



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

ISSN: 2615-2657

**2022**

# **PROSIDING**

---

**Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat**

Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat  
melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat  
Yogyakarta, 27 November 2021



# PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

## SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Yogyakarta, 27 November 2021

Penerbit :

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Universitas Amikom Yogyakarta

Telp.(0274) 884 201 ext 611

Email : [abdimas@amikom.ac.id](mailto:abdimas@amikom.ac.id)



# PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

## SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

ISSN 2615-2657

Editor : **Mulia Sulistiyono, M.Kom**  
**Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**

Kulit Muka: **Bernadhed, M. Kom.**  
**Cetakan I, Januari 2022**

Penerbit :

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat  
Universitas Amikom Yogyakarta  
Telp. (0274) 884 201 ext 611  
Email : [abdimas@amikom.ac.id](mailto:abdimas@amikom.ac.id)

Hak cipta dilindungi Undang-Undang Hak Cipta  
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh bagian isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari penerbit.



# **PROSIDING**

**SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021**

## **SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT**

**Reviewer:**

**Dr. Andi Sunyoto, M.Kom  
Emha Taufiq Luthfi, M.Kom  
Sudarmawan, M.T  
Hanif Al Fatta, M.Kom  
Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas hidayah-Nya maka Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 dapat terselenggara . Kegiatan ini merupakan Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat yang pertama kali diadakan di Universitas Amikom Yogyakarta. Seminar ini merupakan salah satu program kerja Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang dimana untuk meningkatkan minat publikasi hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh kalangan akademis di Universitas Amikom Yogyakarta pada khususnya.

Di dalam kalangan akademis perguruan tinggi mengenal dengan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi . Salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan sebuah usaha kalangan akademisi secara langsung mengatasi permasalahan -permasalahan masyarakat . Banyak permasalahan - permasalahan masyarakat yang dapat diselesaikan dengan menerapkan keilmuan yang dimiliki oleh para akademisi.

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 merupakan sebuah wadah kepada kalangan akademis Universitas Amikom Yogyakarta dalam mempublikasikan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan . Diharapkan dengan adanya media ini dapat menjadi jembatan para pengabdian dan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 terdapat 105 pemakalah yang bersedia mengirimkan makalahnya untuk dipublikasikan pada seminar ini. Makalah telah melalui proses review dan editing.

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pemakalah yang telah bersedia mempublikasikan makalah hasil pengabdian pada seminar ini. Kami ucapkan terimakasih kepada segenap civitas akademik Universitas Amikom Yogyakarta atas dukungan sarana maupun prasarana sehingga acara ini dapat terlaksana.

Akhir kata kami segenap panitia Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 mohon maaf sebesar-besarnya jika dalam penyelenggaraan acara masih banyak kekurangan. Kami terbuka untuk mendapatkan kritik dan masukan guna semakin memperbaiki kegiatan ini kedepannya. Semoga acara ini dapat bermanfaat seluruh akademisi dan masyarakat Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ketua Panitia Seminar Hasil  
Pengabdian Masyarakat 2021

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

# Daftar Isi

## Seminar Hasil Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat

<b>PEMBUATAN PERANGKAT BELAJAR SECARA ONLINE KEPADA GURU PAUD KB RUMAH ANAK PINTAR ISLAMI (RAPI)</b> Ade Pujianto	<b>Halaman</b> <b>1-6</b>
<b>MEMBANGUN KECAKAPAN ABAD 21 PADA SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA MELALUI JURNALISME DIGITAL</b> Aditya Maulana Hasymi, Gardyas Bidari Adninda	<b>7-12</b>
<b>PENINGKATAN SECURITY AWARENESS PADA WILAYAH DESA TEGALSARI BERBASIS VISUAL DALAM Mendukung GUNUNGKIDUL SMART CITY</b> Agit Amrullah	<b>13-18</b>
<b>PENERAPAN DAN PEMBUATAN DESAIN PACKAGING DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK PRODUK HOME INDUSTRI KUE DAN MINUMAN "ANISYA" DI KECAMATAN NGAGLIK, KABUPATEN SLEMAN</b> Agung Nugroho	<b>19-24</b>
<b>PENGEMBANGAN VIDEO PROMOSI DAN PRESENTASI KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUCIR GARONGAN</b> Ahmad Sa'di, Ria Andriani	<b>25-30</b>
<b>PKM PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DIDUKUNG APLIKASI MOBILE "QASIR" DALAM TOKO AR-RAUDHAH</b> Agus Fatkhurohman	<b>31-36</b>
<b>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEM "CREATIVE BATIK" DALAM PENINGKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP DI MASA PANDEMI COVID-19</b> Ainul Yaqin , Alfriadi Dwi Atmoko, Wiji Nurastuti MT	<b>37-42</b>
<b>PEMBUATAN MEDIA PROFILING KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN</b> Ali Mustopa	<b>43-48</b>
<b>PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI EATDULU.ID PADA ERA PANDEMI COVID-19</b> Andriyan Dwi Putra	<b>49-54</b>
<b>PEMANFAATAN SAMPAH DAPUR MENJADI PUPUK ORGANIK CAIR (POC) DAN PEMASARANNYA MELALUI MARKETPLACE</b> Anna Baita, M. Kom., Fajrul Falahudin Rasyid	<b>55-60</b>
<b>PENINGKATAN KUALITAS PEMBELAJARAN ONLINE DENGAN GAMIFIKASI</b> Ani Hastuti Arthasari	<b>61-66</b>
<b>PEMANFAATAN E-COMMERCE DESA WISATA JIPANGAN PADA MASA PANDEMI COVID-19</b> Anik Sri Widawati , Hanafi, Netci Hesvindrati	<b>67-72</b>
<b>PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DIGITAL KOMUNITAS SEDEKAH YOGYAKARTA</b> Anggrismono	<b>73-78</b>
<b>PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN VIDIO PROMOSI PRODUK</b> Ardiyati, Akhmad Dahlan	<b>79-84</b>
<b>DIGITALISASI ADMINISTRASI SEKOLAH</b> Arifiyanto Hadinegoro	<b>85-90</b>
<b>PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK KEMBENG ROSO USAHA MIKRO BANYUMILI</b> Arvin Claudy Frobenius	<b>91-95</b>

