

IMPLEMENTASI E-COMMERCE PADA PENJUALAN SUVENIR MUSEUM LAMPUNG

Panji Krisna
Informatika
panjikrisna@gmail.com

Abstrak

Museum Lampung “Ruwa Jurai” adalah satu-satunya museum sejarah yang berdiri di Kota Bandar Lampung, yang beralamat di jalan Z.A Pagar Alam, GedongAir. Saat ini mayoritas pengunjung museum adalah pelajar sekolah dasar dan sekolah menengah pertama yang berkunjung untuk *study tour*. pengunjung dapat melihat koleksi museum mengenai benda peninggalan dan benda khas Provinsi Lampung. Selain itu Museum menyediakan suvenir yang dapat dibeli oleh pengunjung yang datang. Kurangnya promosi dan informasi yang didapat konsumen tentang produk suvenir yang di jual Museum Lampung lokasi toko yang berada didalam museum menyebabkan kurang minatnya pengunjung untuk membeli Suvenir yang tersedia. Melakukan perancangan sistem yang akan dikembangkan menggunakan metode *Prototype*. *Prototype* bukanlah sesuatu yang lengkap, tetapi sesuatu yang harus di evaluasi dan di modifikasi kembali. Serta alat perancangan sistem menggunakan UML yaitu *Use Case*, *Activity Diagram*, *Class Diagram* dan *Sequence Diagram*

Kata Kunci: *E-Commerce*, *Prototype*, *UML*.

PENDAHULUAN

Saat ini teknologi memegang peranan penting bagi kehidupan manusia hal itu ditandai dengan banyaknya Usaha Jual Beli yg menggunakan E-Commerce sebagai media Promosi dan Penjualannya. Kelebihan penggunaan E-Commerce pada Usaha Jual Beli adalah Konsumen tidak perlu datang langsung Ke Toko untuk memilih barang yang ingin dibeli dan transaksi bisa dilakukan selama 24 jam serta pembeli dapat melakukan pembayaran dengan menggunakan elektronik payment(Sensuse et al., 2020)(Febrian & Ahluwalia, 2020)(Dheara et al., 2022)(Windane & Lathifah, 2021)(Jamra et al., 2020)(Oktaviani, Aldino, Lestari, et al., 2022)(Nani & Lina, 2022).

Museum Lampung “Ruwa Jurai” adalah satu-satunya museum sejarah yang berdiri di Kota Bandar Lampung, yang beralamat di jalan Z.A Pagar Alam, GedongAir. Saat ini mayoritas pengunjung museum adalah pelajar sekolah dasar dan sekolah menengah pertama yang berkunjung untuk *study tour*. Disana pengunjung dapat melihat koleksi museum mengenai benda peninggalan dan benda khas Provinsi Lampung. Selain itu Museum menyediakan suvenir yang dapat dibeli oleh pengunjung yang datang(Ahmad et al., 2022)(A. D. Wahyudi et al., 2021)(Gotama et al., 2021)(Sujatna et al., 2020)(Nuraini, 2022)(R. W. Putri et al., 2022)(Borman;Imam Ahmad; Yuri Rahmanto; Devin Pratama;

Rohmat Indra, 2021)(Alifah et al., 2021). Kurangnya promosi dan informasi yang didapat konsumen tentang produk souvenir yang di jual Museum Lampung lokasi toko yang berada didalam museum menyebabkan kurang minatnya pengunjung untuk membeli Souvenir yang tersedia. Selain itu sepiunya pengunjung di hari biasa juga mempengaruhi penjualan produk souvenir di Museum Lampung, serta proses penjualan yang masih bersifat konvensional dimana penjual menunggu pengunjung yang datang ke Museum Lampung untuk membeli Souvenir yang ada(Lusa et al., 2020)(Rahmanto, 2021)(Priyopradono et al., 2018)(Penggunaan, 2021)(Damuri et al., 2021)(Ariyanti et al., 2020)(Ghufroni, 2018)(Ahdan & Susanto, 2021)(Prasetyo & Nani, 2021).

Pada penelitian ini akan dikembangkan aplikasi penjualan online (e-commerce) yang menampilkan produk-produk souvenir yang dijual di Museum Lampung “Ruwa Jurai” secara digital dengan pemanfaatan teknologi E-Commerce. Aplikasi penjualan online ini dapat digunakan sebagai media promosi dan informasi tentang Souvenir apa saja yang di jual di Museum Lampung(F. Fauzi et al., 2020)(Sangha, 2022)(Hartanto et al., 2022)(Setiawansyah et al., 2021)(Permana & Puspaningrum, 2021)(Saputra & Fahrizal, n.d.). Aplikasi ini digunakan untuk mempermudah masyarakat mengetahui informasi dan melihat tentang souvenir yg dijual secara menarik dan mempermudah masyarakat untuk membeli souvenir Museum Lampung tanpa harus datang langsung ke Museum Lampung selain itu Bisnis model secara online dapat melengkapi kebutuhan yang disediakan secara offline(C. Wahyudi & Utami, 2021)(E. Putri, 2022)(Ameraldo & Ghazali, 2021)(Azwari, A, 2021)(Puspitasari & Budiman, 2021)(Fithratullah, 2019)(Oktaviani, Aldino, & Margojadi, 2022).

