

Perancangan Sistem Informasi E-commerce dengan Fitur Manajemen Produk, Pemesanan, dan Pembayaran Online pada Perusahaan Retail

Putri Wahyuni¹⁾

¹⁾Teknologi Informasi

*) Wahyu.put62@gmail.com

Abstrak

Perkembangan e-commerce telah mengubah cara perusahaan retail menjalankan bisnis mereka. Untuk mengoptimalkan penjualan dan memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan retail perlu merancang dan mengimplementasikan Sistem Informasi E-commerce yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem informasi e-commerce dengan fitur manajemen produk, pemesanan, dan pembayaran online untuk perusahaan retail. Studi ini melibatkan analisis kebutuhan pelanggan dan proses bisnis perusahaan retail. Sistem e-commerce dirancang untuk memfasilitasi manajemen produk, termasuk informasi produk, stok, dan harga. Pelanggan dapat dengan mudah menjelajahi katalog produk, melihat deskripsi, dan melihat gambar produk. Selain itu, sistem ini juga memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara online, memilih produk, menambahkannya ke keranjang belanja, dan melanjutkan ke proses pembayaran. Fitur pembayaran online terintegrasi dalam sistem e-commerce ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi secara aman dan nyaman. Pelanggan dapat memilih metode pembayaran yang diinginkan, seperti kartu kredit atau transfer bank, dan mengisi informasi yang diperlukan untuk pembayaran. Setelah pembayaran berhasil, pelanggan akan menerima konfirmasi pesanan dan detail pengiriman. Dengan mengimplementasikan sistem informasi e-commerce, perusahaan retail dapat memperluas jangkauan bisnis mereka dan meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan. Pelanggan dapat melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja, tanpa harus mengunjungi toko fisik. Selain itu, manajemen produk yang terpusat memungkinkan perusahaan untuk mengelola stok dengan lebih efisien, memperbarui informasi harga dan ketersediaan produk secara real-time, dan meningkatkan responsivitas terhadap permintaan pelanggan. Penerapan Sistem Informasi E-commerce dengan fitur manajemen produk, pemesanan, dan pembayaran online memberikan keuntungan yang signifikan bagi perusahaan retail. Perusahaan dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan memperluas pangsa pasar mereka melalui platform e-commerce yang efisien dan terpercaya.

Kata Kunci: Sistem Informasi E-Commerce, Perusahaan Retail, Pembayaran Online.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas telah mengubah lanskap bisnis, termasuk dalam industri ritel. E-commerce, atau perdagangan elektronik, telah menjadi salah satu faktor utama dalam pertumbuhan dan transformasi industri retail (Hal et al., 2023; Halim & Saputra, 2021; Halima et al., 2022; Harahap et al., 2020). Perusahaan retail saat ini menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan tren ini dan memanfaatkan

potensi e-commerce untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan (Gunawan et al., 2019, 2023; Guntoro et al., 2022; Habib, 2016; Hafidz & Amalia, 2021). Sistem Informasi E-commerce yang efektif dan terintegrasi menjadi kunci sukses dalam mengelola operasi bisnis online. Dengan memiliki platform e-commerce yang baik, perusahaan retail dapat mengelola produk mereka, memfasilitasi pemesanan pelanggan, dan mengelola proses pembayaran secara online (Hardiyanti, Umi.; Melita, 2019; Haryana & Chairunnisa, 2022; Hasan et al., 2018; Haslindah et al., 2021; Heavenly & EWK, 2020; Hidayatullah et al., 2018). Sistem ini tidak hanya memberikan kenyamanan bagi pelanggan, tetapi juga membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan produktivitas, dan memperluas pangsa pasar (Hughes, 2000; Husin et al., 2019; Hussain et al., 2018; Ihzaturrahma & Kusumawati, 2021; Ilal et al., 2022).

Manajemen produk adalah salah satu aspek penting dalam sistem informasi e-commerce. Perusahaan retail perlu dapat memperbarui dan mengelola katalog produk mereka secara efisien, termasuk mengunggah gambar, menambahkan deskripsi, dan memperbarui informasi harga dan ketersediaan stok. Dengan manajemen produk yang terorganisir dan terpusat, perusahaan dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik kepada pelanggan dan mengoptimalkan penjualan. Selain itu, sistem informasi e-commerce harus mampu memfasilitasi proses pemesanan secara online. Pelanggan harus dapat dengan mudah memilih produk, menambahkannya ke keranjang belanja, dan melanjutkan ke proses pembayaran. Sistem ini harus dapat menghitung total harga belanja, mengelola inventaris produk yang dipesan, dan memberikan konfirmasi pesanan kepada pelanggan (Iilir, 2020; Indah & Nurmaily, 2022; Innosat et al., 2010; Iqbal et al., 2018).

Fitur pembayaran online juga menjadi aspek penting dalam perancangan sistem informasi e-commerce. Dalam lingkungan e-commerce, pelanggan harus dapat memilih metode pembayaran yang diinginkan dan melakukan transaksi secara aman. Sistem ini harus dapat mengelola informasi pembayaran, mengintegrasikan dengan penyedia layanan pembayaran, dan menyediakan konfirmasi pembayaran kepada pelanggan. Dengan merancang dan mengimplementasikan sistem informasi e-commerce yang memadai, perusahaan retail dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperluas jangkauan bisnis mereka. Pelanggan akan mendapatkan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan fleksibel, sementara perusahaan akan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengoptimalkan penjualan, dan memperluas basis pelanggan mereka (Irawan et al., 2019; *Comparison of Support Vector*

Machine and Naïve Bayes on Twitter Data Sentiment Analysis, 2021; Jatika, Alba, et al., 2023; Jatika, Ashari, et al., 2023).

Dalam konteks ini, perancangan Sistem Informasi E-commerce dengan fitur manajemen produk, pemesanan, dan pembayaran online menjadi krusial bagi perusahaan retail. Dengan mengadopsi teknologi ini, perusahaan retail dapat berinovasi dan bersaing dalam era digital yang terus berkembang (Jatika, Satria, et al., 2023; Jatmiko, 2020; Jayadi, 2022; Journal et al., 2021).