<b>VIRTUAL TOUR VIDEO WISATA Pemandian Alami Blue Lagoon</b> Atika Fatimah , Haryoko	<b>96-101</b>
<b>PEMBUATAN APLIKASI Pencatatan Data Karyawan Sebagai Pendukung Administrasi Yayasan Taruna Alquran</b> Atik Nurmasani, Febri Dwi Kurniawan , Oxsal Christal Pamula	<b>102-107</b>
<b>Peningkatan Keterampilan Penerapan Cyber Security Bagi Guru SMK Negeri 2 Yogyakarta</b> Banu Santoso, Afin Nur Ikhsan , Rendi Prasetyawan	<b>108-113</b>
<b>Peningkatan Kemampuan Digital Marketing Untuk Strategi Pemasaran Khayra Cakes</b> Bety Wulan Sari	<b>114-119</b>
<b>Pemanfaatan Sosial Media Untuk Konten Promosi Jasa Enggal Jaya Las</b> Bhanu Sri Nugraha	<b>120-125</b>
<b>Sosialisasi Pemasaran Online Di UMKM Ibu Sejahtera</b> Deani Prionazvi Rhizky	<b>126-131</b>
<b>Pengembangan dan Pelatihan Strategi Pemasaran Di Bumdes Remboko Melalui Disain Visual</b> Dwi Pela Agustina, Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Erfanni Bimantara, Fadlurahman Hanif	<b>132-137</b>
<b>Workshop Peningkatan Kemampuan Karyawan UMKM Dalam Marketing Digital Pada Laundry Eve</b> Eli Pujastuti	<b>138-143</b>
<b>Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Masyarakat Dusun Gebang, Panggang Gunungkidul</b> Fahrul Imam Santoso	<b>144-149</b>
<b>Peningkatan Keterampilan Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Internet Di Kebun Belajar Rumah Tumbuh</b> Ferian Fauzi Abdulloh	<b>150-155</b>
<b>Penerapan Model Bisnis Kanvas Untuk Pengembangan Usaha Olstore Malik Selama Pandemi Covid-19</b> Fitri Juniwati Ayuningtyas	<b>156-161</b>
<b>Pembuatan dan Pengenalan Toponim Kalurahan Bener, Kemantren Tegalrejo, Kota Yogyakarta Melalui Film Bergambar</b> Fitria Nuraini Sekarsih	<b>162-167</b>
<b>Pelatihan Sociopreneurship Tahap 2 Dalam Rangka Peningkatan Kapasitas Karang Taruna Kampung Banaran</b> Gardyas Bidari Adninda , Aditya Maulana Hasymi	<b>168-173</b>
<b>Pelatihan Daring Pembuatan Video Pembelajaran Online dan Kuis Interaktif Serta Pemanfaatan Google Application Pada Tk Pertiwi Pandak Baturaden Banyumas</b> Haryoko	<b>174-179</b>
<b>Pelatihan Digital Marketing Untuk Askomta Sebagai Sarana Meningkatkan Promosi Usaha Di Masa Pemulihan Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19</b> Hendra Kurniawan	<b>180-185</b>
<b>Pemanfaatan Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan Digital Pada Toko Kelontong Di Masa Pandemi Covid-19</b> Ismadiyanti Purwaning Astuti	<b>186-191</b>

<b>PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN KOTABARU</b>	<b>192-197</b>
Ika Afianita Suherningtyas, Rizky , Sola Tri Astuti , Desri Wahyuni	
<b>DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWERENESS UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA JMKM</b>	<b>198-203</b>
Ike Verawati	
<b>PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO MENGGUNAKAN PREMIERE UNTUK PEMUDA PEMUDI KARANG TARUNA P3L DUSUN PANGGUNGAN LOR KALURAHAN TRIHANGGO</b>	<b>204-209</b>
Ika Asti Astuti	
<b>PENINGKATAN KOMPETENSI GURU MELALUI PEMBUATAN GAME EDUKATIF UNTUK MENUNJANG PROSES BELAJAR MENGAJAR PESERTA DIDIK PADA BA AISIYIAH JABUNG</b>	<b>210-214</b>
Ika Nur Fajri	
<b>PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN PADA USAHA SNACK DAN JAJANAN PASAR DI MASA PANDEMI COVID 19</b>	<b>215-220</b>
Ikmah , Anik Sri Widawati	
<b>MEDIA PEMBELAJARAN SOCIOFUN BERBASIS MOBILE SEBAGAI PENUNJANG PROSES PEMBELAJARAN SOSIOLOGI KELAS X DI SMAN 1 TURI</b>	<b>221-226</b>
Irma Rofni Wulandari , Laily Nur Hamidah , Yuli Astuti, Lilis Dwi Farida	
<b>PELATIHAN MEDIA SOSIAL BRANDING UNTUK KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN</b>	<b>227-232</b>
Irwan Setiawanto, Kusnawi	
<b>PELATIHAN YOUTUBE CONTENT CREATION UNTUK SARANA PUBLIKASI KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN</b>	<b>233-238</b>
Joko Dwi Santoso, Erfina Nurussa'adah	
<b>PENDAMPINGAN PENERAPAN APLIKASI PENCATATAN TRANSAKSI KEUANGAN AGEN DAN RESELER UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KLINIK INUSA SKINCARE PLERET BANTUL</b>	<b>239-244</b>
Jeki Kuswanto, Nenden Ranuma Ratri	
<b>PEMERDAYAAN REMAJA PUTRI UNTUK MENDORONG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI DUSUN GEBANG KELURAHAN WEDOMARTANI</b>	<b>245-250</b>
Jurni Hayati	
<b>SOSIALISASI DAN EDUKASI ETIKA KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA CLUB PANJI SAKTI (CPS) SINGARAJA</b>	<b>251-256</b>
Kadek Kiki Astria	
<b>PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UMKM DELDV</b>	<b>257-262</b>
Laksmindra Saptyawati	
<b>KAMPANYE POLA HIDUP SEHAT DAN SAFETY RIDE DALAM BERSEPEDA SERTA PEMBENAHAN ADMINISTRASI PADA ECOSMO JOGJA</b>	<b>263-268</b>
Lukman	
<b>PEMBUATAN W EBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN BEEIS MADU</b>	<b>269-274</b>
M. Nuraminudin , Tisih Lara Bangun Sasongko	
<b>PEMBUATAN APLIKASI SISTEM INFORMASI RESELLER PADA HOMESWEETHOME.JOGJA BERBASIS ANDROID</b>	<b>275-280</b>
Melany Mustika Dewi	