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian E-Commerce

E- commerce sebagai pembelian dan penjualan barang dan layanan dengan menggunakan internet. Perdagangan elektronik atau e- commerce: Electronic commerce, terdiri dari penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, world wide web (www), atau jaringan komputer lainnya(Soraya & Wahyudi, 2021)(Nani & Ali, 2020)(Lina & Nani, 2020)(Alfiah & Damayanti, 2020). E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, sistem pengumpulan data otomatis(Maharani, 2020)(Bagus Gede Sarasvananda & Komang Arya Ganda Wiguna, 2021)(Suwarni & Handayani, 2021)(Teknologi, Jtsi, Rahmadhani, et al., 2021)(Fakhrurozi

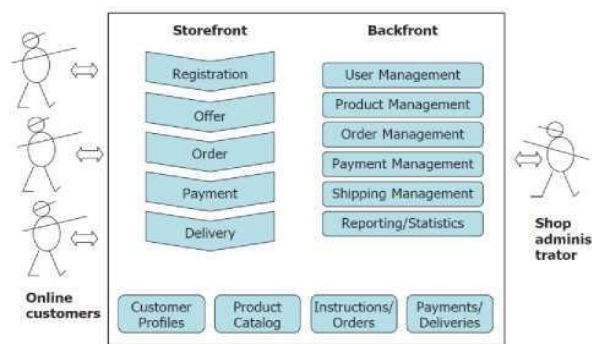
et al., 2021)(Sari et al., 2021)(Teknologi, Jtsi, Wahyuni, et al., 2021)(Hendrastuty et al., 2021).

E-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik(Pangungrejo & Pringsewu, 2022)(Alita et al., 2021)(Febria Lina & Setiyanto, 2021)(Lina et al., 2021)(Alita et al., 2020)(Wibowo Putro et al., 2022)(Fernando et al., 2021)(Febrian & Fadly, 2021).

Berdasarkan pengertian mengenai definisi e-commerce tersebut, maka e-commerce adalah aplikasi berbasis web untuk melakukan proses penyampaian informasi dan penjualan melalui internet(F. Fauzi et al., 2021)(Lina & Ahluwalia, 2021)(Firdaus et al., 2022)(Febrian et al., 2021)(Sedyastuti et al., 2021)(Jupriyadi et al., 2021)(Ambarwari et al., 2020).

Modul E-commerce

Toko Eletronik/'e-commerce (atau biasa di sebut webshop atau online shop) adalah sistem yang berbasis web yang dapat menawarkan barang dan jasa, memproses, menerima pesanan, dan mengatur pengiriman dan model pembayaran(Wibowo & Priandika, 2021)(Novita et al., 2020)(Qomariah & Sucipto, 2021)(Saipulloh Fauzi1, 2020)(S. Fauzi et al., 2020)(Kurniawan et al., 2018). Gambar berikut akan menjelas kan beberapa garis besar bagaimana e-commerce bekerja



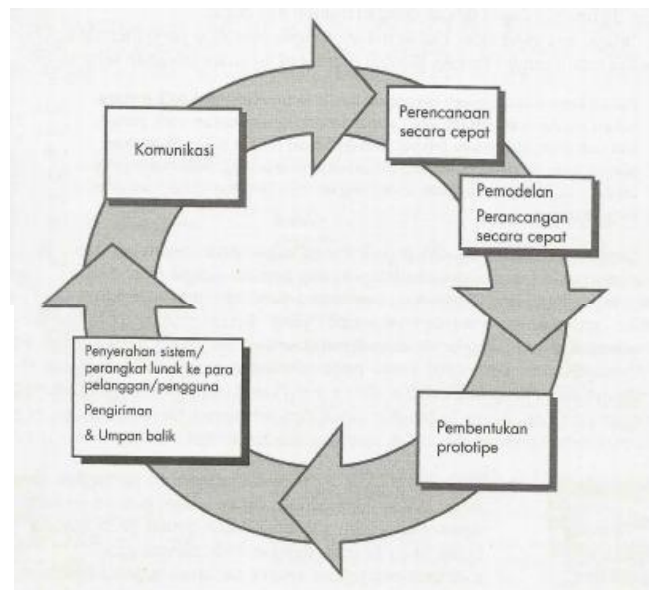
Gambar 1. Modul E-Commerce

- *Registration of online customers.* Pengunjung bisa melakukan pembelian dan menikmati jasa yang ditawarkan setelah melakukan registrasi, sehingga akan terbuat profil account.
- *Customer profiles and customer administration.* Data pelanggan akan disimpan di database yang sebelumnya sudah diisi oleh pelanggan ketika melakukan pendaftaran.

- *Product catalog with catalog listing.* Semua layana produk disimpan katalog, semua yang berhubungan dengan harga termasuk diskon dan penjualan khusus ke palnggan khusus bisa di atur.
- *Offering and ordering.* Penawaran dan pembelian bisa dilakukan melalui website yang nantinya akan diproses.
- *Modes of payment.* Jika pelanggan puas dengan harga dan syarat ketentuan pengiriman bisa dilakukan pembayaran dengan berbagai macam metode
- *Shipment Option.* Pilihan yang diberikan kepada pelanggan untuk menggunakan jasa pengirimiman

METODE

melakukan perancangan sistem yang akan dikembangkan dapat menggunakan metode prototype. Prototype bukanlah sesuatu yang lengkap, tetapi sesuatu yang harus di evaluasi dan di modifikasi kembali. Berikut model prototype pada Gambar 3.3 dibawah ini:



Gambar 2. Model *Prototype*

Penjelasan proses pada metodologi prototyping adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Kebutuhan

Pada tahap pertama pengumpulan data kebutuhan, pengembang dan pelanggan bertemu dan mendefinisikan keseluruhan dari perangkat lunak,serta melakukan identifikasi segala kebutuhan yang diketahui.

