

SISTEM INFORMASI PENJUALAN DAN STOK PEDAGANG PARFUM

Joseph Dedy Irawan¹, Thomas Priyasmanu², Sentot Achmadi³

^{1,3} Teknik Informatika, Institut Teknologi Nasional Malang

² Teknik Industri, Institut Teknologi Nasional Malang

Joseph@lecturer.itn.ac.id

ABSTRAK

Dewasa ini, internet merupakan salah satu media yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi, karena murah harganya, mudah dilakukan dan banyak orang yang membutuhkan sesuatu, mereka akan mencari barang yang mereka inginkan menggunakan internet. Sehingga untuk meningkatkan jumlah pelanggan media ini bisa dijadikan pilihan utama dalam melakukan promosi. Selain membutuhkan promosi, mitra juga membutuhkan sistem informasi penjualan dan stok, karena selama ini proses tersebut dilakukan dengan mencatat secara manual, dan kadang-kadang tidak dicatat sama sekali, hanya diingat-ingat saja. Sistem informasi ini diharapkan akan membantu mitra lebih mudah mengetahui keuntungan yang diperoleh serta stok dari parfum yang dimilikinya, sehingga jika ada jenis-jenis tertentu yang habis, dapat segera mengambil jenis yang habis tersebut ke supplier.

Kata Kunci: Web Promosi, Sistem informasi Penjualan, Sistem informasi Stok

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini kita dapat terhubung ke Internet dimanapun kita berada, karena internet sudah menjadi kebutuhan hampir semua orang di dunia, dimana internet ini sudah mempengaruhi kehidupan manusia dengan cara yang tidak dapat dibayangkan, akan tetapi perkembangan internet masih jauh dari selesai. Dimana sekarang kita memasuki era konektivitas yang lebih luas dimana sudah banyak peralatan elektronik yang sudah terhubung ke web, sehingga bisa dikatakan bahwa kita sekarang memasuki era komunikasi digital.

Dalam penelitian terdahulu telah dilakukan penelitian terkait dengan manajemen dan marketing secara online diantaranya adalah Sistem Informasi Pelaporan Transaksi Rumah Makan Cabang [1] pada penelitian ini dibuat sebuah sistem informasi yang digunakan dalam proses manajemen dari sebuah rumah makan cabang. Pemanfaatan QR-Code Sebagai Media Promosi Toko [2] pada penelitian ini dilakukan proses pemasaran yang memanfaatkan QR-Code, supaya pada proses promosi bisa disertakan QR-Code yang dapat discan supaya terhubung ke link dari promosi barang-barang yang diperdagangkan. Pemasaran On-line Penjualan Komputer Second [3] pada penelitian ini dibuat sebuah sistem informasi yang bertujuan untuk media promosi dan sistem penjualan dari penjualan dari sebuah toko yang menjual komputer second. Penerapan Chatbot Auto Reply Pada Whatsapp Sebagai Pusat Informasi Praktikum Menggunakan Artificial Intelligence Markup Language [4] pada penelitian ini dibuat sebuah chatbot, yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara online, dan sistem ini dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut secara otomatis tanpa bantuan operator.

Benarkah iklan online efektif untuk digunakan dalam promosi perusahaan, pertanyaan ini diangkat pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Santosa dkk [5], pada kenyataannya promosi online selain biaya relatif murah, memilih target pelanggan yang lebih luas dibandingkan dengan media-media promosi lainnya, dan promosi online ini sangat berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan dari pelanggan untuk melakukan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan [6,7], yang perlu diperhatikan dalam memasarkan secara online adalah harga, kualitas, keberagaman produk, keamanan transaksi, kemudahan transaksi [8,9,10], beberapa jurus dan strategi juga harus diterapkan untuk mendapatkan perhatian dan kepercayaan pelanggan [11,12], sekarang banyak sekali UMKM yang memanfaatkan media promosi secara online, karena biaya yang murah dan area pasar yang luas [13,14], setelah kita mendapatkan pelanggan jangan lupa untuk membangun kepercayaan pelanggan [15].

Peran serta mitra dalam pengabdian masyarakat ini adalah memberikan informasi dan data-data yang dibutuhkan pada saat abdimas, serta bersedia menjadi tempat uji coba web marketing dan promosi.