<b>PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF ONLINE UNTUK Mendukung Kegiatan Belajar dari Rumah (BDR) pada Masa Pandemi COVID-19 di TK Budi Luhur 1</b> Majid Rahardi	<b>281-286</b>
<b>IKLAN untuk Meningkatkan Penyebaran Informasi pada Startup Matrash Yogyakarta dengan Motion Grafis</b> Mei Parwanto Kurniawan , Deden Maulana Yusuf	<b>287-292</b>
<b>PENGEMBANGAN Strategi Promosi Pariwisata Desa Ledhok Blotan melalui Media Sosial</b> Monika Pretty Aprilia	<b>293-298</b>
<b>Meningkatkan Transformasi Bisnis dengan Pengelolaan Transaksi Penjualan menggunakan Aplikasi Kasir Berbasis Android</b> Moch Farid Fauzi, Alfie Nur Rahmi	<b>299-304</b>
<b>Membangun Website sebagai Penunjang Promosi Sekolah "SMK Bina Harapan Sleman"</b> Muhammad Misbahul Munir	<b>305-310</b>
<b>Pengenalan Aplikasi Google Form dalam Pembelajaran Jarak Jauh bagi Guru di SLB C Wiyata Dharma 2 Sleman</b> Ninik Tri Hartanti	<b>311-315</b>
<b>Pelatihan Teknik Dasar Fotografi Smartphone sebagai Media Menumbuhkembangkan Kreativitas bagi Pemuda pada Masa Pandemi COVID-19 di Desa Drono, Klaten</b> Ni'mah Mahnunah, Irfan Rifani, Vanny Namiroh	<b>316-321</b>
<b>Pelatihan Foto Produk untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Toko Delapan Bakery</b> Nurfian Yudhistira	<b>322-327</b>
<b>Meningkatkan Branding dan Layanan Digital pada Bumi Perkemahan Taman Tunas Wiguna Babarsari</b> Nuri Cahyono	<b>328-333</b>
<b>Penyuluhan Desa Wisata Alam sebagai Upaya Peningkatan Kapasitas Warga dan Kualitas Lingkungan Desa Jonggrangan</b> Nurizka Fidali	<b>334-339</b>
<b>Peningkatan Literasi Digital: Perempuan Cerdas Tangkal Berita Hoaks</b> Novita Ika Purnamasari, Roghaya Indah Pratiwi , Razan Arvin Pradipa	<b>340-345</b>
<b>Menggalakkan Kegiatan Penghijauan Aktifitas Berkebun Tanaman Hias di Masa Pandemi</b> Prasetyo Febriarto, Rezki Satris	<b>346-351</b>
<b>Strategi Branding dan Instagram Marketing untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Azka Roti</b> Rakhma Shafrida Kurnia	<b>352-357</b>
<b>Pengenalan Model Hunian Sehat Produktif di Lingkungan Perkotaan untuk Keluarga Sejahtera di Masa Pandemi COVID19</b> RR. Sophia Ratna Haryati	<b>358-364</b>
<b>Literasi dan Inisiasi Pemberdayaan Masyarakat di Tengah Pandemi COVID-19 dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat</b> Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Pela Agustina	<b>365-370</b>
<b>Pelatihan Strategi Digital Marketing pada UKM Pukis Klaten</b> Ria Andriani , Ahmad Sa'di	<b>371-376</b>

<b>PELATIHAN FOTOGRAFI PRODUK DENGAN SMART PHONE DALAM RANGKA PENINGKATAN KOMPETENSI KOMUNIKASI PEMASARAN PELAKU UMKM MUNDU SAREN</b>	<b>377-382</b>
Riski Damastuti	
<b>PENANDA KAWASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENGUATAN IDENTITAS KAWASAN DESA WISATA SIDOWARNO</b>	<b>383-388</b>
Rhisa Aidilla Suprpto, Seftina Kuswardini	
<b>EDUKASI PEMASARAN ONLINE UMKM KULINER DAPUR FARIDA DI YOGYAKARTA</b>	<b>389-394</b>
Rivga Agusta	
<b>GERAKAN BIJAK BERSOSIAL MEDIA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI RT 05 KUJONSARI</b>	<b>395-400</b>
Sannya Pestari Dewi, Ulul Azmiyati , Akbar Stallyno	
<b>PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI SARANA PENGEMBANGAN DESA WISATA WIRUN SEBAGAI SENTRA KERAJINAN GAMELAN</b>	<b>401-406</b>
Seftina Kuswardini, Rhisa Aidilla Suprpto	
<b>MENINGKATKAN PERFORMA AREA WISATA DENGAN SISTEM ZONASI DAN PENINGKATAN KAPASITAS PEDAGANG</b>	<b>407-412</b>
Septi Kurniawati Nurhadi , Gardana Purnama	
<b>LITERASI MEDIA, DAN DIGITAL BRANDING "WISATA GOA LANGSE", GUNUNG KIDUL YOGYAKARTA</b>	<b>413-418</b>
Sheila Lestari Giza Pudrianisa	
<b>EDUKASI DAN PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEBSITE PADA NOUNA BAKERY BANTUL</b>	<b>419-424</b>
Sharazita Dyah Anggita	
<b>PENINGKATAN KAPASITAS GURU DALAM PEMBELAJARAN DARING BAGI SEKOLAH SMK MAARIF 2 PIYUNGAN</b>	<b>425-429</b>
Sri Mulyatun	
<b>PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK OPTIMALISASI PEMASARAN USAHA MAKANAN DASAWISMA ALAMANDA PERUMNAS MINOMARTANI SLEMAN YOGYAKARTA</b>	<b>430-435</b>
Supriatin, Ani Restiyani	
<b>PERENCANAAN USAHA YANG BERBASIS EKONOMI KREATIF BAGI KELOMPOK MILENIAL</b>	<b>436-441</b>
Tanti Prita Hapsari	
<b>PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO PEMBELAJARAN BAGI PENDIDIK DI SMP NEGERI 5 WONOGIRI</b>	<b>442-446</b>
Toto Indriyatmoko	
<b>PENGENALAN IOT APLIKATIF UNTUK SANTRI PONDOK INFORMATIKA AL MADINAH</b>	<b>447-452</b>
Uyock Anggoro Saputro	
<b>GALERI OLAH SAMPAH SEBAGAI INOVASI PENGOLAHAN SAMPAH TERPADU DI KELURAHAN BENER</b>	<b>453-458</b>
Vidyana Arsanti	
<b>PEMANFAATAN INSTAGRAM ADS SEBAGAI SOLUSI STRATEGI MARKETING ONLINE UNTUK UMKM (ALEMBANA COFFEE)</b>	<b>459-464</b>
Wahyu Kristian Natalia	
<b>PENGENALAN TEKNOLOGI MONITORING KEGUGUPAN PADA LEMBAGA PELATIHAN KOMUNIKASI</b>	<b>465-470</b>
Wahyu Sukestiyastama Putra	
<b>PERAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) LUHUR SEMBADA DALAMMENINGKATKAN PEREKONOMIAN DANDAYASAING DI DESASIDOLUHUR, KEC.GODEAN-KAB.SLEMAN</b>	<b>471-476</b>
Widiyanti Kurnianingsih	