Penelitian tentang perancangan Sistem Informasi E-commerce dengan fitur manajemen produk, pemesanan, dan pembayaran online pada perusahaan retail memiliki beberapa pentingnya, antara lain: 1) Meningkatkan Efisiensi Operasional: Dengan adanya sistem informasi e-commerce yang terintegrasi, perusahaan retail dapat meningkatkan efisiensi dalam mengelola produk, pemesanan, dan pembayaran. Automatisasi proses tersebut mengurangi ketergantungan pada proses manual yang rentan terhadap kesalahan dan memakan waktu. Dengan demikian, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya yang lebih baik dan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan (Juliyanto & Parjito, 2021; M. Junaid et al., 2021; M. T. Junaid et al., 2023; Kane et al., 2016). 2) Memperluas Pangsa Pasar: Melalui Sistem Informasi E-commerce yang efektif, perusahaan retail dapat memperluas pangsa pasar mereka. Dengan memiliki platform e-commerce yang dapat diakses oleh pelanggan dari berbagai lokasi, perusahaan dapat mencapai pasar yang lebih luas daripada hanya mengandalkan toko fisik. Hal ini memberikan peluang untuk menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan penjualan secara signifikan (Kartika & Febriansyah, 2021; Kasih, 2022; Kasih et al., 2021; Kasih, Husna, et al., 2022; Kasih, Suprayogi, et al., 2022). 3) Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Sistem Informasi E-commerce yang baik memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan mudah bagi pelanggan. Pelanggan dapat dengan mudah menjelajahi katalog produk, memilih dan memesan produk yang diinginkan, serta melakukan pembayaran secara online. Ini menghemat waktu dan usaha pelanggan, menciptakan kepuasan yang lebih tinggi. Selain itu, integrasi dengan sistem manajemen produk memastikan informasi yang akurat dan terbaru tentang ketersediaan stok, harga, dan deskripsi produk (Kasmir, 2014; Katili, 2005; Kinerja et al., 2014; Kisworo, 2018). 4) Meningkatkan Transparansi dan Akurasi Data: Sistem Informasi E-commerce menyediakan basis data terpusat yang mengelola informasi produk, pemesanan, dan pembayaran. Dengan adanya sistem ini, perusahaan retail dapat

memperoleh visibilitas yang lebih baik terhadap transaksi pelanggan, inventaris produk, dan data penjualan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengambil keputusan yang lebih baik berdasarkan data yang akurat, mengoptimalkan stok produk, dan meningkatkan responsivitas terhadap permintaan pelanggan (Kuncoro & Kusumawati, 2021; Kurniawan, 2020; N. A. Kusumawati et al., 2018; N. Kusumawati & Fionalita, 2019; Kuswoyo et al., 2023). 5) Menghadapi Tantangan Bisnis Digital: Dalam era digital yang terus berkembang, perusahaan retail harus dapat beradaptasi dengan perubahan dalam perilaku belanja pelanggan dan tren pasar. Penelitian tentang perancangan Sistem Informasi E-commerce membantu perusahaan retail dalam menghadapi tantangan ini dengan mengadopsi teknologi yang relevan dan memanfaatkannya secara efektif (Larasati Ahluwalia, 2020; Lathifah et al., 2022; F. Lestari et al., 2018, 2021). Dengan demikian, perusahaan dapat tetap kompetitif dan relevan dalam industri retail yang semakin kompetitif.

Dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis, mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, dan menghadapi perubahan dalam industri retail, penelitian tentang perancangan Sistem Informasi E-commerce dengan fitur manajemen produk, pemesanan, dan pembayaran online menjadi sangat penting bagi perusahaan retail (M. Lestari & Wahyudin, 2020; Lina et al., 2021; Lina & Ahluwalia, 2021; Lina & Nani, 2020).

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Sistem Informasi E-commerce

Sistem Informasi E-commerce mengacu pada rangkaian perangkat lunak, aplikasi, dan infrastruktur teknologi informasi yang digunakan untuk mengelola transaksi bisnis online, penjualan produk, dan pelayanan pelanggan dalam konteks perdagangan elektronik (Nurpuspita et al., 2019; OKA WIJAYA, 2017; Olahraga et al., 2005; P et al., 2022; Pambudi, 2023). Sistem ini memungkinkan perusahaan untuk menjalankan operasi bisnis mereka secara digital melalui platform online (Lina & Permatasari, 2020; Lina & Suwarni, 2022; Los, n.d.; Madani, 2021). Sistem Informasi E-commerce mencakup berbagai komponen yang bekerja secara terintegrasi. Beberapa komponen kunci dalam sistem ini meliputi:

1. **Manajemen Produk:** Komponen ini bertanggung jawab untuk mengelola informasi produk, termasuk deskripsi, gambar, harga, stok, dan atribut lainnya. Ini memungkinkan perusahaan untuk memperbarui dan mengelola katalog produk secara efisien.
2. **Pemesanan dan Keranjang Belanja:** Komponen ini memfasilitasi proses pemesanan produk oleh pelanggan. Pelanggan dapat memilih produk, menambahkannya ke keranjang belanja, dan melanjutkan ke proses pembayaran.
3. **Pembayaran:** Komponen ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran online secara aman dan nyaman. Ini melibatkan integrasi dengan penyedia layanan pembayaran seperti kartu kredit, transfer bank, atau platform pembayaran digital.
4. **Manajemen Pelanggan:** Komponen ini melibatkan pengelolaan data pelanggan, termasuk informasi pribadi, riwayat transaksi, preferensi, dan informasi lain yang relevan. Hal ini membantu perusahaan untuk memahami dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.
5. **Pengelolaan Pesanan:** Komponen ini mengelola pesanan pelanggan mulai dari pemesanan hingga pengiriman. Ini meliputi proses verifikasi pesanan, pemrosesan, pemenuhan, dan pengiriman barang.
6. **Analitik dan Pelaporan:** Komponen ini menyediakan alat analitik dan pelaporan untuk menganalisis data penjualan, perilaku pelanggan, performa produk, dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Ini membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang didukung oleh data dan meningkatkan strategi bisnis mereka.

Penggunaan Sistem Informasi E-commerce membantu perusahaan untuk memperluas jangkauan bisnis mereka, meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan beradaptasi dengan perkembangan industri perdagangan elektronik (Maghfirah et al., 2022; Maharani et al., 2019; Mardi et al., 2020; Marsheilla Aguss, Ameraldo, et al., 2022).

Pengertian Manajemen Produk

Manajemen produk adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengelola siklus hidup produk dari konsepsi hingga penarikan dari pasar. Ini melibatkan perencanaan,

pengembangan, pemasaran, dan pengelolaan produk dalam rangka mencapai tujuan bisnis perusahaan (Nugraha et al., 2019; Nugroho et al., n.d.; NURDIN & Wijaya, 2019; Nurkholis, Damayanti, et al., 2021; Nurkholis, Susanto, et al., 2021; Nurmaily, 2018; Nurmala Sari et al., 2021). Pada dasarnya, manajemen produk melibatkan pengambilan keputusan strategis terkait pengembangan dan pengelolaan produk dalam konteks pasar yang kompetitif. Tujuannya adalah menciptakan dan mengelola portofolio produk yang sukses, memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, serta mendukung pertumbuhan dan keuntungan perusahaan (NASIONAL, 2007; Natiqa et al., 2022; Ngestirosa et al., 2020; Ningsih & Saniati, 2018; Nodemcu, 2021; Noviana & Oktaviani, 2022). Beberapa aspek utama dari manajemen produk meliputi:

1. **Penelitian Pasar:** Manajemen produk dimulai dengan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan, preferensi, dan tren pasar. Ini melibatkan penelitian pasar, analisis pesaing, dan pengumpulan data pelanggan untuk mengidentifikasi peluang dan menginformasikan pengembangan produk.
2. **Perencanaan Produk:** Manajemen produk melibatkan perencanaan strategis terkait pengembangan produk baru, penyempurnaan produk yang ada, atau penghapusan produk yang sudah ada. Ini termasuk penetapan tujuan produk, penetapan fitur dan spesifikasi, serta pengembangan rencana peluncuran produk.
3. **Pengembangan Produk:** Setelah perencanaan, langkah berikutnya adalah pengembangan produk yang melibatkan perancangan, prototyping, pengujian, dan iterasi produk. Tujuan utamanya adalah menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan, memiliki fitur dan kualitas yang diharapkan, serta membedakan dari pesaing.
4. **Pemasaran Produk:** Manajemen produk juga melibatkan kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan produk ke pasar. Ini mencakup penetapan harga, strategi branding, promosi, distribusi, dan komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan terhadap produk.
5. **Pengelolaan Hidup Produk:** Setelah diluncurkan, manajemen produk melibatkan pengelolaan siklus hidup produk. Ini termasuk pemantauan kinerja produk, pembaruan fitur, manajemen stok, pembaruan harga, serta penarikan atau penggantian produk yang sudah usang atau tidak menguntungkan.

Melalui manajemen produk yang efektif, perusahaan dapat mengoptimalkan portofolio produk mereka, meningkatkan penjualan, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan tetap kompetitif di pasar. Ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang pasar dan pelanggan, pengambilan keputusan yang berdasarkan data, serta kolaborasi antara berbagai departemen seperti pemasaran, penjualan, dan pengembangan produk (Muslimin & Aprianto, 2022; Mustantifa & Nurmaily, n.d.; Nababan & Nurmaily, 2021; Najib et al., 2021; Nani, 2020; Naragani et al., 2014).

Pengertian Pembayaran Online

Pembayaran online mengacu pada proses melakukan transaksi keuangan melalui internet untuk pembelian produk atau layanan. Ini melibatkan transfer dana elektronik dari pembeli ke penjual secara langsung atau melalui pihak ketiga yang memfasilitasi proses pembayaran. Pembayaran online memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian dengan mudah dan nyaman tanpa perlu menggunakan uang tunai atau cek fisik (Mertania & Amelia, 2020; Mubeen et al., 2021; Muhammad Arif Julyananda et al., 2022; Mulyanto & Setiawan, 2020, 2020; Munandar & Assuja, 2021). Ini melibatkan penggunaan metode pembayaran elektronik, seperti kartu kredit, kartu debit, transfer bank elektronik, dompet digital, atau platform pembayaran online. Berikut ini adalah beberapa elemen kunci dalam pembayaran online:

1. **Metode Pembayaran:** Pembayaran online melibatkan penggunaan metode pembayaran elektronik. Ini bisa mencakup kartu kredit, di mana pembeli memasukkan informasi kartu kredit mereka (nomor kartu, tanggal kedaluwarsa, dan kode keamanan) untuk memproses pembayaran. Metode lainnya termasuk kartu debit, transfer bank elektronik, dompet digital (misalnya, PayPal, Google Pay, Apple Pay), atau platform pembayaran online yang menerima pembayaran dari berbagai sumber.
2. **Keamanan:** Keamanan dalam pembayaran online sangat penting. Transaksi online harus dilindungi dengan enkripsi dan protokol keamanan yang memadai untuk melindungi informasi sensitif pembeli, seperti rincian kartu kredit. Penggunaan teknologi keamanan seperti Secure Sockets Layer (SSL) atau Transport Layer Security (TLS) membantu mencegah penyalahgunaan data dan transaksi yang tidak sah.

3. Gateway Pembayaran: Gateway pembayaran online adalah jembatan antara pembeli, penjual, dan lembaga keuangan yang memproses pembayaran. Gateway pembayaran memungkinkan transfer dana secara aman dan otomatis antara rekening pembeli dan penjual. Mereka menyediakan antarmuka yang memungkinkan informasi pembayaran ditransmisikan dan diproses dengan aman.

4. Konfirmasi Pembayaran: Setelah pembayaran online berhasil, baik pembeli maupun penjual menerima konfirmasi pembayaran. Pembeli mungkin menerima bukti pembayaran, seperti email konfirmasi atau tanda terima elektronik, sementara penjual menerima notifikasi pembayaran yang berhasil dan dapat memproses pesanan atau layanan yang terkait (Megawaty et al., 2021; Megawaty & Rahmanto, 2021; Meidyna Putri et al., 2019; Melanda et al., 2023).

Pembayaran online telah menjadi bagian integral dari perdagangan elektronik dan pengalaman berbelanja online. Ini memberikan keuntungan bagi pembeli dengan memberikan kenyamanan, kecepatan, dan aksesibilitas dalam melakukan pembelian (Marsheilla Aguss, Fahrizqi, et al., 2022; Maskar et al., 2021; Masyhur et al., 2023; Maulana et al., 2022; Mauliya et al., 2022). Sementara itu, bagi penjual, pembayaran online membuka peluang untuk menerima pembayaran dari berbagai lokasi dan meningkatkan efisiensi dalam memproses transaksi keuangan.

METODE

Tahapan penelitian dalam perancangan Sistem Informasi E-commerce dengan fitur manajemen produk, pemesanan, dan pembayaran online pada perusahaan retail dapat meliputi beberapa langkah berikut:

1. Analisis Kebutuhan: Tahap awal adalah menganalisis kebutuhan dan persyaratan bisnis perusahaan retail. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang model bisnis, proses operasional, kebutuhan pengelolaan produk, pemesanan, dan pembayaran online. Hal ini dapat dilakukan melalui wawancara dengan pemangku kepentingan, observasi, dan analisis dokumen terkait.

2. Studi Literatur: Melakukan studi literatur untuk memahami konsep dan praktik terkini dalam perancangan Sistem Informasi E-commerce. Ini termasuk mempelajari kerangka

kerja, metode, dan alat yang relevan untuk mengembangkan sistem informasi e-commerce yang efektif.

3. Perancangan Sistem: Tahap ini melibatkan perancangan arsitektur dan struktur sistem informasi e-commerce. Ini meliputi perancangan basis data, antarmuka pengguna, dan logika bisnis yang melibatkan manajemen produk, pemesanan, dan pembayaran online. Perancangan ini harus mempertimbangkan kebutuhan bisnis yang telah diidentifikasi.