1.2. Permasalahan Mitra

Mitra adalah seorang pedagang parfum, dimana parfum-parfum ini didapat dari seorang supplier, penjualan parfum ini dipromosikan dari mulut ke mulut dan media sosial, akan tetapi tidak banyak pelanggan yang mengetahui bahwa mitra berdagang parfum, selain itu mitra tidak melakukan pencatatan penjualan dengan baik, sehingga sulit mengetahui keuntungan dan stock dari parfum-parfum yang dimilikinya, ditambah lagi mitra juga mempunyai beberapa rekan yang membawa beberapa parfum dari mitra dan membantu penjualan dengan bagi hasil keuntungan, sehingga

jika dilakukan pencatatan secara manual akan sangat sulit mengetahui stok baik parfum yang posisinya di mitra atau rekan-rekan yang membantu penjualannya.

1.3. Solusi Permasalahan

Solusi yang ditawarkan untuk mitra adalah membuat sebuah aplikasi berbasis web yang akan dapat digunakan sebagai media promosi, selain itu sistem informasi ini juga digunakan untuk proses penjualan dan manajemen stok, dengan harapan media promosi ini akan menarik semakin banyak pelanggan sehingga dapat meningkatkan pendapatan mitra, selain itu sistem informasi penjualan dan stok akan mempermudah mitra mengetahui stok barang yang dimiliki dengan mudah, cepat dan akurat.

Beberapa hasil riset team yang berhubungan dengan judul pengabdian ini adalah:

- Sistem Informasi Pelaporan Transaksi Rumah Makan Cabang
- Pemanfaatan QR-Code Sebagai Media Promosi Toko
- Pemasaran On-line Penjualan Komputer Second
- Penerapan Chatbot Auto Reply Pada Whatsapp Sebagai Pusat Informasi Praktikum Menggunakan Artificial Intelligence Markup Language

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Website

Website adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung dan dapat diakses melalui internet menggunakan browser. Setiap halaman pada sebuah website biasanya berisi informasi dalam bentuk teks, gambar, video, atau elemen lainnya yang disusun untuk menyampaikan pesan tertentu atau menyediakan layanan kepada pengguna. Sebuah website biasanya memiliki domain atau alamat web yang unik, seperti www.contoh.com, untuk memudahkan pengguna dalam menemukannya di internet [1].

2.2. HTML (Hypertext Markup Language)

HTML (Hypertext Markup Language) adalah bahasa markup standar yang digunakan untuk membuat dan menyusun halaman web. HTML berfungsi sebagai kerangka dasar dari sebuah website, di mana elemen-elemen seperti teks, gambar, video, dan tautan (link) ditempatkan dan diatur. HTML sendiri bukan bahasa pemrograman, melainkan bahasa markup yang digunakan untuk memberikan struktur pada konten web.

Fungsi Utama HTML:

- a. Struktur Konten: HTML digunakan untuk menentukan struktur sebuah halaman web, misalnya menempatkan judul, paragraf, gambar, video, dan tabel.
- b. Menghubungkan Halaman: Dengan elemen

hyperlink, HTML memungkinkan pengguna untuk berpindah dari satu halaman ke halaman lain dengan mudah melalui tautan.

- c. Integrasi Elemen Multimedia: HTML memungkinkan penambahan elemen multimedia seperti gambar, video, audio, dan animasi.
- d. Aksesibilitas: HTML dapat digunakan bersama dengan atribut khusus untuk membantu pengguna dengan kebutuhan aksesibilitas, misalnya menambahkan teks alternatif untuk gambar (alt text). [3].

2.3. CSS (Cascading Style Sheet)

CSS (Cascading Style Sheets) adalah bahasa desain yang digunakan untuk mengatur tampilan dan layout halaman web. Dengan CSS, Anda dapat mengubah warna, font, tata letak, dan elemen visual lainnya pada halaman web. CSS memisahkan konten (yang dikelola oleh HTML) dari tampilan, sehingga memungkinkan pengembang web untuk mengelola tampilan situs dengan lebih mudah dan efisien.