<b>PENGELOLAAN DATA SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 2 DEPOK SLEMAN DEPOK BERBASIS WEBGIS</b> Widiyana Riasasi	<b>477-481</b>
<b>APLIKASI MOBILE SMART EDU-ECON SEBAGAI PENGEMBANGAN TEKNIK MENGAJAR PADA PELAJARAN EKONOMI KELAS X</b> Yuli Astuti, Angga Arindra Shonta, Irma Rofni Wulandari , Wiwi Widayani , Erni Seniwati	<b>482-487</b>
<b>STRATEGI PENINGKATAN OMSET DENGAN DIGITAL MARKETING DI UMKM BATIK JUMPUTAN (ROEMAH DJOEMPOETAN SRIHADI)</b> Yusuf Amri Amrullah	<b>488-493</b>
<b>PELATIHAN DAKWAH DIGITAL BAGI PARA DA'I JAM'IIYAH MUBALLIGHIN SUNAN PANDANARAN (JAMUSPA) MUDA DI YOGYAKARTA</b> Zahrotus Saidah, Sri Mulyani Majid	<b>494-499</b>
<b>WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI SHOES CLEANING CARE CLEANROOM PADA ERA PANDEMI COVID-19</b> Dwi Nurani	<b>500-505</b>
<b>WEBSITE COMPANY PROFILE BANK SAMPAH "SUMBER BERKAH"</b> Rumini	<b>506-511</b>
<b>PEMANFAATAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY UNTUK MEMBANTU PROSES BELAJAR DAN MENGAJAR ANAK-ANAK</b> Mulia Sulistiyono, Andi Sunyoto, Muhammad Adli Zul Hazmi	<b>512-517</b>
<b>PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK Mendukung KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SEKOLAH DI MASA PANDEMI</b> Achimah Sidauruk	<b>518-523</b>
<b>PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM KELUARGA PRA SEJAHTERA</b> Ahlihi Masruro	<b>524-529</b>
<b>PEMANFAATAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN BAGI PENJUALAN PRODUK UMKM</b> Andika Agus Slameto	<b>530-535</b>
<b>PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA AJAR BERBASIS VIDEO DAN FOTO UNTUK GURU SEKOLAH TAMAN KANAK-KANAK</b> Muhammad Tofa Nurcholiz	<b>536-541</b>
<b>PELATIHAN PROGRAM MADRASAH DIGITAL DI PONPES SAAT PANDEMI COVID-19</b> Muhammad Idris Purwanto	<b>542-547</b>
<b>REALISASI KONSEP FRAMING SABLON DAN PELATIHAN PENGGUNAAN ALAT SABLON PRESISI FRAMING PADA KONVEKSI</b> Bernadhed	<b>548-553</b>
<b>PELATIHAN MANAJEMEN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN WEB PROFILING PADA KONVEKSI BERKART</b> Rum M Andri	<b>554-559</b>
<b>REDESIGN KEMASAN PRODUK DAN PENGADAAN DAN PELATIAN MESIN PRESS KEMASAN UNTUK UKM MAMA YUMMY</b> Yudhi Sutanto	<b>560-565</b>
<b>PELATIHAN MANAJEMEN KELAS DARING UNTUK GURU SMK ISLAM MOYUDAN YOGYAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19</b> Rizqi Sukma Kharisma	<b>566-571</b>

## EDUKASI DAN PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEBSITE PADA NOUNA BAKERY BANTUL

Sharazita Dyah Anggita

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : sharazita@amikom.ac.id

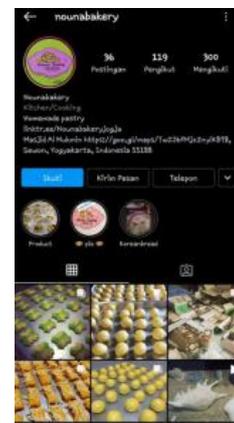
### Abstrak

*Nouna Bakery merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner. Nouna Bakery berlokasi di Glugo, Panggunharjo, Sewon, Bantul. Fokus usaha Nouna Bakery adalah produksi snack dan kue kering. Pemasaran produk dilakukan via offline maupun online. Pemasaran produk via online salah satunya sudah dilakukan dan masih berjalan via sosial media Instagram. Katalog produk ditampilkan pada Instagram untuk dapat dilihat secara langsung oleh konsumen. Manajemen data transaksi penjualan yang dilakukan masih menggunakan pencatatan secara konvensional pada buku catatan khusus. Model pencatatan tersebut menjadi kurang efisien karena data yang dicatat tidak terpusat dan menyebabkan penyajian informasi menjadi tidak real time. Berdasarkan permasalahan yang ada, solusi yang direncanakan adalah dengan membangun sebuah sistem informasi penjualan berbasis website untuk dapat digunakan sebagai pusat data pencatatan transaksi pada Nouna Bakery. Luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah Sistem Informasi Penjualan berbasis Website pada Nouna Bakery yang digunakan sebagai media penjualan dan display katalog produk untuk konsumen. Luaran yang kedua yaitu edukasi pemanfaatan sistem informasi penjualan berbasis website pada Nouna Bakery.*