2. Perancangan Prototype

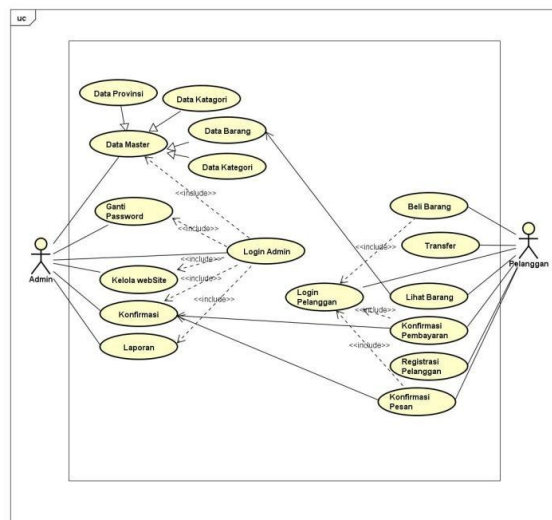
Pada tahap kedua, pengembang melakukan perancangan yang berfokus pada penyajian dari aspek-aspek perangkat lunak tersebut yang akan nampak bagi pelanggan atau pemakai.

3. Evaluasi Prototipe

Pada tahap ketiga, pelanggan atau pemakai mengevaluasi dan dipakai untuk menyaring kebutuhan pengembangan perangkat lunak. Pada tahap ini dimungkinkan perangkat lunak untuk diatur ulang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan pada saat yang sama memungkinkan pengembang untuk secara lebih baik memahami apa yang harus dilakukannya.

Use Case Diagram

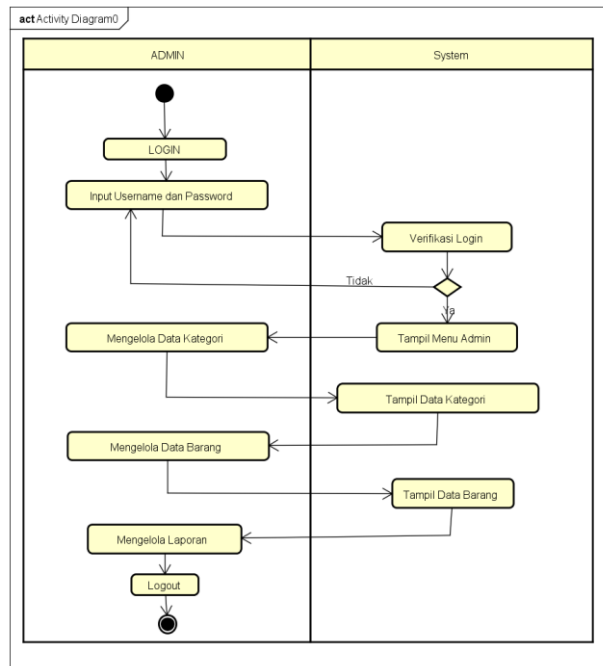
Untuk mendapatkan gambaran mengenai sistem yang digunakan proses dan data model dari sistem dimodelkan dengan diagram Use Case. Diagram Use Case ini dapat mendeskripsikan tipikal antara user dengan sistem dan interaksi antara sistem itu sendiri.



Gambar 3. Usecase Diagram

Activity Diagram

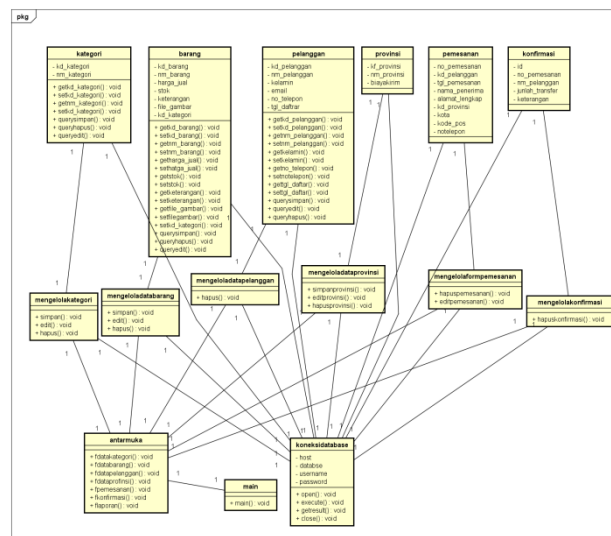
Activity Diagram adalah diagram yang menggambarkan aliran kerja atau aktivitas dari sebuah sistem. Yang perlu diperhatikan adalah bahwa diagram aktivitas menggambarkan aktivitas sistem bukan apa yang dilakukan aktor, jadi aktivitas yang dapat dilakukan oleh sistem.



Gambar 4. Activity Diagram

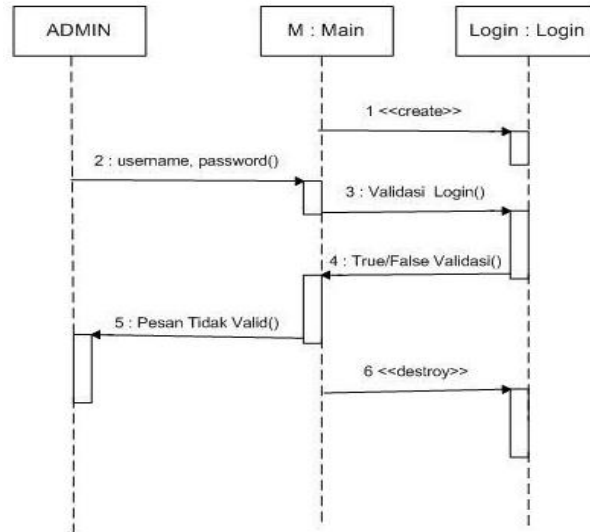
Class Diagram

Class diagram menggambarkan struktur sistem dari segi pendefinisian kelas-kelas yang memiliki atribut dan metode atau operasi yang akan dibuat.