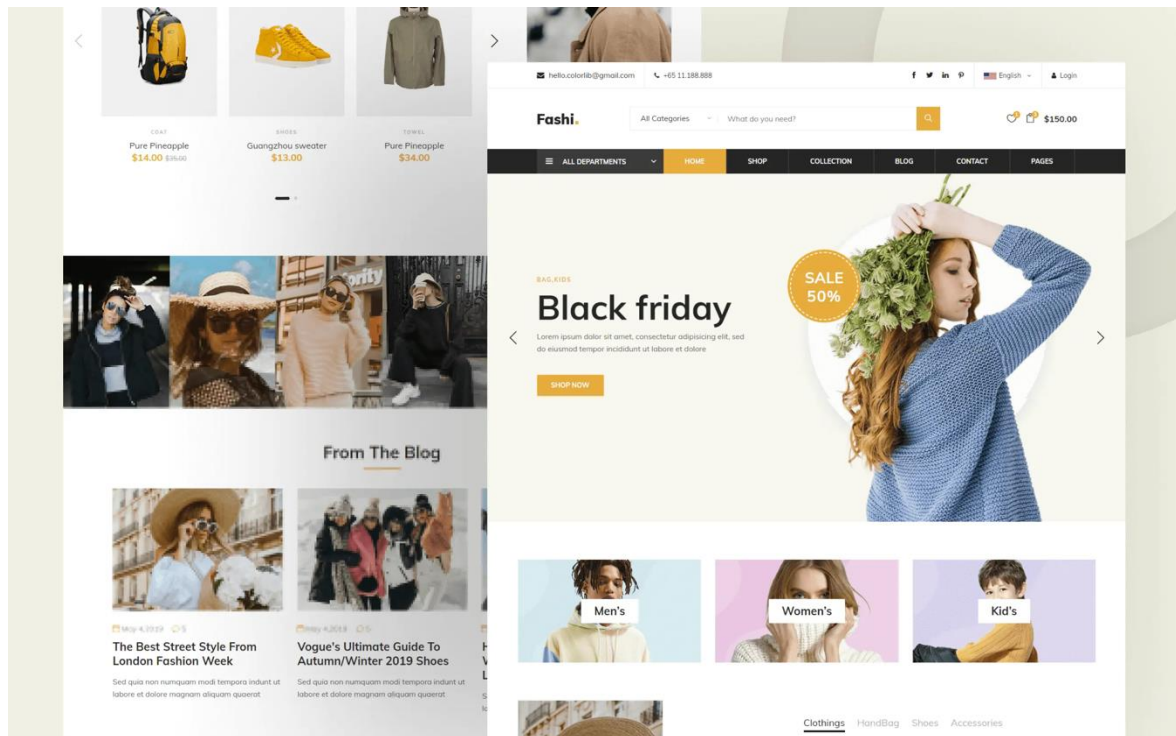
4. Pengembangan Prototipe: Setelah perancangan sistem, langkah selanjutnya adalah mengembangkan prototipe sistem informasi e-commerce. Prototipe ini mencakup fitur manajemen produk, pemesanan, dan pembayaran online yang telah direncanakan. Prototipe ini akan digunakan untuk pengujian dan evaluasi awal sebelum implementasi penuh.

5. Pengujian dan Evaluasi: Tahap ini melibatkan pengujian dan evaluasi prototipe sistem informasi e-commerce. Pengujian melibatkan verifikasi fungsionalitas, pengujian integrasi dengan sistem lain (jika ada), dan validasi kepatuhan terhadap persyaratan bisnis. Evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi kinerja sistem, pengalaman pengguna, dan kepuasan pengguna.

6. Implementasi: Setelah prototipe diuji dan dievaluasi, langkah berikutnya adalah mengimplementasikan sistem informasi e-commerce secara penuh. Ini melibatkan penerapan sistem di lingkungan produksi, migrasi data, pelatihan pengguna, dan pengaturan infrastruktur yang diperlukan.

7. Pemeliharaan dan Peningkatan: Setelah implementasi, sistem informasi e-commerce akan memerlukan pemeliharaan dan peningkatan terus-menerus. Ini melibatkan pemantauan kinerja sistem, pemecahan masalah, pembaruan perangkat lunak, dan penyesuaian sesuai dengan perubahan bisnis atau kebutuhan pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Hasil dari perancangan dan implementasi Sistem Informasi E-commerce pada perusahaan retail adalah adanya aplikasi mobile dan website yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan berbagai aktivitas seperti mencari produk, menambahkan produk ke dalam keranjang belanja, dan melakukan pembayaran secara online. Dengan adanya aplikasi mobile, pelanggan dapat mengakses dan berbelanja melalui perangkat seluler mereka dengan lebih fleksibel dan praktis.

Perusahaan retail dapat mengelola katalog produk melalui sistem ini, memperbarui informasi produk, mengatur stok, dan mengelompokkan produk dalam kategori yang mudah dicari oleh pelanggan. Selain itu, perusahaan dapat melacak pesanan yang diterima, memonitor status pembayaran, dan mengatur pengiriman produk kepada pelanggan.

Fitur notifikasi yang terintegrasi dalam sistem ini juga memberikan manfaat tambahan. Pelanggan dapat menerima pemberitahuan mengenai status pesanan mereka, pembaruan produk, dan penawaran khusus melalui aplikasi mobile atau email. Fitur pengiriman otomatis juga memudahkan pelanggan dalam melacak pengiriman produk yang mereka pesan, sehingga memberikan transparansi dan kepercayaan dalam proses pengiriman.

Dengan adanya sistem ini, perusahaan retail dapat meningkatkan pengalaman belanja pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional. Melalui

integrasi Manajemen Produk, Pemesanan, dan Pembayaran Online, sistem ini dapat meningkatkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam transaksi jual-beli online antara perusahaan dan pelanggan.

Berikut adalah tabel hasil perancangan sistem informasi pada E-Commerce :

No.	Hasil
1	Pelanggan dapat dengan mudah mencari produk yang diinginkan.
2	Pelanggan dapat menambahkan produk ke dalam keranjang belanja.
3	Pelanggan dapat melakukan pembayaran secara online.
4	Perusahaan dapat mengelola katalog produk.
5	Perusahaan dapat melacak pesanan yang diterima.
6	Perusahaan dapat memantau status pembayaran.
7	Fitur notifikasi memberikan pemberitahuan mengenai status pesanan.
8	Fitur notifikasi memberikan pembaruan produk dan penawaran khusus.
9	Fitur pengiriman otomatis memudahkan pelanggan dalam melacak pengiriman produk.

Tabel 1. hasil perancangan sistem informasi pada E-Commerce

SIMPULAN

Dalam kesimpulannya, perancangan Sistem Informasi E-commerce dengan fitur Manajemen Produk, Pemesanan, dan Pembayaran Online pada perusahaan retail dapat memberikan manfaat yang signifikan. Sistem ini memudahkan perusahaan dalam mengelola produk dan pesanan, sementara pelanggan dapat menikmati pengalaman belanja yang lebih nyaman dan efisien. Untuk meningkatkan keberhasilan implementasi, perusahaan retail disarankan untuk melakukan promosi dan pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran pelanggan tentang layanan e-commerce yang mereka tawarkan. Selain itu, perusahaan juga harus terus memperbarui dan meningkatkan fitur-fitur sistem e-commerce sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan.

