

## PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB PADA HOUSEMANAH.IND SEBAGAI UPAYA DIGITALISASI BISNIS

Ni'ma Aeni<sup>1</sup>, Nisa Siti Nur Azizah<sup>2</sup>, Siti Robiah<sup>3</sup>

STMIK Antar Bangsa<sup>1,2,3</sup>

[kannimmaulana@gmail.com](mailto:kannimmaulana@gmail.com), [nisaa1078@gmail.com](mailto:nisaa1078@gmail.com), [strbh97@gmail.com](mailto:strbh97@gmail.com)

Received: 12-04-2026

Revised: 14-05-2026

Approved: 28-05-2026

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan sistem informasi penjualan berbasis web pada Housemanah.ind sebagai upaya digitalisasi bisnis guna meningkatkan efisiensi operasional, akurasi pengelolaan data, dan kualitas layanan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang didukung data kuantitatif sederhana, dengan pengembangan sistem menggunakan metode Waterfall yang meliputi tahap analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan sistem. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi penjualan berbasis web yang dikembangkan mampu mengintegrasikan pengelolaan produk, transaksi penjualan, keranjang belanja, pemesanan, verifikasi pembayaran, pengelolaan stok, data pelanggan, serta laporan penjualan dalam satu platform terpusat. Sistem yang dihasilkan dapat berjalan sesuai kebutuhan pengguna, baik administrator maupun pelanggan, sehingga mempermudah proses transaksi, meningkatkan kecepatan penyajian informasi, mengurangi kesalahan pencatatan, serta mendukung akses data secara real-time. Simpulan penelitian ini adalah bahwa implementasi sistem informasi penjualan berbasis web pada Housemanah.ind efektif mendukung transformasi digital bisnis, meningkatkan efisiensi pengelolaan penjualan, dan memperkuat daya saing usaha di era ekonomi digital.

**Kata Kunci:** Sistem Informasi Penjualan, Website, Digitalisasi Bisnis, Waterfall, Fashion

### PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi faktor utama yang mendorong perubahan model bisnis di berbagai sektor, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat, didukung oleh meningkatnya penetrasi internet, memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengoptimalkan proses bisnis melalui pemanfaatan sistem informasi berbasis digital. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 79% dari total populasi pada tahun 2024, menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi digital memiliki potensi yang sangat besar untuk terus berkembang. Kondisi ini mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi sistem digital guna meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan (APJII, 2024).

Digitalisasi bisnis merupakan proses transformasi aktivitas bisnis konvensional menjadi berbasis teknologi digital untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan produktivitas, serta memperkuat daya saing perusahaan. Menurut Verhoef et al. (2021), digitalisasi tidak hanya berfokus pada penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan proses bisnis, model operasional, dan interaksi dengan pelanggan. Implementasi teknologi digital terbukti mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan informasi, mempercepat pengambilan keputusan, serta mendukung keberlanjutan usaha di era ekonomi digital (Nambisan et al., 2019). Salah satu bentuk implementasi digitalisasi bisnis adalah penggunaan sistem informasi penjualan berbasis web. Sistem informasi penjualan merupakan sistem yang dirancang untuk mengelola

data transaksi, data pelanggan, data produk, dan laporan penjualan secara terintegrasi sehingga mampu mendukung proses bisnis secara lebih efektif dan efisien (Laudon & Laudon, 2022). Pemanfaatan sistem berbasis web memberikan keunggulan berupa aksesibilitas yang tinggi, kemudahan pengelolaan data secara real-time, serta kemampuan menjangkau konsumen tanpa batasan geografis (Turban et al., 2023).