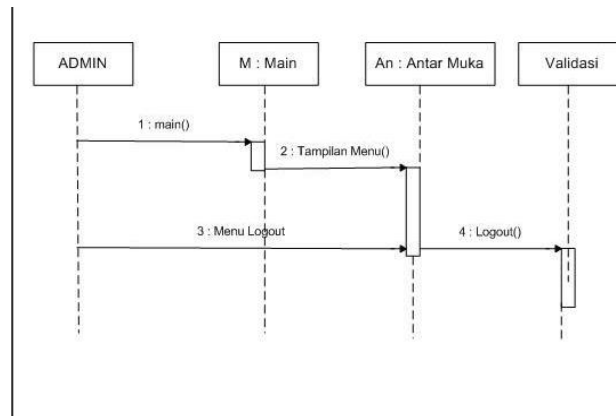
Gambar 5. Class Diagram

Sequence Diagram Login



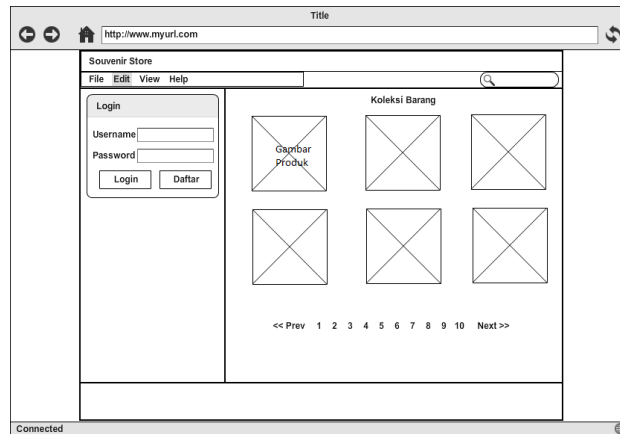
Gambar 6. Sequence Diagram Login

Sequence Diagram Logout



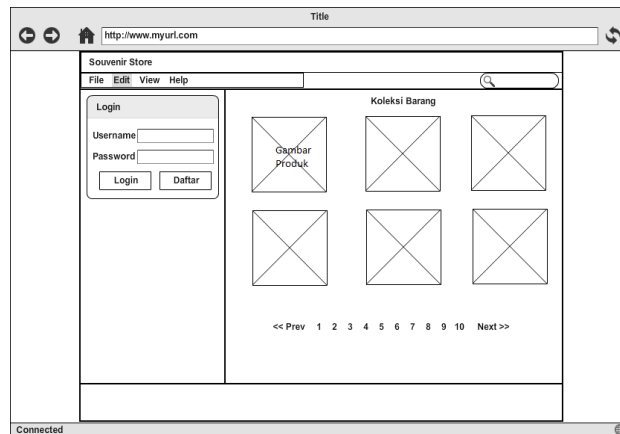
Gambar 7. Sequence Diagram Logout

Wireframe Penjualan Suvenir



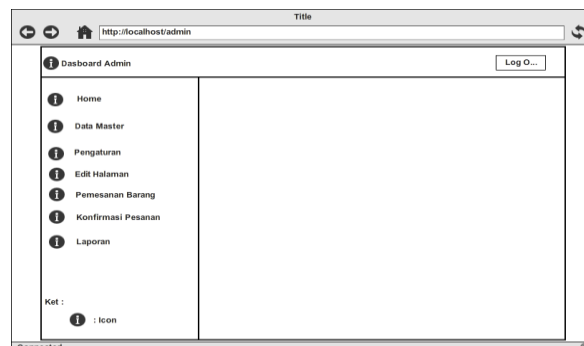
Gambar 8. Wireframe Penjualan Suvenir

Wireframe Menu Produk



Gambar 9. Wireframe PSB

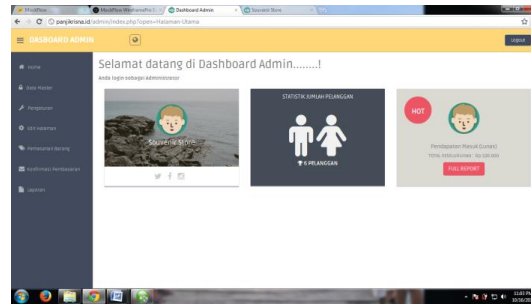
Wireframe Dashboard admin



Gambar 10. Wireframe Dashboard admin

HASIL DAN PEMBAHASAN

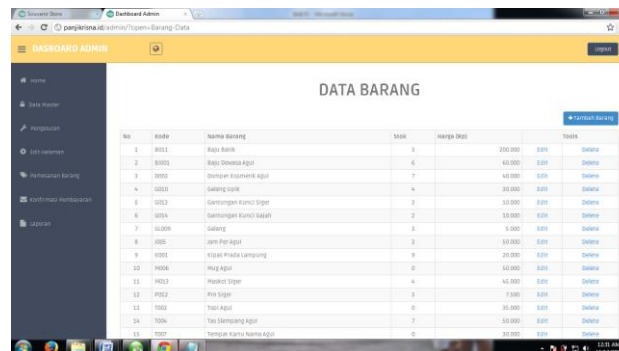
Tampilan Menu Utama admin



Gambar 11. Tampilan Menu admin

Disini admin dapat menginputkan data barang data kategori dan melihat laporan penjualan.

Tampilan Data Barang



Gambar 12. Tampilan Data Barang

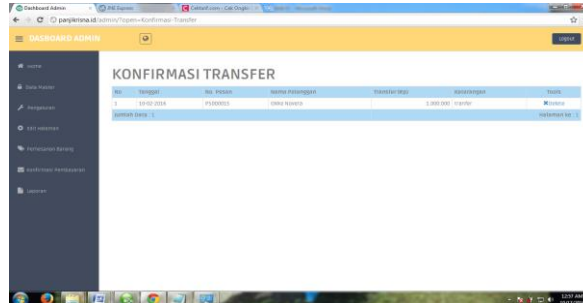
Di menu ini di tampilkan data barang dan admin dapat menginputkan data barang serta menngubah atau menghapus.