REFERENSI

- Gunawan, R. D., Ariany, F., & Novriyadi. (2023). Implementasi Metode SAW Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Plano Kertas. *Journal of Artificial Intelligence and Technology Information (JAITI)*, 1(1), 29–38. <https://doi.org/10.58602/jaiti.v1i1.23>
- Gunawan, R. D., Napianto, R., Borman, R. I., & Hanifah, I. (2019). Implementation Of Dijkstra's Algorithm In Determining The Shortest Path (Case Study: Specialist Doctor Search In Bandar Lampung). *Int. J. Inf. Syst. Comput. Sci*, 98–106.

- Guntoro, S. N., Siswanti, H., Aldiansyah, S. D., Agustin, A., Prasetyo, A. N., & Amina, N. W. R. (2022). Pengembangan Materi dan Media Pembelajaran di SDN Bogokidul Kediri Dengan E-Learning Youtube dan Instagram. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 2(1), 44–50. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v2i1.289>
- Habib, M. J. (2016). ANALISIS BIONOMIK VEKTOR MALARIA *Anopheles* sp. DI DESA BANGSRING KECAMATAN WONGSOREJO KABUPATEN BANYUWANG. *Skripsi*, 1–65.
- Hafidz, D. A., & Amalia, F. S. (2021). Pengembangan Sistem Informasi Edukasi dan Pemasaran Hasil Pertanian di Tulang Bawang. *Jurnal Cyberarea.Id*, 1(2), 1–10. <http://www.pusdansi.org/index.php/cyberarea/article/view/40>
- Hal, M., Aldino, A. A., Ningtyas, K. R., Febryansyah, R., Septiana, I., Indonesia, U. T., Lampung, P. N., Indonesia, U. T., Maryati, I., Mislal, I., & Umkm, M. (2023). *Aksiologi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Peningkatan Pemasaran Produk UMKM Marning Mesuji melalui Teknologi Terbarukan Increasing Marketing of Marning Mesuji MSME Products through Renewable Technology terdiri dari beberapa rumah yaitu Kecamatan M. 7(2)*.
- Halim, A., & Saputra, A. (2021). *PEMBUATAN SAFETY DEVICE COOLING DOWN AUTOMATIC PADA UNIT HEAVY EQUIPMENT DOZER D3K CATERPILLAR BERBASIS MICROCONTROLLER*. 20(1).
- Halima, A., Huma, Z., Khan, B., Habib, S. H., & Junaid, M. (2022). Gastric damage due to deltamethrin at maximum level (MRL) and its auto-reversal in adult wistar rats. *Journal of Rehman Medical Institute*, 8(3), 1–9.
- Harahap, A., Sucipto, A., & Jupriyadi, J. (2020). Pemanfaatan Augmented Reality (Ar) Pada Media Pembelajaran Pengenalan Komponen Elektronika Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah Infrastruktur Teknologi Informasi*, 1(1), 20–25.
- Hardiyanti, Umi.; Melita, D. (2019). Sistem Penyimpanan Arsip Pada Kantor Imigrasi Kelas 1 Palembang. *Seminar Hasil Penelitian Vokasi (SEMHAVOK)*, 28.
- Haryana, N. R., & Chairunnisa, T. (2022). Proses Asuhan Gizi Terstandar pada Chronic Kidney Disease Stage V, Diabetes Melitus II, Anemia dan Pseudoaneurisma Nila. *Pontianak Nutriotion Jurnal*, 5, 129–134.
- Hasan, M. Z., Abdullah, A. H., Ahmed, A., Hamzah, N. H., Said, M. A. M., Yaacob, S., & Fadly, M. (2018). Analysis on Euler angles rotation of a rigid body in three-axis attitude based on RazakSAT data. *Journal of Telecommunication, Electronic and Computer Engineering*, 10(1–14), 73–76.
- Haslindah, A., Santoso, T., & Syarifuddin, R. (2021). ASSESMENT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LAYANAN SEWA KENDARAAN DI PT. ADI SARANA ARMADA Tbk MAKASSAR SAAT PANDEMI COVID-19. *ILTEK : Jurnal Teknologi*, 16(2), 108–115. <https://doi.org/10.47398/iltek.v16i2.657>
- Heaverly, A., & EWK, E. N. (2020). Jane Austen's View on the Industrial Revolution in *Pride and Prejudice*. *Linguistics and Literature Journal*, 1(1), 1–6.

<https://doi.org/10.33365/llj.v1i1.216>

- Hidayatullah, A., Sudarmadji, S., Ulum, F. B., Sulistiyowati, H., & Setiawan, R. (2018). Distribusi Lamun di Zona Intertidal Tanjung Bilik Taman Nasional Baluran Menggunakan Metode GIS (Geographic Information System). *Berkala Sainstek*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.19184/bst.v6i1.7557>
- Hughes, D. M. (2000). The "Natasha" trade: The transnational shadow market of trafficking in women. *Journal of International Affairs*. *Journal of International Affairs*, 52(3), 625–652.
- Husin, D., Wijaya, I., Dewi, N., & . H. (2019). Promosi Produk Menggunakan Media Sosial Online Pada Para Pedagang Kecil Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Vokasi*, 3(1), 44. <https://doi.org/10.30811/vokasi.v3i1.997>
- Hussain, S., Baloch, S., Parvin, A., Najmuddin, A., Musheer, F., Junaid, M., Memon, R. N., Bhanbhro, F., Ullah, H., & Moiz, B. (2018). Inherited Bleeding Disorders—Experience of a Not-for-Profit Organization in Pakistan. *Clinical and Applied Thrombosis/Hemostasis*, 24(8), 1241–1248. <https://doi.org/10.1177/1076029618781033>
- Ihzaturrahma, N., & Kusumawati, N. (2021). Influence of Integrated Marketing Communication To Brand Awareness and Brand Image Toward Purchase Intention of Local Fashion Product. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 4(15), 23–41. <https://doi.org/10.35631/ijemp.415002>
- Ilal, Z., Nani, D. A., & Putri, A. D. (2022). Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015 - 2021. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 15–27. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i1.2093>
- Iilir, I. &. (2020). *Pelatihan Pengelolaan Website Pemerintah Desa*. 1(2), 69–78.
- Indah, A. N., & Nurmaily, E. (2022). Agoraphobia Analysis Experienced By the Main Character in Maria Semple's Where'd You Go, Bernadette Novel. *Linguistics and Literature Journal*, 3(2), 131–139. http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/linguistics_and_literature/article/view/2149
- Innosat, P., Fadly, M., Prof, A., Sidek, O., Prof, A., & Said, A. (2010). *Development of Attitude Determination for Student*. 1–9.
- Iqbal, M., Gani, R. A., Ahdan, S., Bakri, M., & Wajiran, W. (2018). Analisis Kinerja Sistem Komputasi Grid Menggunakan Perangkat Lunak Globus Toolkit Dan MPICH-G2. *CIRCUIT: Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknik Elektro*, 2(2).
- Irawan, Y., Muzid, S., Susanti, N., & Setiawan, R. (2019). *System Testing using Black Box Testing Equivalence Partitioning (Case Study at Garbage Bank Management Information System on Karya Sentosa)*. 1–7. <https://doi.org/10.4108/eai.24-10-2018.2280526>