Housemanah.ind merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan produk fashion yang saat ini masih menjalankan sebagian besar aktivitas administrasi penjualan secara manual. Proses pencatatan transaksi, pengelolaan stok, dan penyusunan laporan penjualan masih dilakukan menggunakan media pencatatan sederhana sehingga berpotensi menimbulkan kesalahan pencatatan, duplikasi data, keterlambatan penyajian laporan, serta kesulitan dalam melakukan monitoring stok secara akurat. Permasalahan tersebut dapat menghambat efektivitas operasional dan mengurangi kemampuan usaha dalam merespons kebutuhan pasar secara cepat. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem informasi penjualan yang mampu mengintegrasikan seluruh proses bisnis secara digital.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi penjualan berbasis web memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha. Penelitian Hegia (2024) menunjukkan bahwa sistem informasi penjualan mampu mengoptimalkan pengelolaan transaksi dan meningkatkan efisiensi administrasi pada UMKM. Penelitian Sitorus dan Simamora (2021) berhasil mengembangkan sistem informasi penjualan berbasis web yang mampu mempercepat proses transaksi dan penyusunan laporan penjualan. Selanjutnya, Syukron et al. (2023) membuktikan bahwa penggunaan metode prototype dalam pengembangan sistem berbasis web dapat meningkatkan kesesuaian sistem dengan kebutuhan pengguna. Penelitian oleh Pratama et al. (2024) juga menunjukkan bahwa digitalisasi sistem penjualan mampu meningkatkan akurasi pengelolaan stok dan efektivitas layanan pelanggan pada sektor ritel. Selain itu, penelitian Nugroho et al. (2025) menemukan bahwa implementasi platform penjualan berbasis web memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan produktivitas usaha dan perluasan pasar. Meskipun berbagai penelitian telah mengembangkan sistem informasi penjualan berbasis web, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek transaksi penjualan secara umum dan belum secara khusus mengintegrasikan pengelolaan produk, manajemen stok, verifikasi pembayaran, serta pelaporan penjualan dalam satu platform yang sesuai dengan kebutuhan operasional bisnis fashion skala UMKM. Selain itu, masih terbatas penelitian yang mengimplementasikan sistem informasi penjualan pada usaha fashion berbasis pesantren yang sedang menjalani proses transformasi digital.

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan merancang dan mengimplementasikan sistem informasi penjualan berbasis web pada Housemanah.ind sebagai upaya digitalisasi bisnis. Sistem yang dikembangkan menggunakan metode Waterfall dengan fitur utama meliputi manajemen produk, pengelolaan transaksi, keranjang belanja, verifikasi pembayaran, pengelolaan stok, serta laporan penjualan terintegrasi. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pengembangan sistem informasi penjualan yang dirancang sesuai kebutuhan operasional Housemanah.ind dengan mengintegrasikan seluruh proses bisnis penjualan dalam satu platform berbasis web yang mendukung transformasi digital UMKM fashion. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan efisiensi operasional, akurasi pengelolaan data, kualitas pelayanan pelanggan, serta daya saing usaha di era ekonomi digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif yang didukung oleh data kuantitatif sederhana, yang berguna untuk menggambarkan kondisi sistem penjualan di Housemanah.ind secara

nyata, serta menjelaskan langkah-langkah perancangan dan implementasi sistem informasi penjualan berbasis web yang dikembangkan. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk memahami fenomena yang terjadi secara mendalam berdasarkan kondisi alamiah objek penelitian (Sugiyono, 2022). Di samping itu, penelitian ini menggunakan metode pengembangan perangkat lunak Waterfall karena memiliki tahapan yang sistematis dan terstruktur, dimulai dari analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, pengujian, hingga pemeliharaan sistem (Pressman & Maxim, 2020). Model Waterfall dipilih karena kebutuhan sistem relatif stabil dan telah terdefinisi dengan jelas sejak awal pengembangan, sehingga setiap tahapan dapat dilaksanakan secara berurutan dan terdokumentasi dengan baik (Rosa & Shalahuddin, 2018).