Tampilan Data Pemesan



Gambar 13. Tampilan Data Pemesan

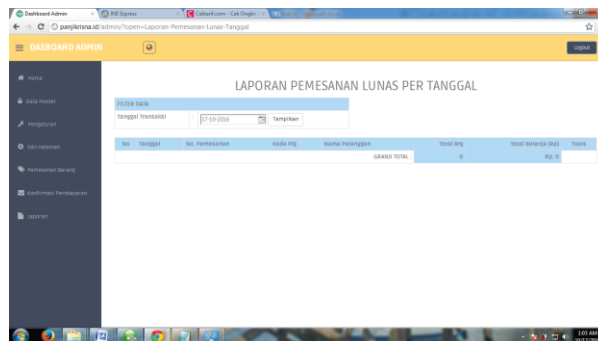
Tampilan Konfirmasi Transfer



Gambar 14. Tampilan Konfirmasi Transfer

Disinilah admin dapat melihat user yang telah membayar dan telah mengisi form konfirmasi pembayaran

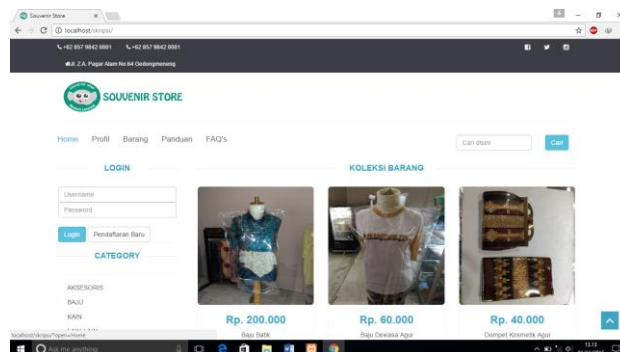
Tampilan Pemesanan Lunas



Gambar 15. Tampilan Pemesanan Lunas

Disini admin dapat melihat laporan transaksi yang telah di lakukan.

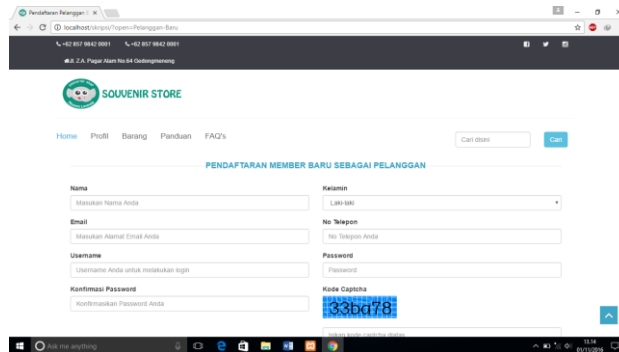
Tampilan Awal Website



Gambar 16. Tampilan Awal Website

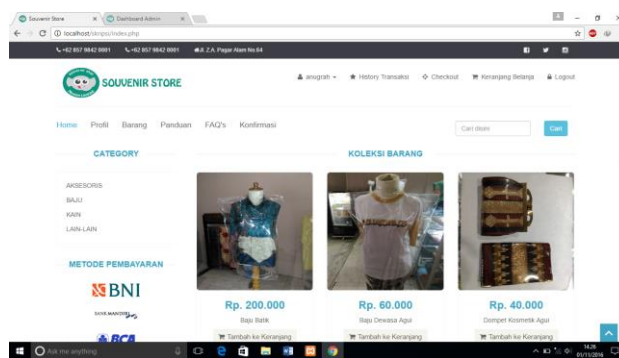
Tampilan awal saat pelanggan atau user mengakses website.

Tampilan Menu Registrasi



Gambar 17. Tampilan Menu Registrasi

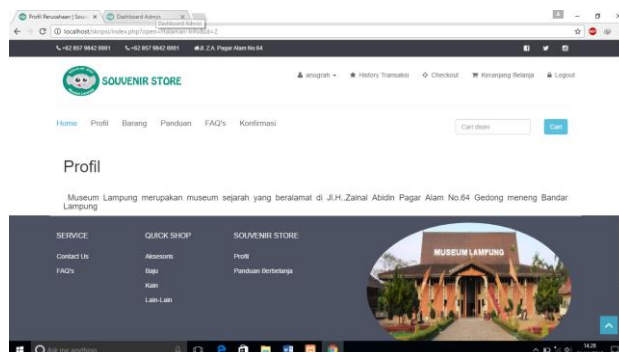
Tampilan Dashboard User



Gambar 18. Tampilan Dashboard user

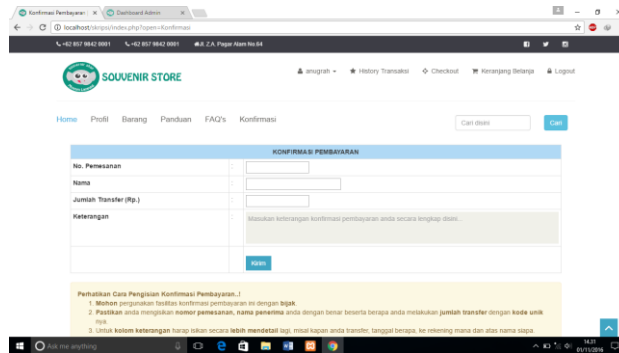
Disini user atau pelanggan dapat membeli barang setelah login.