**Kata kunci:** website, penjualan, bakery

### 1. PENDAHULUAN

Nouna Bakery merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner. Nouna Bakery berlokasi di Glugo, Panggunharjo, Sewon, Bantul. Fokus usaha Nouna Bakery adalah produksi snack dan kue kering. Pemasaran produk dilakukan via offline maupun online. Pesatnya pertumbuhan Information dan Communication Technology mengakibatkan perubahan perilaku bisnis dari model offline ke online yang dipandang mampu mempermudah penjualan dan marketing produk [1]. Banyaknya pengguna internet di Indonesia saat ini berdampak secara langsung terhadap strategi industry untuk menarik konsumen dan melakukan migrasi penjualan secara online [2]. Pemasaran produk via online salah satunya sudah dilakukan dan masih berjalan saat ini di Nouna Bakery adalah via sosial media Instagram. Katalog produk ditampilkan pada Instagram untuk dapat dilihat secara langsung oleh konsumen pada Gambar 1.



**Gambar 1. Halaman Feed Instagram Nouna Bakery**  
Pemasaran produk via internet menjadi peluang tersendiri bagi pengusaha seiring dengan masuknya internet ke dalam seluruh lapisan masyarakat [3]. Sistem pemasaran yang masih dijalani oleh Nouna Bakery saat ini yaitu dengan melakukan promosi dan pemesanan produk via Instagram. Selain itu proses pemesanan juga dapat dilakukan secara langsung kepada pihak Nouna Bakery melalui media *whatsapp*.

Proses pemesanan produk yang dilakukan via Instagram dan *Whatsapp* kemudian oleh pemilik usaha dicatat secara manual per harinya. Data yang dicatat meliputi nama pembeli, produk

yang dipesan beserta jumlahnya, tanggal pemesanan dan total penjualan. Pencatatan penjualan akan direkap secara rutin pada tiap bulan dan tahunnya untuk dapat mengetahui nominal pemasukan dana.

Masalah yang terjadi adalah penyajian informasi atas manajemen pencatatan data yang dilakukan menjadi tidak valid dan akurat. Hal ini disebabkan oleh model pencatatan yang tidak rapi dan tidak terpusat. Model pencatatan keuangan yang tidak terintegrasi akan berpengaruh terhadap parameter kinerja perusahaan serta data yang diolah didalamnya [4].

**Tabel 1. Permasalahan dan Solusi**

Prioritas	Permasalahan Mitra	Solusi
1	Manajemen pencatatan transaksi pada Nouna Bakery dilakukan dengan model konvensional yang sering menimbulkan informasi yang tidak akurat	Membangun sebuah sistem informasi yang dapat merekap data transaksi pada Nouna Bakery untuk memperbaiki manajemen pengolahan data yang sudah berjalan
2	Pemasaran dan pemesanan produk dilakukan dengan menggunakan sosial media sehingga tidak terpusat	Memfaatkan sebuah sistem informasi penjualan berbasis website sebagai media penjualan produk kepada konsumen.
3	Kurangnya kemampuan pemilik usaha dalam mengembangkan usaha menggunakan sistem informasi berbasis website.	Edukasi dan pendampingan kepada pemilik usaha dalam peningkatan pemahaman penggunaan sistem informasi manajemen data penjualan berbasis website.

Informasi yang dihasilkan juga tidak dapat disajikan secara real time. Selain itu pemilik usaha juga tidak dapat dengan jelas melihat *cash flow* yang dihasilkan tiap periode.

## 2. METODE PELAKSANAAN

### 1. Analisis Situasi dan Kebutuhan Fungsional

Analisis situasi dilakukan untuk menemukan permasalahan mitra. Selain itu pada tahap ini juga dilakukan untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil dari analisis ini akan

dijadikan dasar sebagai penentu kebutuhan fungsional untuk mitra.

### 2. Perancangan Sistem

Tahap perancangan sistem dilakukan berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan untuk dapat disesuaikan dengan kebutuhan mitra.

### 3. Implementasi dan Pengujian

Setelah perancangan dinilai sudah sesuai dengan kebutuhan mitra, akan masuk ke tahap pembangunan sistem yang diusulkan yang kemudian dilanjutkan dengan pengujian sistem.

### 4. Edukasi dan Pendampingan

Edukasi dan pendampingan dilakukan kepada mitra untuk dapat dengan baik mengoperasikan sistem yang sudah di implementasi. Selain itu proses edukasi dan pendampingan juga dilakukan untuk menambah pemahaman mitra dalam penerapan sistem informasi sebagai manajemen pengolahan data.

## 3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

### 3.1. Analisis Situasi dan Kebutuhan Fungsional

Analisis situasi dilakukan dengan pihak mitra untuk mengetahui kelemahan system yang telah berjalan. Berdasarkan hal tersebut dapat diambil peluang untuk pengembangan system yang ada melalui analisis kebutuhan fungsional.