Fungsi Utama CSS:

- a. Memperindah Tampilan: CSS memungkinkan pengembang untuk menyesuaikan desain halaman web dengan berbagai gaya, seperti warna, font, margin, padding, border, dan tata letak.
- b. Mengatur Layout: CSS dapat mengontrol bagaimana elemen di halaman web diatur, baik itu dalam tata letak satu kolom, dua kolom, grid, atau bahkan layout yang responsif untuk berbagai ukuran layar.
- c. Membuat Desain Responsif: Dengan CSS, Anda dapat membuat desain yang responsif, yaitu desain yang otomatis menyesuaikan tampilan pada berbagai ukuran layar, seperti desktop, tablet, atau smartphone.
- d. Mengurangi Pengulangan Kode: CSS memungkinkan penggunaan gaya yang sama di beberapa elemen atau halaman web, sehingga mengurangi pengulangan kode dan memudahkan pemeliharaan [8]

2.4. PHP (Hypertext Preprocessor)

PHP (Hypertext Preprocessor) adalah bahasa pemrograman server-side yang dirancang untuk pengembangan web. PHP digunakan untuk membuat halaman web dinamis, yaitu halaman yang kontennya dapat berubah berdasarkan input pengguna atau data dari server. PHP sering digunakan bersama dengan HTML, CSS, dan JavaScript untuk membuat aplikasi web yang interaktif.

Fungsi Utama PHP:

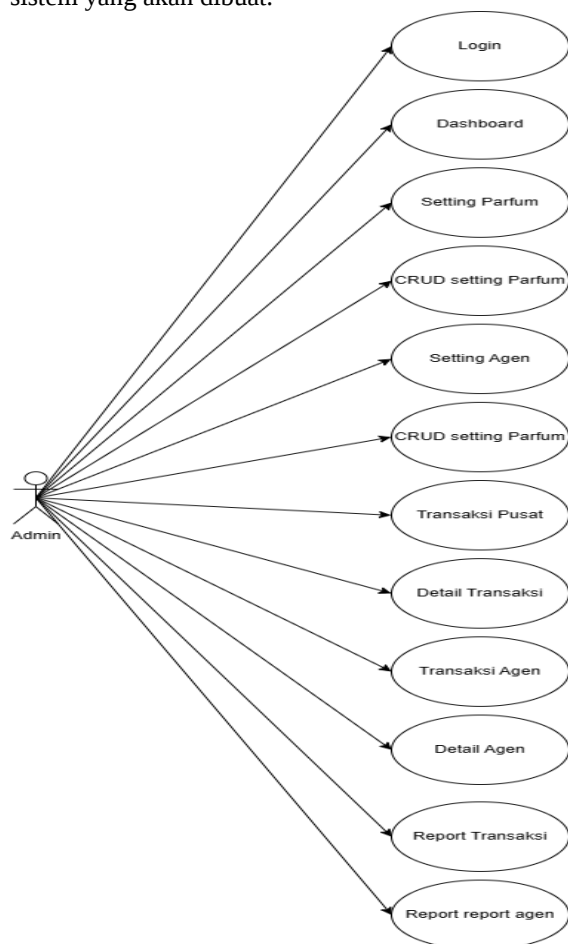
- a. Pengolahan Data dari Formulir: PHP memungkinkan penanganan data yang dimasukkan pengguna melalui formulir HTML, seperti login, registrasi, atau pengiriman pesan.
- b. Koneksi ke Database: PHP dapat terhubung ke

- database seperti MySQL, PostgreSQL, atau MongoDB untuk menyimpan, mengambil, dan memanipulasi data.
- Membangun Halaman Web Dinamis: PHP dapat menghasilkan konten yang berbeda-beda untuk setiap pengguna, tergantung pada input atau kondisi yang diberikan.
 - Manajemen Session dan Cookie: PHP mendukung manajemen session dan cookie, yang penting untuk melacak pengguna dan menjaga sesi login.
 - Membangun API: PHP dapat digunakan untuk membangun API (Application Programming Interface) yang memungkinkan komunikasi antara server dan aplikasi klien [9]

3. METODE PELAKSANAAN

3.1. Use Case Diagram

Use case diagram merupakan diagram yang menggambarkan hubungan antara aktor dengan sistem. Use case diagram bisa mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem yang akan dibuat.