Tampilan Menu Profil



Gambar 19. Tampilan Menu Profil

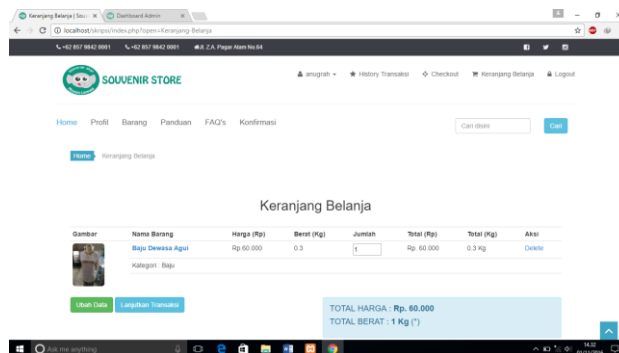
Tampilan Konfirmasi Pembayaran



Gambar 20. Tampilan Konfirmasi Pembayaran

Halaman ini digunakan user untuk menkonfirmasi pembayaran jika telah melakukan pembayaran melalui bank atau atm.

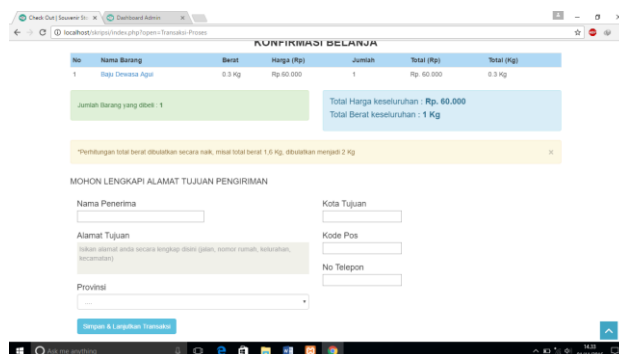
Tampilan Keranjang Belanja



Gambar 21. Tampilan Keranjang Belanja

Disini user dapat melihat barang apa saja yang telah di beli dan dapat membatalkan jika user ingin membatalkannya.

Tampilan Konfirmasi Pembelian



Gambar 22. Tampilan Konfirmasi

Disini user dapat mengkonfirmasi belanja serta memasukan alamat tujuan pengiriman barang belanja.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis maka dapat disimpulkan bahwa penelitian yang berjudul Implementasi E-Commerce pada penjualan souvenir museum lampung, dapat diambil kesimpulan yaitu pembuatan website E-Commerce penjualan Souvenir telah berhasil di terapkan menggunakan bahasa pemrograman php dan berdasarkan hasil pengujian Blackbox, aplikasi ini bebas dari kesalahan fungsional sehingga sangat layak untuk dikembangkan kedepannya

REFERENSI

- Ahdan, S., & Susanto, E. R. (2021). IMPLEMENTASI DASHBOARD SMART ENERGY UNTUK PENGONTROLAN RUMAH PINTAR PADA PERANGKAT BERGERAK BERBASIS INTERNET OF THINGS. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 26–31.
- Ahmad, I., Febrian, A., & Prastowo, A. T. (2022). PENERAPAN DAN PENDAMPINGAN SISTEM TRACER STUDY SECARA ONLINE PADA MA MA ' ARIF 1 PUNGGUR. 3(1), 277–282.
- Alfiah, A., & Damayanti, D. (2020). Aplikasi E-Marketplace Penjualan Hasil Panen Ikan Lele (Studi Kasus: Kabupaten Pringsewu Kecamatan Pagelaran). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 111–117.
<http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi>
- Alifah, R., Megawaty, D. A., & ... (2021). Pemanfaatan Augmented Reality Untuk Koleksi Kain Tapis (Study Kasus: Uptd Museum Negeri Provinsi Lampung). *Jurnal Teknologi Dan ...*, 2(2), 1–7.
<http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/831>
- Alita, D., Fernando, Y., & Sulistiani, H. (2020). Implementasi Algoritma Multiclass SVM pada Opini Publik Berbahasa Indonesia di Twitter. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(2), 86–91.
- Alita, D., Sari, I., Isnain, A. R., & Styawati, S. (2021). Penerapan Naïve Bayes Classifier Untuk Pendukung Keputusan Penerima Beasiswa. *Jurnal Data Mining Dan Sistem Informasi*, 2(1), 17–23.
- Ambarwari, A., Adria, Q. J., Herdiyeni, Y., & Hermadi, I. (2020). Plant species identification based on leaf venation features using SVM. *Telkomnika*, 18(2), 726–732.
- Ameraldo, F., & Ghazali, N. A. M. (2021). Factors Influencing the Extent and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Shari'ah Compliant Companies. *International Journal of Business and Society*, 22(2), 960–984.

- Ariyanti, L., Satria, M. N. D., Alita, D., Najib, M., Satria, D., & Alita, D. (2020). Sistem Informasi Akademik Dan Administrasi Dengan Metode Extreme Programming Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI)*, 1(1), 90–96. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi>
- Azwari, A., lia febria lina. (2021). Pengaruh Price Discount dan Kualitas Produk pada Impulse Buying di Situs Belanja Online Shopee Indonesia. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(2), 37–41. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/1098>
- Bagus Gede Sarasvananda, I., & Komang Arya Ganda Wiguna, I. (2021). Pendekatan Metode Extreme Programming untuk Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Surat Menyurat pada LPIK STIKI. 6(2), 258–267. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/informatika258>
- Borman;Imam Ahmad; Yuri Rahmanto; Devin Pratama; Rohmat Indra. (2021). Development of augmented reality application for introducing tangible cultural heritages at the lampung museum using the multimedia development life cycle. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 13(2), 187–194.
- Damuri, A., Riyanto, U., Rusdianto, H., & Aminudin, M. (2021). Implementasi Data Mining dengan Algoritma Naïve Bayes Untuk Klasifikasi Kelayakan Penerima Bantuan Sembako. *Jurnal Riset Komputer*, 8(6), 219–225. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v8i6.3655>
- Dheara, K., Saniati, & Neneng. (2022). *APLIKASI E-COMMERCE UNTUK PEMESANAN SPAREPART MOTOR*. 3(1), 83–89.
- Fakhrurozi, J., Pasha, D., Jupriyadi, J., & Anggrenia, I. (2021). Pemertahanan Sastra Lisan Lampung Berbasis Digital Di Kabupaten Pesawaran. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(1), 27. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i1.1068>
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPING COUNTRY: THE EFFECTS OF FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY ON SMES' GROWTH. *Journal of Governance and Regulation*, 9(4), 106–115. <https://doi.org/10.22495/JGRV9I4ART9>
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2021). Mapping potential sectors based on financial and digital literacy of women entrepreneurs: A study of the developing economy. *Journal of Governance and Regulation*, 10(2 Special Issue), 318–327. <https://doi.org/10.22495/JGRV10I2SIART12>
- Fauzi, S., Lina, L. F., Saipulloh Fauzi1, L. F. L., Fauzi, S., & Lia Febria, L. (2020). PERAN FOTO PRODUK, ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING PADA MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1), 37–47. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB/article/view/5917>
- Febria Lina, L., & Setiyanto, A. (2021). Privacy Concerns in Personalized Advertising Effectiveness on Social Media. *SIJDEB*, 5(2), 147–156. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i2.147-156>