**Gambar 2. Pertemuan Penentuan Kebutuhan Fungsional Sistem**

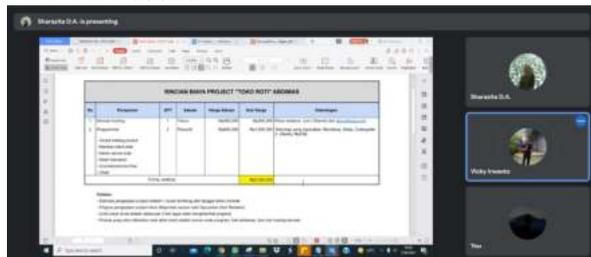
Kebutuhan fungsional merupakan kebutuhan system yang mencakup proses dan informasi apa saja yang dapat dilakukan oleh system. Penentuan kebutuhan fungsional dilakukan dengan mitra pada Gambar 2. Melalui pertemuan tersebut dihasilkan kesepakatan daftar kebutuhan fungsional yang terdapat pada Sistem Informasi Penjualan Berbasis Website pada Nouna Bakery sebagai berikut :

1. Sistem mampu mengolah data produk.
2. Sistem mampu mengolah data pengeluaran dana yang dilakukan mitra.
3. Sistem mampu mengolah data kategori produk yang terdapat pada mitra.

4. Sistem mampu mengolah data manajemen ongkir untuk mengatur biaya pengiriman sesuai dengan tujuan pengiriman produk.
5. Sistem mampu mengolah data pesanan produk.
6. Sistem mampu mengolah data member.
7. Sistem mampu menampilkan informasi laporan pemasukan dan pengeluaran dana.

### 3.2. Perancangan Sistem

Berdasarkan kebutuhan fungsional yang telah ditentukan, dilanjutkan dengan melakukan perancangan system. System yang diusulkan adalah system informasi penjualan produk Nouna Bakery berbasis *website*.



Gambar 3. Pertemuan Perancangan Sistem

Proses perancangan system dilakukan melalui beberapa kali *meeting online* pada Gambar 3. Tahapan yang dilakukan meliputi proses pemodelan dan alur data, perancangan *user interface* dan penentuan rincian biaya system

### 3.3. Implementasi dan Pengujian

#### 3.3.1. Kebutuhan Alat dan Bahan

Berdasarkan proses perancangan yang sudah dilakukan, dilanjutkan dengan proses implementasi dimana seluruh perancangan sistem yang sudah dikonsepsikan mulai dilakukan. Alat dan bahan yang dibutuhkan meliputi :

##### a. Hosting

Pengadaan hosting dilakukan sebagai sebuah layanan untuk dapat menyimpan seluruh file yang terdapat pada system informasi penjualan Nouna Bakery berbasis *website*. File yang akan tersimpan diantaranya gambar, video dan basis data. Hosting yang digunakan pada system yang dibangun mempunyai spesifikasi sebagai berikut :

- Disk space = *Unlimited*
- Bandwith = *Unlimited*
- Masa registrasi = Tahunan

##### b. Domain

Domain digunakan sebagai nama unik yang akan mengidentifikasi alamat *website*. Domain yang digunakan pada system yang dibuat adalah [www.doanounagroup.com](http://www.doanounagroup.com)

### 3.3.2. Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Website

Implementasi system informasi penjualan berbasis website pada Nouna Bakery dilakukan dengan melakukan migrasi dari system manual ke system baru. Seluruh pencatatan data dan transaksi pada Nouna Bakery difokuskan pada *website* sehingga seluruh informasi yang disajikan akan selalu *up to date* sesuai dengan kebutuhan mitra.

#### 3.3.2.1. Halaman Utama

Halaman utama pada Gambar 4. Merupakan halaman yang ditampilkan pertama kali pada website [doanounagroup.com](http://doanounagroup.com). Beberapa menu yang disediakan pada halaman ini meliputi Produk terbaru, About Us, Testimoni dan Login. Pada halaman ini akan ditampilkan informasi produk yang tersedia untuk dijual.



Gambar 4. Tampilan Menu Utama Website Nouna Bakery

#### 3.3.2.2. Halaman Sign Up

Halaman Sign Up dapat digunakan untuk mendaftarkan akun member yang akan melakukan transaksi penjualan pada Nouna Bakery. Halaman Sign Up terdapat pada Gambar 5.

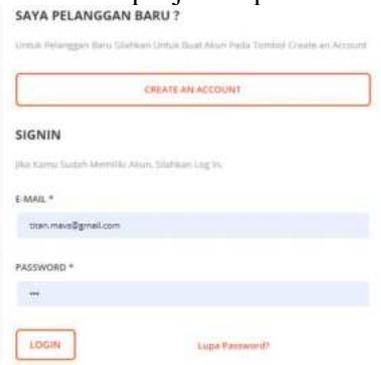


Gambar 5. Halaman Sign Up

Untuk mendaftarkan akun pada web, cukup mengisikan form dengan data yang valid. Terlebih pada bagian email, dimana nantinya email akan digunakan sebagai perantara konfirmasi akun dan pembayaran.

### 3.3.2.3. Halaman Login

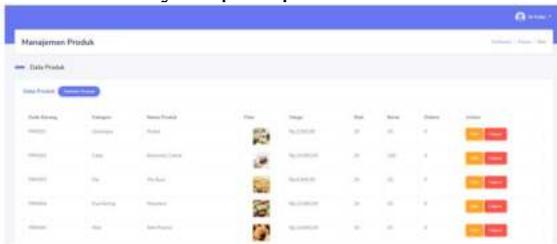
Halaman Login ditujukan kepada pelanggan yang sudah memiliki akun di platform website. Pelanggan yang sudah memiliki akun, akan dapat melakukan transaksi penjualan pada website.



Gambar 6. Halaman Login Pelanggan

### 3.3.2.4. Fitur Produk

Fitur ini digunakan untuk memanajemen produk yang dijual oleh toko. Fitur ini hanya dapat diakses oleh Admin toko. Fitur ini bersifat dinamis, sehingga apabila ada produk yang sudah tidak diproduksi maka admin bisa menghapusnya dari tampilan. Begitu juga apabila toko mengeluarkan produk baru, maka admin tinggal menambahkannya seperti pada Gambar 7.