Comparison of Support Vector Machine and Naïve Bayes on Twitter Data Sentiment

- Analysis, (2021).
- Jatika, P. L., Alba, M., & Priandika, A. T. (2023). *Media Game Edukasi Berbasis Android Untuk Pembelajaran Benda Hidup dan Tidak Hidup*. 4, 29–40.
- Jatika, P. L., Ashari, N., & Darwis, D. (2023). *Game Edukasi Pengenalan Dampak Buruk Merokok Bagi Kesehatan Berbasis Android*. 4, 22–28.
- Jatika, P. L., Satria, R., Ahmad, I., & Gunawan, R. D. (2023). *Rancang Bangun E-Marketplace Berbasis Mobile Untuk Meningkatkan Pelayanan Penjualan*. 4, 89–95.
- Jatmiko. (2020). Strategi Distribusi Produk Teh Botol Sosro Oleh Pt. Sinar Sosro Cabang Kendari. *Jurnal Komastie Vol 1, No.1 April 2020, Pp. 15 - 27*, 1(1), 15–27. <https://media.neliti.com/media/publications/344669-strategi-distribusi-produk-teh-botol-sos-378d5e5e.pdf>
- Jayadi, A. (2022). *Rancang Bangun Protokol dan Algoritma Untuk Pengiriman Citra Jarak Jauh Pada Saluran Nirkabel Non Reliabel*. 2(8), 1–9.
- Journal, L., Ranti, D. V., & Nurmaily, E. (2021). *RACIAL PROFILING ON POLICE STOP AND SEARCH PRACTICE AS PORTRAYED IN THE GEORGE TILLMAN ' S MOVIE THE HATE U*. 2(2), 93–97.
- Juliyanto, F., & Parjito, P. (2021). REKAYASA APLIKASI MANAJEMEN E-FILLING DOKUMEN SURAT PADA PT ALP (ATOSIM LAMPUNG PELAYARAN). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 43–49.
- Junaid, M., Salahudin, S., & Anggraini, R. (2021). Pengaruh Model Pembelajaran Problem Based Learning Terhadap Pemahaman Konsep Ipa Siswa Di Smpn 17 Tebo. *Physics and Science Education Journal (PSEJ)*, 1(April), 16. <https://doi.org/10.30631/psej.v1i1.709>
- Junaid, M. T., Malik, A. D., Apriadi, D., & Ab, N. (2023). *Membangun Desa Melalui Kuliah Kerja Nyata “ Penyuluhan Pentingnya Pendidikan .”* 2(1), 93–96.
- Kane, S. N., Mishra, A., & Dutta, A. K. (2016). Preface: International Conference on Recent Trends in Physics (ICRTP 2016). *Journal of Physics: Conference Series*, 755(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/755/1/011001>
- Kartika, I. T., & Febriansyah, H. (2021). *Leading and Navigating Chaotic Situation : How Leadership Through Resiliency Play a Role in the Process of Responding to Emerging New Situation Induced by Novel Coronavirus Outbreak*. August, 11–13.
- Kasih, E. N. E. W. (2022). *Alternatif Pengelolaan Pembelajaran Dalam Jaringan : Google Sites*. 3(4), 776–783.
- Kasih, E. N. E. W., Amelia, D., & Fitratullah, M. (2021). Unraveling Students' Attitude of Using Blog for Online Learning in Literature Class. *Proceedings of URICET 2021 - Universitas Riau International Conference on Education Technology 2021*, August, 419–424. <https://doi.org/10.1109/URICET53378.2021.9865946>

- Kasih, E. N. E. W., Husna, M., Mulia, M. R., & Fithratullah, M. (2022). Delineating Masculinity Belief in Guy de Maupassants' Three Short Stories. *Journal of Feminism and Gender Studies*, 2(2), 139. <https://doi.org/10.19184/jfgs.v2i2.31956>
- Kasih, E. N. E. W., Suprayogi, S., Puspita, D., Oktavia, R. N., & Ardian, D. (2022). Speak up confidently: Pelatihan English Public Speaking bagi siswa-siswi English Club SMAN 1 Kotagajah. *Madaniya*, 3(2), 313–321. <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/189>
- Kasmir. (2014). Pengaruh DAR terhadap harga saham. *Eprints.Unm.Ac.Id*, 2(1), 156. http://eprints.unm.ac.id/11357/1/Artikel_EVHA_SULASTRI_1392142013.pdf
- Katili, P. B. (2005). *Analisis Pengukuran Produktivitas Menggunakan Metode Objective Matrix (OMAX) Di PT YPMI*.
- Kinerja, A., Jalan, R., Km, K. M., & Merogan, K. I. (2014). *Analisis kinerja ruas jalan km 4 – km 6 ki merogan palembang*. 679–688.
- Kisworo, K. (2018). Fmadm: Yager Model in Fuzzy Decision Making. *Jurnal Tekno Kompak*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.33365/jtk.v12i1.43>
- Kuncoro, H. A. D. P., & Kusumawati, N. (2021). a Study of Customer Preference, Customer Perceived Value, Sales Promotion, and Social Media Marketing Towards Purchase Decision of Sleeping Product in Generation Z. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 265–276. <https://doi.org/10.35631/aijbes.39018>
- Kurniawan, A. H. (2020). Konsep Altmetrics dalam Mengukur Faktor Dampak Artikel Melalui Academic Social Media dan Non-academic Social Media. *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 11(1), 43–49.
- Kusumawati, N. A., Putra, I. D., Wijaya, I. G. N. K., & Indrawan, I. G. B. (2018). Integrated remote sensing and geological observation in identifying landslide triggering factors: A case study of landslide hazard of Hargotirto subdistrict, Kulon Progo, D.I. Yogyakarta. *AIP Conference Proceedings*, 1987(November). <https://doi.org/10.1063/1.5047349>
- Kusumawati, N., & Fionalita, N. (2019). An Exploratory Study Of Cosmetics Purchase Intention Attributes : A Local Cosmetics Brand In Jakarta And Bandung. *The 4th ICMEM 2019 and The 11th IICIES 2019, August*, 7–9.
- Kuswoyo, H., Gulo, I., Putri, A. D., Fajar, Y., Inggris, S., Indonesia, U. T., & Indonesia, U. T. (2023). *PENINGKATAN KETERAMPILAN TEST TOEIC BAGI SISWA / SISWI BERBASIS TEKNOLOGI DI SMKN 1 LABUHAN MARINGGAI , LAMPUNG TIMUR Pendahuluan*. 1(2), 44–50.
- Larasati Ahluwalia, K. P. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Pemberdayaan Pada Kinerja Dan Keseimbangan Pekerjaan-Rumah Di Masa Pandemi Ncovid-19. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, VII(2), 119–128.
- Lathifah, L., Suaidah, S., Fadly, M., & Gunawan, R. D. (2022). Pelatihan Multimedia