- 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). Brand Trust As Celebrity Endorser Marketing Moderator'S Role. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(1), 207–216. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.19>
- Febrian, A., Lina, L. F., Safitri, V. A. D., & Mulyanto, A. (2021). Pemasaran digital dengan memanfaatkan landing page pada perusahaan start-up. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 313. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10103>
- 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.
- Firdaus, M. B., Budiman, E., Pati, F. E., Tejawati, A., Lathifah, L., & Anam, M. K. (2022). Penerapan Metode Marker Based Tracking Augmented Reality Pesut Mahakam. *Jurnal Teknoinfo*, 16(1), 20. <https://doi.org/10.33365/jti.v16i1.1270>
- Fithratullah, M. (2019). Globalization and Culture Hybridity; The Commodification on Korean Music and its Successful World Expansion. *Digital Press Social Sciences and Humanities*, 2(2018), 00013. <https://doi.org/10.29037/digitalpress.42264>
- Ghufroni. (2018). Kritik Sosial dalam Kumcer Yang Bertahan dan Binasa Perlahan dan Rancangan Pembelajarannya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., April, 10–27.
- Gotama, J. D., Fernando, Y., & Pasha, D. (2021). Pengenalan Gedung Universitas Teknokrat Indonesia Berbasis Augmented Reality. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 28–38.
- Hartanto, Y., Firmansyah, M. A., & Adhrianti, L. (2022). Implementation Digital Marketing Pesona 88 Curup in to Build Image for the Decision of Visit Tourist Attraction. *Proceedings of the 4th Social and Humanities Research Symposium (SoRes 2021)*, 658(SoRes 2021), 589–594. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220407.121>
- Hendrastuty, N., Ihza, Y., Ring Road Utara, J., & Lor, J. (2021). Rancang Bangun Aplikasi Monitoring Santri Berbasis Android. *Jdmsi*, 2(2), 21–34.
- 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.
- Jupriyadi, J., Hijriyanto, B., & Ulum, F. (2021). Komparasi Mod Evasive dan DDoS Deflate Untuk Mitigasi Serangan Slow Post. *Techno. Com*, 20(1), 59–68.
- Kurniawan, D. E., Janah, N. Z., Wibowo, A., Mufida, M. K., & Prasetyawan, P. (2018). C2C marketplace model in fishery product trading application using SMS gateway.

MATEC Web of Conferences, 197, 2–7.
<https://doi.org/10.1051/mateconf/201819715001>

- 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.
- Lusa, S., Rahmanto, Y., & Priyopradono, B. (2020). The Development Of Web 3d Application For Virtual Museum Of Lampung Culture. *Psychology and Education Journal*, 57(9), 188–193.
- Maharani, Y. D. (2020). *Pengaruh Green Brand Image, Eco – Label, Dan Green Perceived Quality Terhadap Green Purchase Intention Melalui Green Trust*.
- Nani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local GovernmeNani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local Governments. *Jurnal Dinamika Akuntansi. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 33–50. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i1.15671>
- Nani, D. A., & Lina, L. F. (2022). *Determinants of Continuance Intention to Use Mobile Commerce during the Emergence of COVID-19 In Indonesia : DeLone and McLean Perspective*. 5(3), 261–272.
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., & Trianti, D. (2020). *Behavioral Intention Toward Online Food delivery (The Study Of Consumer Behavior During Pandemic Covid-19)*. 17(1), 52–59.
- Nuraini, R. (2022). *Pendukung Keputusan Pemilihan Vendor IT Menggunakan Metode Perbandingan Eksponensial (MPE) Sistem*. 2.
- Oktaviani, L., Aldino, A. A., Lestari, Y. T., Suaidah, Aldino, A. A., & Lestari, Y. T. (2022). Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Marning. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT DAN INOVASI*, 2(1), 337–369.
- Oktaviani, L., Aldino, A. A., & Margojadi, D. I. D. (2022). *Abdi kami*. 5(1).
- Panggungrejo, P., & Pringsewu, K. (2022). *MERK PRODUK DAN PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DI*. 3(1), 38–42.
- Penggunaan, D. A. N. S. (2021). *ANALISIS PERILAKU PENGGUNA APLIKASI SITS ANALYSIS OF USER BEHAVIOR OF SITS APPLICATIONS USING*. November, 321–329.