Gambar 7. Tampilan Fitur Produk

### 3.3.2.5. Fitur Pengeluaran

Fitur pengeluaran digunakan sebagai pencatat pengeluaran yang dilakukan selama proses bisnis yang berupa pembelian bahan baku, biaya produksi, dsb. Selain itu, di dalam fitur ini juga menyediakan memori untuk menyimpan bukti pengeluaran (nota, struk, kwitansi, dsb.) dengan ekstensi file **JPG/JPEG/PNG**. Nantinya data-data pengeluaran yang telah terekam di dalam fitur ini akan terintegrasi dengan fitur laporan, sehingga pihak manajemen toko bisa mengontrol arus uang yang berlangsung. Tampilan halaman fitur pengeluaran terdapat di Gambar 8.



Gambar 8. Tampilan Fitur Pengeluaran

### 3.3.2.6. Fitur Kategori

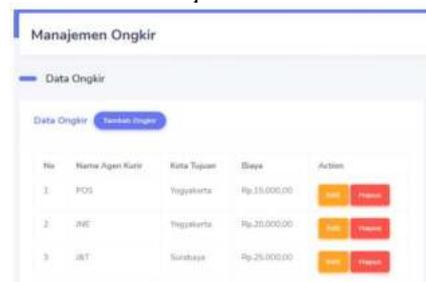
Fitur Kategori digunakan oleh Admin untuk mengelompokkan produk berdasarkan kategori barang, sehingga pelanggan akan lebih mudah dalam memilih produk yang hendak dibeli. Tampilan fitur Kategor terdapat pada Gambar 9.



Gambar 9. Tampilan Fitur Kategori

### 3.3.2.7. Fitur Manajemen Ongkir

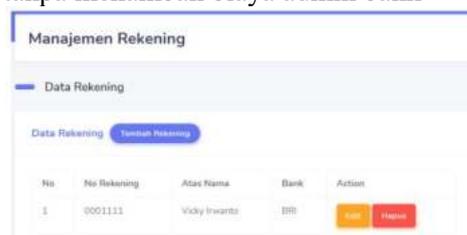
Fitur manajemen ongkir pada Gambar 10. disediakan untuk dapat mengolah data biaya pengiriman produk ke konsumen sesuai dengan kota dan jasa pengirimannya. Melalui menu ini ongkos kirim yang tertera pada saat transaksi penjualan akan selalu *up to date*.



Gambar 10. Tampilan Fitur Manajemen Ongkir

### 3.3.2.8. Fitur Manajemen Rekening

Fitur ini digunakan untuk memanajemen nomor rekening perusahaan (lebih dari satu rekening). Dengan adanya banyak varian rekening perusahaan, akan meringankan pelanggan dalam proses transfer uang tanpa menambah biaya admin bank



Gambar 11. Tampilan Fitur Manajemen Rekening

### 3.3.2.9. Tampilan Fitur Modul User

Fitur modul user pada Gambar 12. digunakan untuk manajemen akun para admin. Nantinya akun admin utama bisa menambahkan akun admin utama lainnya atau menambahkan akun admin kasir dan admin konten yang akan menjadi operator harian. Namun, modul ini hanya bisa diakses oleh akun jenis admin utama. Sehingga admin kasir dan konten tidak memiliki akses untuk menambahkan, menyunting, atau menghapus akun admin lainnya. Fitur ini terletak ada pada menu sidebar bernama **Modul User**. Gambar 12 merupakan tampilan ketika admin utama akan menambahkan akun admin baru.

Gambar 12. Tampilan Fitur Modul User

### 3.3.2.10. Tampilan Fitur Pesanan

Fitur pesanan pada Gambar 13. digunakan untuk manajemen pesanan yang masuk ke toko. Ada beberapa tahapan status pesanan di bawah ini :

1. Belum dibayar  
Status ini menandakan pelanggan telah membuat sebuah order, namun belum melakukan proses pembayaran terhadap pesannya
2. Dibatalkan  
Proses pesanan pelanggan yang belum dibayarkan tadi telah dibatalkan oleh pelanggan itu sendiri. Proses pembatalan pesanan hanya bisa dilakukan pada tahap sebelum pelanggan melakukan pembayaran
3. Dalam pengecekan  
Status ini muncul ketika pelanggan telah mengunggah bukti pembayaran pesannya. Maka, admin nantinya akan melakukan verifikasi pembayaran tersebut. Untuk melihat bukti bayar klik tombol detail
4. Ditolak  
Konfirmasi pembayaran ditolak karena data tidak sesuai dengan bukti transfer ataupun dengan arus keuangan di rekening toko
5. Dikirim  
Dikirim adalah status lanjutan ketika konfirmasi pembayaran diterima dan dinyatakan valid oleh admin
6. Diterima

Produk telah sampai kepada pelanggan. Konfirmasi ini dilakukan oleh pelanggan dengan menekan tombol Pesanan diterima pada dashboard My Orders

ID Transaksi	Nama Pemesan	Rekening Tujuan	Total Bayar	Alamat Pengiriman	Status	Validasi
INV-2109080009	Titan	0001111 - Vicky Iwanto	Rp.34.000,00	Margorejo	Dibayar	Diterima
INV-2109080010	Titan	0001111 - Vicky Iwanto	Rp.34.000,00	Margorejo	Dibayar	Diterima
INV-2109080011	Titan	0001111 - Vicky Iwanto	Rp.20.000,00	Margorejo	Dalam Pengecekan	Detail, Tambah, Hapus, Validasi
INV-2109080012	Titan	0001111 - Vicky Iwanto	Rp.35.000,00	Margorejo	Dibayar	Diterima
INV-2109040007	Titan	0001111 - Vicky Iwanto	Rp.200.000,00	Margorejo	Dibayar	Diterima
INV-2109040008	Titan	0001111 - Vicky Iwanto	Rp.300.000,00	Margorejo	Dibayar	Diterima

Gambar 13. Tampilan Fitur Pesanan

### 3.3.2.11. Tampilan Fitur Member

Fitur ini digunakan untuk manajemen akun pelanggan yang sudah mendaftar pada sistem web. Data yang tertampil di fitur ini murni berasal dari input pelanggan. Kegunaan lain dari fitur ini yaitu melakukan aktivasi secara manual dengan menghubungi admin web apabila verifikasi email sedang mengalami gangguan. Bahkan admin juga mampu menghapus akun pelanggan yang dinilai melanggar ketentuan toko.