- Editing Video Pembuatan Konten Di Smk N 1 Natar Bandar Lampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(2), 160. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2026>
- Lestari, F., Setiawan, R., & Pratiwi, D. (2018). Perhitungan Dimensi Seawall Menggunakan Lazarus. *Teknik Sipil Untan*, 12(DESEMBER), 175–176. file:///C:/Users/Nur Ali Rahmatullah/Downloads/1435-4550-1-PB.pdf
- Lestari, F., Susanto, T., & Kastamto, K. (2021). Pemanenan Air Hujan Sebagai Penyediaan Air Bersih Pada Era New Normal Di Kelurahan Susunan Baru. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(2), 427. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i2.4447>
- Lestari, M., & Wahyudin, A. Y. (2020). Language learning strategies of undergraduate EFL students. *Journal of English Language Teaching and Learning*, 1(1), 25–30.
- Lina, L. F., & Ahluwalia, L. (2021). Customers' impulse buying in social commerce: The role of flow experience in personalized advertising. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 21(1), 1–8. <https://doi.org/10.28932/jmm.v21i1.3837>
- Lina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada KesukLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi FLina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kes. *Performance*, 27(1), 60–69.
- Lina, L. F., Nani, D. A., & Novita, D. (2021). *Millennial Motivation in Maximizing P2P Lending in SMEs Financing*. September, 188–193.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Kredibilitas Selebriti Mikro pada Niat Beli Produk di Media Sosial. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 1(2), 135–146. <https://doi.org/10.24042/revenue.v1i2.6296>
- Lina, L. F., & Suwarni, E. (2022). Social Commerce Adoption to Enhance SMEs Performance: Technology, Organization and Environment (TOE) Perspectives. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(3), 689–696. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.689>
- Los, U. M. D. E. C. D. E. (n.d.). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.
- Madani, T. L. (2021). Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual Dalam Akun Instagram @bramastavrl. *Skripsi*.
- Maghfirah, A., Saputra, I., Ilahi, I. K., & Kartika, S. A. (2022). *Rancang Bangun Website Coin Laundry Alhamdulillah Prototype Website Coin Laundry Alhamdulillah*. 5(November).
- Maharani, C., Puspasari, A., Biokimia, B., Kedokteran, F., & Kesehatan, I. (2019). Peran Variasi Gen FTO pada Obesitas. *Jambi Medical Journal "Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan & Quot*, 7(2), 161–166.
- Mardi, Y., Saputra, A., Murni, S., & Dharmawan, W. S. (2020). Aplikasi Pengelolaan

- Pendapatan dan Pengeluaran Kas Pada Rafa Laundry Berbasis Web. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*, 1(2), 41–49. <https://doi.org/10.31294/justian.v1i2.290>
- Marsheilla Aguss, R., Ameraldo, F., Reynaldi, R., & Rahmawati, A. (2022). Pelatihan Peningkatan Kapasitas Manajemen Olahraga SMAN 1 RAJABASA LAMPUNG SELATAN. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(2), 306. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2182>
- Marsheilla Aguss, R., Fahrizqi, E. B., Ameraldo, F., Nugroho, R. A., & Mahfud, I. (2022). Perilaku Sportivitas Dan Fairplay Olahraga. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 3(2), 204. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i2.2033>
- Maskar, S., Puspaningtyas, N. D., Fatimah, C., & Mauliya, I. (2021). Catatan Daring Matematika: Pelatihan Pemanfaatan Google Site Sebagai Media Pembelajaran Daring. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 487–493. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i2.1979>
- Masyhur, M. A., Fithratullah, M., & Kasih, E. N. E. W. (2023). A Psychoanalysis on Internal Conflict of Bruce Wayne as Seen in Matt Reeves' The Batman (2022) Movie. *Teknosastik*, 21(1), 8. <https://doi.org/10.33365/ts.v21i1.2285>
- Maulana, B., Kasih, E. N. E. W., & Suprayogi, S. (2022). Genetic Structuralism Analysis On The Color Out Of Space By H.P. Lovecraft. *IDEAS: Journal on English Language Teaching and Learning, Linguistics and Literature*, 10(1), 648–656. <https://doi.org/10.24256/ideas.v10i1.2788>
- Mauliya, I., Bella, C., & Matematika, P. (2022). *Penyelesaian masalah matematika siswa dalam pokok bahasan segitiga berdasarkan aliran intuisiisme*. 2(1), 1–8.
- Megawaty, D. A., Damayanti, D., Assubhi, Z. S., & Assuja, M. A. (2021). Aplikasi Permainan Sebagai Media Pembelajaran Peta Dan Budaya Sumatera Untuk Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Komputasi*, 9(1), 58–66. <https://doi.org/10.23960/komputasi.v9i1.2779>
- Megawaty, D. A., & Rahmanto, Y. (2021). *Implementation of The Framework for The Application of System Thinking for School Financial Information Systems*. 1, 1–10.
- Meidyna Putri, T. A., Wimbaningrum, R., & Setiawan, R. (2019). Keanekaragaman Jenis Capung Anggota Ordo Odonata Di Area Persawahan Kecamatan Summersari Kabupaten Jember. *Bioma : Jurnal Ilmiah Biologi*, 8(1), 324–336. <https://doi.org/10.26877/bioma.v8i1.4697>
- Melanda, D., Surahman, A., & Yulianti, T. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran IPA Kelas IV Berbasis Web (Studi Kasus : SDN 02 Sumberejo). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(1), 28–33.
- Mertania, Y., & Amelia, D. (2020). Black Skin White Mask: Hybrid Identity of the Main Character as Depicted in Tagore's The Home and The World. *Linguistics and Literature Journal*, 1(1), 7–12. <https://doi.org/10.33365/llj.v1i1.233>
- Mubeen, M., Iqbal, M. W., Junaid, M., Sajjad, M. H., Naqvi, M. R., Khan, B. A., Saeed, M.

