e-commerce adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian berikutnya, diharapkan dapat dikembangkan metode transaksi yang digunakan tidak hanya COD (*Cash On Delivery*) tetapi dengan metode transfer melalui bank.
2. Diharapkan agar pengujian bisa sampai UAT (*User Acceptance Test*) untuk mengetahui seberapa apakah sistem sudah memenuhi kebutuhan pengguna.
3. Diharapkan sistem ini juga dapat dikembangkan dalam penyampaian informasi pesanan tidak hanya via email akan tetapi melalui via telepon juga dapat diterapkan.
4. diharapkan sistem ini dapat dikembangkan sampai aplikasi mobile.

## REFERENSI

- Agustina, I., & Isnaini, F. (2020). Sistem Perhitungan Dan Pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 21 Pada Universitas Xyz. *Jurnal Ilmiah Infrastruktur Teknologi Informasi (Jiiti)*, 1(2), 24–29.
- Anggarini, D. R. (2021). *Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020*. 9(2), 345–355.
- Damayanti, D., & Sumiati, S. (2018). Sistem Informasi Daya Tarik Pembelian Produk Umkm Home Industri Berbasis Web. *Konferensi Nasional Sistem Informasi (Knsi) 2018*.
- Dwinta, H. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Membeli Barang Online: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang.[Skripsi]*. Uin Raden Fatah Palembang.
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Pada Kepuasan Dan Keterlibatan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Niat Pembelian Di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal Of Theory And Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/Jmtt.V13i3.19967>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact Of Customer Satisfaction With Ewom And Brand Equity On E-Commerce Purchase Intention In Indonesia Moderated By Culture. *Binus Business Review*, 12(1), 41–51. <https://doi.org/10.21512/Bbr.V12i1.6419>
- Febrian, A., & Hapsari, Chintia Annisa Vina. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Mediasi. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 279–287.
- Febrian, A., & Vinahapsari, C. A. (2020). Brand Equity S Mediated In Influencing Purchase Intentions On E Commerce. *Journal Of Engineering & Management*, 3703, 3703–3710.
- Fernando, Y., Ahmad, I., Azmi, A., & Borman, R. I. (2021). Penerapan Teknologi Augmented Reality Katalog Perumahan Sebagai Media Pemasaran Pada Pt. San Esha Arthamas. *J-Sakti (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 5(1), 62–71.
- Hamdani, H., Wahyuni, N., Amin, A., & Sulfitra, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) (Periode 2014-2016). *Jurnal Emt Kita*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.35870/Emt.V2i2.55>
- Hamid, R. M., Rizky, R., Amin, M., & Dharmawan, I. B. (2016). Rancang Bangun Charger Baterai Untuk Kebutuhan Umkm. *Jtt (Jurnal Teknologi Terpadu)*, 4(2), 130. <https://doi.org/10.32487/Jtt.V4i2.175>
- Hasanah, & Hanifah, A. (2020). Jurnal Muhammadiyah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1), 37–47. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/jmmb/article/view/5917>
- Jamra, R. K., Anggorojati, B., Sensuse, D. I., & Suryono, R. R. (2020). Systematic Review Of Issues And Solutions For Security In E-Commerce. *2020 International Conference On Electrical Engineering And Informatics (Iceltics)*, 1–5.
- Juniansyah, B. D., Susanto, E. R., & Wahyudi, A. D. (2020). Pembuatan E-Commerce Pemesanan Jasa Event Organizer Untuk Zero Seven Entertainment. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(1), 41–46.
- Pasaribu, A. F. O., Darwis, D., Irawan, A., & Surahman, A. (2019). Sistem Informasi Geografis Untuk Pencarian Lokasi Bengkel Mobil Di Wilayah Kota Bandar Lampung. *Jurnal Tekno Kompak*, 13(2), 1–6.
- Permatasari, B. (N.D.). *The Effect Of Perceived Value On E- Commerce Applications In Forming Customer Purchase Interest And Its*. 101–112.

- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada Warunk Upnormal Bandar Lampung. *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Prastowo, A. T., Darwis, D., & Pamungkas, N. B. (2020). Aplikasi Web Pemetaan Wilayah Kelayakan Tanam Jagung Berdasarkan Hasil Panen Di Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Komputasi*, 8(1), 21–29.
- Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 17–24.
- Rahmansyah, A. I., & Darwis, D. (2020). Sistem Informasi Akuntansi Pengendalian Internal Terhadap Penjualan (Studi Kasus: Cv. Anugrah Ps). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 42–49.
- Ramadhanu, P. B., & Priandika, A. T. (2021). Rancang Bangun Web Service Api Aplikasi Sentralisasi Produk Umkm Pada Uptd Plut Kumkm Provinsi Lampung. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 59–64.
- Ruslaini, R., Abizar, A., Ramadhani, N., & Ahmad, I. (2021). Peningkatan Manajemen Dan Teknologi Pemasaran Pada Umkm Ojesa (Ojek Sahabat Wanita) Dalam Mengatasi Less Contact Ekonomi Masa Covid-19. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 139–144.
- Sari, A. M., Darwis, D., & Dartnono, D. (2021). E-Marketing Pada Dealer Motor Tvs Cabang Unit 2 Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Infrastruktur Teknologi Informasi*, 2(1).
- Sari, R. K., & Isnaini, F. (2021). Perancangan Sistem Monitoring Persediaan Stok Es Krim Campina Pada Pt Yunikar Jaya Sakti. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 151–159.
- Sari, T. D. R. (2014). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Perilaku Kepatuhan Pajak Wp Badan*. Universitas Lampung.
- Sensuse, D. I., Sipahutar, R. J., Jamra, R. K., & Suryono, R. R. (2020). Challenges And Recommended Solutions For Change Management In Indonesian E-Commerce. *2020 International Conference On Information Technology Systems And Innovation (Icitsi)*, 250–255.
- Surahman, A., Octaviansyah, A. F., & Darwis, D. (2020). Ekstraksi Data Produk E-Marketplace Sebagai Strategi Pengolahan Segmentasi Pasar Menggunakan Web Crawler. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 9(1), 73–81.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas: *Journal Management, Business, And Accounting*, 19(3), 320–330.
- Triyanti, D. P. B. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Koperasi, Umkm, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Barito Timur. *Jurnal Pubbis*, 3(1), 87–101.
- Wantoro, A. (2020). Kombinasi Metode Analitical Hierarchy Process (Ahp) Dan Simple Addtive Weight (Saw) Untuk Menentukan Website E-Commerce Terbaik. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 9(1), 131–142.