ID Member	Nama Member	Alamat	No Telp	Status Akun	Action
M0001	Vicky Iwanto	Sleman, Yogyakarta	082289389873	Aktif	Deaktivasi, Hapus
M0002	Chelsea Indonesia	di Progdandan	082289389873	Aktif	Deaktivasi, Hapus
M0003	Rayhan Al Miftah	A. Pembangunan	081140103421	Aktif	Deaktivasi, Hapus
M0004	Titan	Sleman	08574349800	Aktif	Deaktivasi, Hapus

Gambar 14. Tampilan Fitur Member

### 3.3.2.12. Tampilan Halaman Laporan Pemasukan dan Pengeluaran

Fitur ini digunakan untuk mencetak laporan pemasukan dan pengeluaran keuangan toko. Data pemasukan diambil dari uang masuk hasil penjualan dan data pengeluaran diambil dari catatan pengeluaran hasil input dari admin itu sendiri pada dashboard. Ekstensi dari laporan adalah PDF. Berikut ini adalah contoh data dari Laporan Pemasukan.

Invoice	Nama Pemesan	Rekening	Alamat Pengiriman	Sub Total
INV-210820001	Vicky Iwanto	0001111 - Vicky Iwanto	di Progdandan	Rp.43.000,00
INV-210820002	Vicky Iwanto	0001111 - Vicky Iwanto	di Progdandan	Rp.110.000,00
INV-210800003	Vicky Iwanto	0001111 - Vicky Iwanto	di Progdandan	Rp.200.000,00
INV-210900004	Chelsea Indonesia	0001111 - Vicky Iwanto	di Progdandan	Rp.120.000,00
INV-210900005	Chelsea Indonesia	0001111 - Vicky Iwanto	Sleman	Rp.100.000,00
INV-210900006	Chelsea Indonesia	0001111 - Vicky Iwanto	Sleman	Rp.100.000,00
Total Pemasukan				Rp.863.000,00

Gambar 15. Tampilan Halaman Laporan Pemasukan



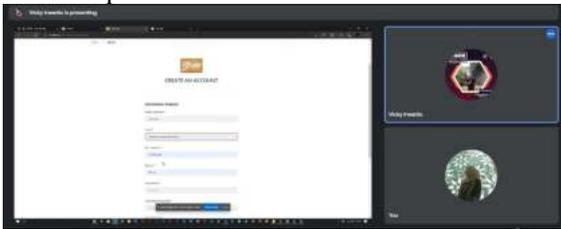
DOEA NOUNA  
Laporan Pengeluaran

No	Nama Item	Tanggal Pengeluaran	Qty	Harga Satuan	Satuan	Sub Total
1	Minyak sayur wijaya	2021-09-01	3	Rp.400000	Rp	Rp.1.200.000
2	Buku LAMT 1 & 2	2021-09-06	6	Rp.150000	Ribul	Rp.900.000
3	Perabot dapur	2021-09-10	20	Rp.40000	Ribul	Rp.800.000
Total Pengeluaran						Rp.2.900.000

Gambar 16. Tampilan Halaman Laporan Pengeluaran

### 3.3.3. Pengujian Sistem

Pengujian system yang telah dibangun dengan menjalankan seluruh fitur yang ada dan melakukan pengecekan apakah sudah berjalan sesuai dengan alur system yang dirancang atau belum. Melalui tahap pengujian system pada Gambar 17. diperoleh hasil bahwa seluruh fitur dapat berjalan sesuai dengan alur dan kebutuhan fungsional system yang telah ditetapkan oleh mitra.



Gambar 17. Proses Pengujian Sistem Oleh Tim

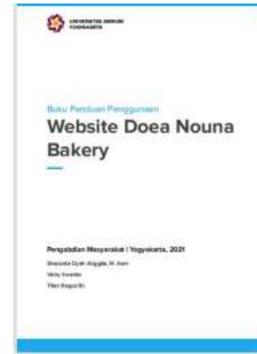
### 3.4. Edukasi dan Pendampingan Implementasi Website

Tahap akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditutup dengan melakukan edukasi dan pendampingan implementasi website Nouna Bakery pada Gambar 18.



Gambar 18. Edukasi dan Pendampingan Mitra

Beberapa point yang disampaikan dalam kegiatan ini berupa materi manajemen pengelolaan data menggunakan system informasi pada sebuah bisnis. Materi lainnya yang disampaikan meliputi cara mengakses website yang telah diserahkan. Langkah-langkah penggunaan website telah didokumentasikan dalam sebuah *manual book* pada Gambar 19. yang diserahkan ke mitra.



Gambar 19. Halaman Cover Manual Book

### Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih dicantumkan jika dianggap perlu, khususnya ditujukan kepada pihak yang telah memberikan pendanaan sehingga pengabdian kepada masyarakat dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih ditulis dengan huruf Times New Roman, font 11, spasi 1. Artikel secara keseluruhan ditulis menggunakan jarak spasi 1 (line spacing 1) dan 1 kolom. Jumlah halaman keseluruhan artikel ini maksimal 6 (enam) halaman termasuk daftar pustaka dan ucapan terima kasih.

### Daftar Pustaka

- [1] R. A. Bahtiar, "Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia [Potency, Government Role, and Challenges of E-Commerce Development in Indonesia]," *Ekon. Kebijak. Publik*, vol. 11, no. 1, pp. 13–25, 2020, [Online]. Available: <http://jurnal.dpr.go.id/index.php/ekp/article/view/1485>.
- [2] M. Strategi and P. Organisasi, "Jurnal EKSEKUTIF Volume 18 No. 1 Juni 2021," vol. 18, no. 1, pp. 51–63, 2021.
- [3] R. Hidayat, S. Marlina, and L. D. Utami, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Barang Handmade Berbasis Website Dengan Metode Waterfall," *Simnasiptek 2017*, p. A-178, 2017.
- [4] M. Viola, R. K. Ekawati, and T. Wijaya, "Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dan Persediaan Pada Pt Xyz," *J. Terap. Teknol. Inf.*, vol. 1, no. 2, pp. 155–164, 2017, doi: 10.21460/jutei.2017.12.41.