- M., & Tahir, M. U. (2021). Usability evaluation of pandemic health care mobile applications. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 704(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/704/1/012041>
- Muhammad Arif Julyananda, Yulianti, T., & Pasha, D. (2022). Rancang Bangun Media Pembelajaran Matematika Menggunakan Metode Demonstrasi Untuk Kelas 1 Sekolah Dasar. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak (JATIKA)*, 3(3), 89–95. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika/article/view/2416/707>
- Mulyanto, A., & Setiawan, W. (2020). Penerapan Metode Web Engineering Menggunakan Laravel 5 Dalam Pengembangan Penjualan Toko Online Hijapedia Berbasis Website Di Cikarang Bekasi. *Jurnal Informatika SIMANTIK*, 5(2), 18–23. www.jurnal.stmikcikarang.ac.id
- Munandar, V. H., & Assuja, M. A. (2021). *Denoising citra tulisan tangan aksara lampung menggunakan convolutional autoencoder 1*. 9(2), 96–105.
- Muslimin, M., & Aprianto, W. (2022). LKPD Examination and Audit Mechanism (Considering The Opinion Of The WWTP Conducted To Assess Regional Accountability And Financial Transparency By The BPK). *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), 102–106. <https://doi.org/10.29210/020221981>
- Mustantifa, G. D., & Nurmaily, E. (n.d.). *MAYA ANGELOU ' S IDEAS ON AFRICAN - AMERICAN WOMEN ' S SELF-ESTEEM REFLECTED IN SELECTED POEMS*. 3(1), 61–68.
- Nababan, R. M., & Nurmaily, E. (2021). *THE HYPERMASCULINITY AS SEEN IN THE MAIN CHARACTER IN RAMBO : LAST BLOOD MOVIE*. 2(1), 25–32.
- Najib, M., Satria, D., Mahfud, I., & Surahman, A. (2021). *PESAWARAN*. 2(2), 108–112.
- Nani, D. A. (2020). Efektivitas Penerapan Sistem Insentif Bagi Manajer Dan Karyawan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 6(1), 44–54.
- Naragani, K., Munaganti, R. K., Sirigiri, C. K., & Muvva, V. (2014). *Research Article Antimicrobial Potential of*. 25(21), 125–129.
- NASIONAL, M. P. (2007). No TitleЫВМЫВМЫВ. *Ятыатат, вы12у*(235), 245. [http://digilib.unila.ac.id/4949/15/BAB II.pdf](http://digilib.unila.ac.id/4949/15/BAB%20II.pdf)
- Natiqa, D., Kusumawati, N., & Aprilianty, F. (2022). *The Effect of Instagram on Customer Relationship, Customer Equity, and Purchase Intention Towards Luxury Fashion Brands*. <https://doi.org/10.4108/eai.27-7-2021.2316834>
- Ngestirosa, E., Woro, E., & Strid, J. E. (2020). *Reconstructing the Border : Social Integration in Reyna Grande ' s The Distance Between Us*. December.
- Ningsih, S., & Saniati, S. (2018). Eksperimen Pengenalan Ucapan Aksara Lampung Dengan CMU Sphinx 4. *Jurnal Teknoinfo*, 12(1), 33–37.
- Nodemcu, T. D. A. N. (2021). *Desain Iot Untuk Smart Kumbung Dengan Thinkspeak Dan*

Nodemcu. February. <https://doi.org/10.31961/positif.v6i2.949>

- Noviana, N., & Oktaviani, L. (2022). *THE CORRELATION BETWEEN COLLEGE STUDENT PERSONALITY TYPES AND ENGLISH PROFICIENCY ABILITY AT UNIVERSITAS TEKNOKRAT*. 3(1), 54–60.
- Nugraha, F., Setiawan, R., Darmanto, E., Widodo, A., & Rahayu, Y. (2019). *Implementation of Legalized Document Order System For Graduates Muria Kudus University By Utilizing REST API (Application Programming Interface)*. 143–148. <https://doi.org/10.4108/eai.24-10-2018.2280635>
- Nugroho, R. A., Gunawan, R. D., & Prasetyawan, P. (n.d.). *Sistem Keamanan Kap Mobil Menggunakan Fingerprint Berbasis Mikrokontroler*. 2(1), 1–9.
- NURDIN, Y., & Wijaya, I. (2019). PENGARUH KOMPETENSI AKUNTANSI APARAT PENGELOLA DANA DESA DAN KOMITMEN ORGANISASI PEMERINTAH DESA TERHADAP AKUNTABILITAS PENGELOLAAN DANA DESA (Studi Pada Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai). *Accounting, Accountability, and Organization System (AAOS) Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.47354/aaos.v1i1.106>
- Nurkholis, A., Damayanti, D., Samsugi, S., Fitratullah, M., Permatasari, B., Widodo, T., & Meilisa, L. (2021). Pelatihan Customer Service Untuk Tenaga Kependidikan Smkn 2 Kalianda. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 167–172.
- Nurkholis, A., Susanto, E. R., & Wijaya, S. (2021). Penerapan Metode Drill Untuk Mengetahui Tingkat Keterampilan Servis Panjang Bulutangkis Pada Anggota Club Pb Macan Tunggal. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 5(1), 124–134.
- Nurmaily, E. (2018). Puisi Melalui Media Sosial. *Bahasa Dan Seni, Tahun 46*, 29–43.
- Nurmala Sari, S., Aminatun, D., Sari, S. N., Aminatun, D., Nurmala Sari, S., & Aminatun, D. (2021). Students' Perception on the Use of English Movies to Improve Vocabulary Mastery. *Journal of English Language Teaching and Learning*, 2(1), 16–22. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/english-language-teaching/index>
- Nurpuspita, R., Sarfiah, S. N., & Ratnasari, E. D. (2019). Analisis pengelolaan dana desa sebagai realisasi salah satu tujuan program Nawacita “Membangun Indonesia dari pinggiran” di Kecamatan Bener Kabupaten Purworejo tahun 2016. *Directory Journal of Economic Volume*, 1(2), 136–150.
- OKA WIJAYA, I. K. G. (2017). Putusan Majelis Kehormatan Disiplin Kedokteran Indonesia Sebagai Alat Bukti Dalam Hukum Acara Pidana. *Yuridika*, 32(1), 37. <https://doi.org/10.20473/ydk.v32i1.4829>
- Olahraga, P., Sastra, F., Teknokrat, U., Lampung, B., Jasmani, P., Bangsa, U. B., & Serang, K. (2005). Evaluasi Kompetensi Guru Pendidikan Jasmani Di Kota. *Sport Science and Education Journal*, 4(14), 1–13.
- P, M. P. K., Assuja, M. A., & Pramita, G. (2022). *Pelatihan Pemrograman Web Menggunakan Framework Laravel di SMKN 1 Bandarlampung*. 1(2), 87–94.

Pambudi, A. (2023). Penerapan Crisp-Dm Menggunakan Mlr K-Fold Pada Data Saham Pt. Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Tlkm) (Studi Kasus: Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2022). *Jurnal Data Mining Dan Sistem Informasi*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.33365/jdmsi.v4i1.2462>