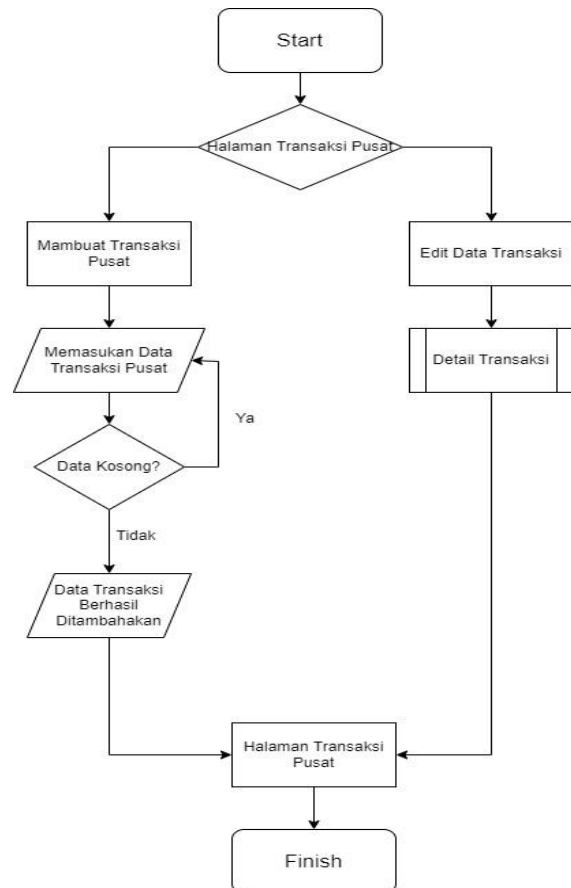


Gambar 1. Use Case Diagram Siseram

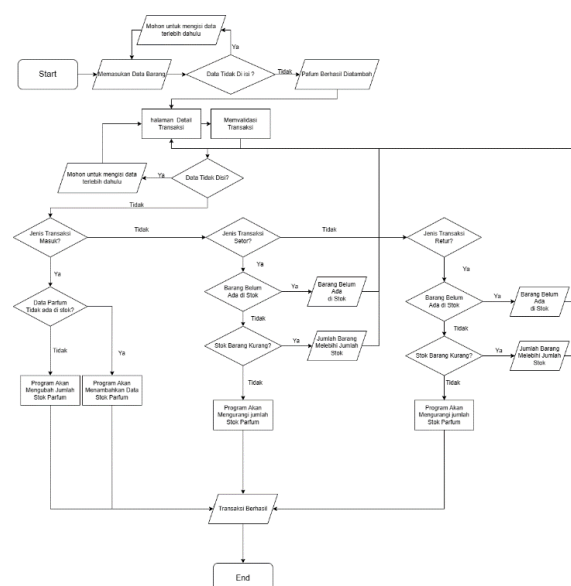
Pada gambar diatas merupakan Use Case Diagram Sistem Informasi SISERAM. Disini admin memiliki semua akses dari fitur yang ada mulai dari Login hingga Reporting.

3.2. Flowchart

Pada flowchart pada gmabar 2 digunakan pada fitur Transaksi Pusat disini terdapat 2 proses yaitu tambah dan edit. Pada bagian tambah terdapat validasi apabila data yang dimasukkan kosong maka akan kembali lagi pada halaman tambah data. Pada menu edit maka akan diarahkan pada proses penambahan detail pada transaksi.



Gambar 2. Flowchart Transaksi Pusat

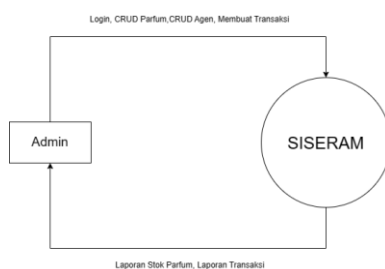


Gambar 3. Flowchart Detail Transaksi Pusat

Pada flowchart diatas digunakan pada fitur detail transaksi bagian pusat. Pada saat pertama kali akan dilakukan validasi. Apabila data kosong maka, akan dilanjutkan pada proses selanjutnya. Pada proses ini dilakukan pengecekan jenis transaksi yaitu masuk, setor dan retur. Pada saat pengecekan ini pada saat jenis transaksi dilakukan pengecekan apabila barang yang diinput sudah ada maka tambahkan jumlah barang yang sudah ada. Apabila barang belum ada tambahkan barang baru tadi. Apabila pengecekan jenis sama dengan setor di cek terlebih dahulu apakah barang yang akan di setor sudah ada di stok apabila tidak ada maka, muncul notif barang belum ada di stok. apabila, barang sudah ada maka kurangi stok. Apabila jenis transaksi adalah retur maka, dilakukan validasi apabila data sudah ada maka muncul notif barang belum ada di stok. Apabila sudah ada maka menambah stok yang ada.