Objek penelitian adalah Housemanah.ind, sebuah usaha yang bergerak di bidang fashion baik secara offline maupun online di Indonesia. Ruang lingkup penelitian difokuskan pada proses penjualan, pencatatan transaksi, pengelolaan stok barang, dan pelaporan penjualan. Penelitian dilaksanakan di lingkungan Pondok Pesantren Manahijul Huda, tepatnya pada unit usaha Housemanah.ind yang berfokus pada penjualan produk fashion. Waktu penelitian berlangsung selama tiga bulan, yaitu dari bulan Mei hingga Juli, dimulai dari tahap analisis kebutuhan hingga implementasi dan pengujian sistem. Jenis data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pemilik Housemanah.ind mengenai proses penjualan dan pencatatan transaksi. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen internal seperti laporan penjualan, data stok barang, serta berbagai literatur yang berkaitan dengan sistem informasi dan digitalisasi bisnis (Moleong, 2018).

Dalam merancang sistem penjualan ini digunakan perangkat keras berupa laptop dengan spesifikasi minimal prosesor Intel Core i3, RAM 8 GB, dan koneksi internet yang stabil. Adapun perangkat lunak yang digunakan meliputi Windows 10 sebagai sistem operasi, XAMPP sebagai web server lokal, PHP dan MySQL untuk pengembangan backend, serta HTML, CSS, dan JavaScript untuk pengembangan antarmuka pengguna. Selain itu, digunakan Figma sebagai alat perancangan antarmuka dan Visual Studio Code sebagai editor kode program. Sistem yang dikembangkan berfokus pada fungsi utama penjualan daring dan belum terintegrasi dengan layanan logistik pihak ketiga maupun aplikasi mobile. Proses perancangan sistem penjualan produk online ini mencakup beberapa aspek krusial yang mendukung efektivitas pengelolaan transaksi, pengendalian stok, dan penyajian informasi penjualan secara digital.

#### 1. Identifikasi Kebutuhan Pengguna

- Langkah ini melibatkan penggalan dan pencatatan kebutuhan fungsional serta non fungsional dari semua pihak terkait, baik pengguna akhir seperti konsumen atau pembeli, maupun administrator yang mengelola sistem.
- Untuk konsumen, fokusnya adalah pada fitur seperti pencarian produk berdasarkan kategori, harga, atau merek tertentu, fungsi keranjang belanja, proses checkout, opsi pembayaran, dan akses ke riwayat pesanan.
- Sedangkan untuk administrator, kebutuhan mencakup pengelolaan data produk (misalnya menambah, mengubah, atau menghapus), pemantauan transaksi, manajemen stok, penanganan data pelanggan, serta pembuatan laporan penjualan.
- Identifikasi ini dilakukan lewat wawancara, survei, observasi langsung, atau analisis pesaing, dengan tujuan memastikan website sesuai dengan harapan pengguna dan tren pasar.

#### 2. Alokasi Sumber Daya

- Bagian ini mencakup identifikasi, penentuan, dan penyediaan semua sumber daya penting agar proyek bisa berjalan lancar.
- Dari segi sumber daya manusia, ini meliputi penentuan jumlah dan keahlian anggota tim, seperti pengembang frontend dan backend, desainer UI/UX, insinyur pengujian kualitas, serta manajer proyek.
- Sumber daya teknis meliputi infrastruktur seperti server dan domain, perangkat lunak pengembangan (SDK), basis data, plus framework atau pustaka yang akan

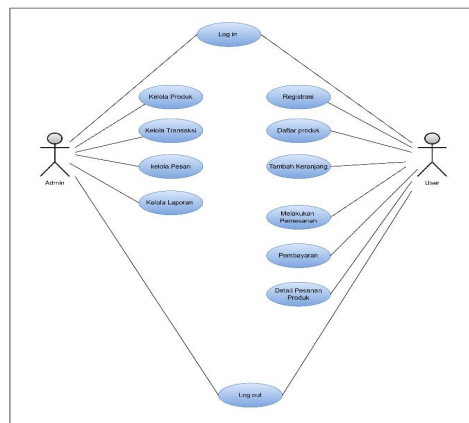
dipakai.