- Permana, J. R., & Puspaningrum, A. S. (2021). *IMPLEMENTASI METODOLOGI WEB DEVELOPMENT LIFE CYCLE UNTUK MEMBANGUN SISTEM PERPUSTAKAAN BERBASIS WEB (STUDI KASUS : MAN 1 LAMPUNG TENGAH)*. 2(4), 435–446.
- Prasetyo, S. D., & Nani, D. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Perkebunan Sub Sektor Sawit Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 -2019). *Accounting Global Journal*, 5(2), 123–151. <https://doi.org/10.24176/agj.v5i2.6230>
- Priyopradono, B., Damayanti, E., Rahmanto, Y., & Teknik, F. (2018). *Digital Asset Management: Digitalisasi dan Visualisasi Koleksi Museum Sebagai Upaya Pelestarian Warisan Budaya Bengkulu*. 78–82.
- Puspitasari, M., & Budiman, A. (2021). Perancangan Sistem Informasi Manajemen Perpustakaan Menggunakan Metode Fast (Framework for the Application System Thinking) (Studi Kasus: Sman 1 Negeri Katon). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 69–77. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Putri, E. (2022). An impact of the use Instagram application towards students vocabulary. *Pustakailmu.Id*, 2(2), 1–10.
- Putri, R. W., Putri, Y. M., Muhammad, M., & Tristyanto, T. (2022). The Legal Protection Towards Traditional Clothes: Intellectual Property Regimes in ASEAN. *Substantive Justice International Journal of Law*, 5(1), 49. <https://doi.org/10.56087/substantivejustice.v5i1.165>
- Qomariah, L., & Sucipto, A. (2021). Sistem Infomasi Surat Perintah Tugas Menggunakan Pendekatan Web Engineering. *JTISI-Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 86–95.
- Rahmanto, Y. (2021). Digitalisasi Artefak pada Museum Lampung Menggunakan Teknik Fotogrametri Jarak Dekat untuk Pemodelan Artefak 3D. *Jurnal CoreIT: Jurnal Hasil Penelitian Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 7(1), 13–19.
- Saipulloh Fauzil, L. F. L. (2020). PERAN FOTO PRODUK, ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING PADA MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1), 37–47. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB/article/view/5917>
- Sangha, Z. K. (2022). *PENERAPAN SISTEM INFORMASI PROFIL BERBASIS WEB DI DESA BANDARSARI*. 3(1), 29–37.
- Saputra, A. K., & Fahrizal, M. (n.d.). RANCANG BANGUN BERBASIS WEB CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) BERBASIS WEB STUDI KASUS PT BUDI BERLIAN MOTOR HAJIMENA BANDAR LAMPUNG. In *Portaldata.org* (Vol. 17, Issue 1).
- Sari, M. P., Setiawansyah, S., Budiman, A., Puspitasari, M., & Budiman, A. (2021). Perancangan Sistem Informasi Manajemen Perpustakaan Menggunakan Metode Fast (Framework for the Application System Thinking) (Studi Kasus : Sman 1 Negeri Katon). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 69–77. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>

- Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021). Human Resources Competency at Micro, Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*, 542(Ancosh 2020), 248–251. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210413.057>
- 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.
- Setiawansyah, S., Sulistiani, H., Sulistiyawati, A., & Hajizah, A. (2021). Perancangan Sistem Pengelolaan Keuangan Komite Menggunakan Web Engineering (Studi Kasus : SMK Negeri 1 Gedong Tataan). *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, 10(2), 163–171. <https://doi.org/10.34010/komputika.v10i2.4329>
- Soraya, A., & Wahyudi, A. D. (2021). Rancang bangun aplikasi penjualan dimsun berbasis web. *Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(4), 43–48.
- Sujatna, E. T. S., Darmayanti, N., Ariyani, F., & Cooke-Plagwitz, J. (2020). Clause and predicative constituents in an Austronesian language: Lampung language. *Topics in Linguistics*, 21(2).
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Strengthen Indonesia's Economic Post COVID-19. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. <https://doi.org/10.5296/bms.v12i2.18794>
- Teknologi, J., Jtsi, I., Rahmadhani, T., Isnaini, F., Informasi, S., Teknik, F., & Indonesia, U. T. (2021). *Sistem Informasi Akuntansi Pendapatan Perusahaan (Studi Kasus : Pt Mutiara Ferindo Internusa)*. 2(4), 16–21.
- Teknologi, J., Jtsi, I., Wahyuni, D. S., Megawaty, D. A., Informasi, S., Teknik, F., Universitas, K., Indonesia, T., Teknik, F., Universitas, K., & Indonesia, T. (2021). *Web Untuk Pemilihan Perumahan Siap Huni Menggunakan Metode Ahp (Studi Kasus : Pt Aliquet and Bes)*. 2(4), 22–28.
- Wahyudi, A. D., Surahman, A., & ... (2021). Penerapan Media Promosi Produk E-Marketplace Menggunakan Pendekatan AIDA Model dan 3D Objek. *Jurnal Informatika* ..., 6(1), 35–40. <http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/informatika/article/view/2304>
- Wahyudi, C., & Utami, A. R. (2021). *EXPLORING TEACHERS ' STRATEGY TO INCREASE THE MOTIVATION OF THE STUDENTS DURING ONLINE*. 9(3), 1–9.
- Wibowo, D. O., & Priandika, A. T. (2021). SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN GEDUNG PERNIKAHAN PADA WILAYAH BANDAR LAMPUNG MENGGUNAKAN METODE TOPSIS. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 73–84.
- Wibowo Putro, P. A., Purwaningsih, E. K., Sensuse, D. I., Suryono, R. R., & Kautsarina.

(2022). Model and implementation of rice supply chain management: A literature review. *Procedia Computer Science*, 197(2021), 453–460. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.161>

Windane, W. W., & Lathifah, L. (2021). E-Commerce Toko Fisago.Co Berbasis Android. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(3), 285–303. <https://doi.org/10.33365/jatika.v2i3.1139>