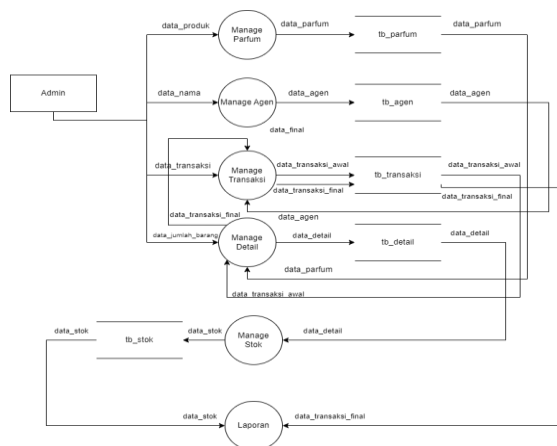
3.3. DFD

DFD merupakan diagram yang menggambarkan aliran data dari sebuah proses atau sistem informasi. Pada DFD, terdapat informasi terkait input dan output dari setiap proses tersebut. DFD juga memiliki berbagai fungsi, seperti menyampaikan rancangan sistem, menggambarkan sistem, dan perancangan model.



Gambar 4. DFD Level 0

Pada gambar DFD diatas adalah Admin mengakses SISERAM dengan Login, CRUD Agen, CRUD Transaksi. Sistem memberikan data berupa laporan stok parfum dan laporan transaksi



Gambar 5. DFD Level 1

Pada gambar DFD diatas dijelaskan bahwa admin dapat mengakses 6 Proses yaitu manage agen, manage parfum, manage transaksi, manage detail, manage stok dan laporan. Pada Manage Parfum proses data yang sudah data produk dilakukan proses manage parfum yang kemudian menjadi data parfum yang nanti bisa dimasukkan pada tb parfum atau digunakan oleh proses lain dan laporan. Pada Manage Agen proses data yang sudah data nama dilakukan proses manage agen yang kemudian menjadi data agen yang nanti bisa dimasukkan pada tb agen atau digunakan oleh proses lain dan laporan. Pada Manage Transaksi proses data yang sudah data transaksi dilakukan proses manage transaksi yang kemudian menjadi data transaksi awal yang nanti bisa dimasukkan pada tb transaksi atau digunakan oleh proses lain dan laporan. Data transaksi awal ini kemudian digunakan pada manage detail yang mengambil data jumlah barang dan transaksi awal. Pada proses manage detail data diolah menjadi data detail yang mana nanti data itu digunakan pada Manage Stok. dan data transaksi final dihasilkan kemudian diolah lagi pada Manage transaksi sebagai data transaksi final. Pada Manage Stok data detail yang didapat dari proses detail diolah menjadi data stok yang nanti dimasukkan dan dihasilkan laporan. Pada proses laporan data yang diambil adakah data stok dan data transaksi final.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Menu Dashboard

Gambar 6. Dashboard

Pada halaman diatas adalah halaman dashboard yang berisi card untuk menampilkan jumlah agen, transaksi valid dan transaksi belum valid. Data tersebut didapatkan dari hasil query yang dilakukan sistem untuk setiap data yang ada.

4.2. Setting – Tabel Parfum berisi daftar parfum.

Pada gambar 7 adalah halaman seting Parfum yang berisi tabel parfum yang sudah dimasukan dan button untuk menambahkan data untuk mengisi data parfum baru, mengedit data parfum yang sudah disis dan menghapus data parfum. Pada saat menghapus data maka akan muncul popup window untuk konfirmasi apabila data ingin dihapus atau tidak.

Pada saat menekan edit maka akan muntul halaman form untuk mengubah data parfum.

No	Kode Barang	Nama	Harga Beli	Harga Jual	Valid	Aksi
1	0001	Agar-Breathless-Rose	Rp. 175.000	Rp. 300.000	Valid	[Edit] [Hapus]
2	0002	Agar-Breathless-Rose	Rp. 175.000	Rp. 300.000	Valid	[Edit] [Hapus]
3	0003	R. 175.000	Rp. 175.000	Rp. 300.000	Valid	[Edit] [Hapus]
4	0004	R. 175.000	Rp. 175.000	Rp. 300.000	Valid	[Edit] [Hapus]
5	0005	R. 175.000	Rp. 175.000	Rp. 300.000	Valid	[Edit] [Hapus]
6	0006	R. 175.000	Rp. 175.000	Rp. 300.000	Valid	[Edit] [Hapus]
7	0007	R. 175.000	Rp. 175.000	Rp. 300.000	Valid	[Edit] [Hapus]
8	0008	R. 175.000	Rp. 175.000	Rp. 300.000	Valid	[Edit] [Hapus]
9	0009	R. 175.000	Rp. 175.000	Rp. 300.000	Valid	[Edit] [Hapus]
10	0010	R. 175.000	Rp. 175.000	Rp. 300.000	Valid	[Edit] [Hapus]

Gambar 7. Tabel Parfum

4.3. Setting – Tabel Agen berisi daftar agen yang terdaftar di website.

No	Kode Agen	Nama Agen	Status	Valid	Aksi
1	0001	Agar	Valid	Valid	[Edit] [Hapus]
2	0002	Agar	Valid	Valid	[Edit] [Hapus]

Gambar 8. Tabel Agen

Pada halaman diatas adalah halaman seting agen yang berisi tabel agen yang sudah terdaftar dan button untuk menambahkan data, mengedit data dan menghapus data. Pada saat menghapus data maka akan muncul popup window untuk konfirmasi apabila data ingin dihapus atau tidak. Pada saat menekan edit maka akan muntul halaman form untuk mengubah data agen.

4.4. Transaksi Pusat

No	Kode Transaksi	Nama Agen	Tanggal	Jenis	Valid	Aksi
1	000000001	Agar	01/01/2024	Valid	Valid	[Edit] [Hapus]
2	000000002	Agar	01/01/2024	Valid	Valid	[Edit] [Hapus]

Gambar 9. Transaksi Pusat

Pada halaman ini merupakan halaman transaksi untuk pusat yang mana dikhususkan untuk transaksi dengan status pusat. Didalamnya terdapat tabel semua transaksi seperti kode transaksi, nama agen, tanggal, jenis, valid, dan action. Kemudian terdapat beberapa tombol seperti *new* untuk

menambahkan transaksi baru, tombol edit untuk masuk ke halaman detail transaksi, tombol lihat untuk melihat data detail transaksi yang sudah tervalidasi. Pada halaman ini pengguna bisa membuat transaksi dan dan mengedit transaksi berupa detail transaksi jika status transaksi belum valid. Kemudian pengguna bisa melihat detail transaksi jika status transaksi valid.

4.5. Transaksi Agen

No	Kode Transaksi	Nama Agen	Tanggal	Jenis	Valid	Aksi
1	000000001	Agar	01/01/2024	Valid	Valid	[Edit] [Hapus]
2	000000002	Agar	01/01/2024	Valid	Valid	[Edit] [Hapus]

Gambar 10. Transaksi Agen

Pada halaman ini merupakan halaman transaksi untuk agen yang mana dikhususkan untuk transaksi dengan status agen. Didalamnya terdapat tabel semua transaksi seperti kode transaksi, nama agen, tanggal, jenis, valid, dan action. Kemudian terdapat beberapa tombol seperti *new* untuk menambahkan transaksi baru, tombol edit untuk masuk ke halaman detail transaksi, tombol lihat untuk melihat data detail transaksi yang sudah tervalidasi. Pada halaman ini pengguna bisa membuat transaksi dan dan mengedit transaksi berupa detail transaksi jika status transaksi belum valid. Kemudian pengguna bisa melihat detail transaksi jika status transaksi valid.

4.6. Tampilan Detail Transaksi Berisi detail transaksi dan menambahkan parfum yang ditransaksikan

Detail Transaksi

Kode Transaksi: 000000001

Nama Agen: Agar

Tanggal: 01/01/2024

Jenis: Valid

Valid: Valid

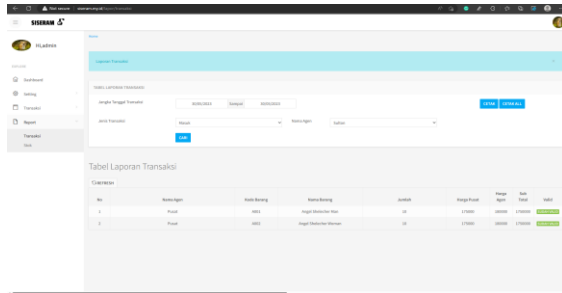
Aksi: [Edit] [Hapus]

Gambar 11. Detail Transaksi

Pada halaman ini merupakan halaman detail transaksi. Didalamnya terdapat *textfield* seperti kode transaksi, nama agen, tanggal, jenis, valid, tambah parfum dan jumlah. Kemudian ada beberapa tombol seperti Tambah Barang untuk memasukan barang ke dalam detail transaksi, validasi untuk memvalidasi atau menyudahi transaksi yang sudah dimasukan. Di halaman ini pengguna memasukan nama parfum

dan jumlah parfum yang akan diproses untuk transaksi. Data yang sudah dimasukkan tadi, akan ditampilkan dalam tabel yang ada di bawahnya.

4.7. Report Transaksi berisi laporan transaksi yang sudah tervalidasi, pengguna bisa memasukkan kriteria yang diinginkan oleh pengguna.



Gambar 12. Report Transaksi

Pada halaman ini merupakan halaman Report Transaksi. Didalamnya terdapat beberapa *textfield* jangka waktu transaksi, jenis transaksi, dan nama agen. Terdapat juga beberapa tombol seperti, Tombol cari untuk mencari data sesuai dengan *text field* yang sudah dimasukan oleh pengguna, tombol cetak untuk mencetak semua transaksi yang sudah tervalidasi sesuai dengan masukan pengguna, dan tombol cetak all untuk mencetak semua transaksi yang sudah divalidasi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Secara fungsional, perancangan website Sistem Informasi UMKM Penjual Parfum yang sudah dibuat dapat berjalan sebagaimana mestinya sesuai dengan hasil pengujian yang sudah dilakukan. Sistem Informasi yang dihasil telah memenuhi kebutuhan dari UMKM Penjual Parfum sesuai dengan hasil analisa dan perancangan kebutuhan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Irawan, Joseph Dedy, and Emmalia Adriantantri. "Sistem Informasi Pelaporan Transaksi Rumah Makan Cabang." *Prosiding SENIATI* (2018): 394-398.
- [2] Dedy Irawan, J. and Adriantantri, E., 2018. Pemanfaatan QR-Code Sebagai Media Promosi Toko. *Jurnal Mnemonic*, 1(2).
- [3] Irawan, J.D., Adriantantri, E., Limpraptono, Y. and Nurcahyo, E., 2019. PEMASARAN ON-LINE PENJUALAN KOMPUTER SECOND. *Jurnal MNEMONIC Vol*, 2(2).
- [4] Ramadhan, D.F., Noertjahjono, S. and Irawan, J.D., 2020. Penerapan Chatbot Auto Reply Pada Whatsapp Sebagai Pusat Informasi Praktikum Menggunakan Artificial Intelligence Markup Language. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 4(1), pp.198-205.
- [5] Santoso, E.D. and Larasati, N., 2019. Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(1), pp.28-36.
- [6] Rifa'i, M., 2017. Efektivitas Promosi Online Dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen. *Optima*, 1(2), pp.67-73.
- [7] Suharsono, R.S. and Sari, R.P., 2019. Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), pp.41-54.
- [8] Prilano, K., Sudarso, A. and Fajrillah, F., 2020. Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), pp.1-10.
- [9] Setyarko, Y., 2016. Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), pp.128-147.
- [10] Arwiedya, M.R. and SUGIARTO, S., 2011. *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- [11] Reza, F., 2016. Strategi promosi penjualan online lazada. co. id. *Jurnal kajian komunikasi*, 4(1), pp.63-74.
- [12] Sulianta, F., 2014. *101 Jurus Promosi Online Paling Top*. Elex Media Komputindo.
- [13] Pasaribu, R., 2020. Optimalisasi media online sebagai solusi promosi pemasaran umkm di semarang pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(1), pp.33-44.
- [14] Effendy, A.A. and Sunarsi, D., 2020. Persepsi mahasiswa terhadap kemampuan dalam mendirikan UMKM dan efektivitas promosi melalui online di kota tangerang selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), pp.702-714.
- [15] Solihin, D., 2020. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), pp.38-51.