### 3. Penjadwalan Proyek

- Ini melibatkan penyusunan jadwal detail untuk setiap fase pengembangan, dengan estimasi waktu yang masuk akal untuk tahap identifikasi kebutuhan, perancangan, penulisan kode, pengujian, hingga peluncuran sistem.
- Alat bantu bisa digunakan untuk memvisualisasikan jadwal dan melacak kemajuan. Pentingnya jadwal yang realistis dan fleksibel adalah untuk menghindari penundaan proyek.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

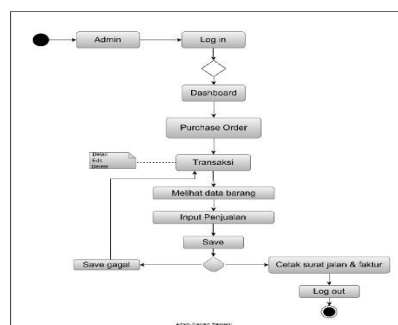
### Perencanaan



**Gambar 1.** Use Case Diagram

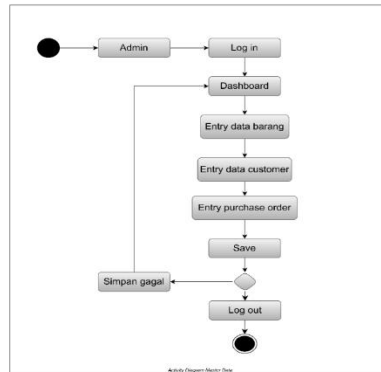
Use Case diagram ini menggambarkan interaksi antara aktor (pengguna sistem) yaitu admin dan user dengan sistem website penjualan produk. Sebagaimana dijelaskan oleh [5] diagram use case ini bikin urutan proses bisnis jadi lebih jelas dan transparan, biar gak ada kesalahan saat bikin sistemnya, plus bisa ngenalin fase awal dari setiap kegiatan di dalam sistem yang lagi dikembangkan. Dengan begitu, pengembangannya jadi lebih gampang buat tentuin kebutuhan yang cocok sama perangkat lunak dan orang yang pakenya. Nah, di diagram ini, aktornya adalah admin dan user yang berinteraksi sama sistem website penjualan produk. Admin punya fungsi utama kayak ngelola produk, ngelola transaksi, ngelola pesanan, sama ngelola laporan. Kalau udah selesai, admin bisa log out dari sistem. Sedangkan user bisa registrasi, login, liat produk, nambah produk ke keranjang, bikin pemesanan, lakuin pembayaran, dan liat detail pesanan produk. Setelah selesai pakai sistem, user juga bisa logout.

### Activity Diagram



**Gambar 2.** Activity Diagram Transaksi

Diagram ini menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan Admin mulai dari login, mengelola purchase order, melihat data barang, menginput penjualan, hingga mencetak dokumen transaksi dengan penanganan jika terjadi kegagalan penyimpanan.



**Gambar 3.** Activity Diagram Master Data

Ketika admin login pada sistem, ada beberapa langkah berurutan yang dilakukan Admin untuk memasukkan dan mengelola data-data penting (master data) seperti barang, pelanggan, dan pesanan pembelian, dengan mekanisme penanganan jika proses penyimpanan data mengalami kegagalan.

**Kebutuhan Fungsional**

Kebutuhan fungsional merupakan layanan utama yang harus disediakan oleh perangkat lunak untuk memenuhi tujuan sistem secara efektif. Dirancang untuk membantu pengelolaan penjualan fashion secara online agar lebih efisien, modern, dan terintegrasi. Sistem ini mendukung aktivitas transaksi, dan pengelolaan data pelanggan secara digital.

**Tabel 1.**

**Kebutuhan Fungsional**

No	Kebutuhan Fungsional	Aktor
1.	Login dan register	Admin, pengguna
2.	Dashboard admin	Admin
3.	Katalog produk online	pengguna
4.	Keranjang belanja	Pengguna
5.	Pencarian dan filter produk	Pengguna
6.	Laporan penjualan	Admin
7.	Chekout dan pembayaran	Pengguna
8.	Upload bukti pembayaran	Pengguna
9.	Verifikasi pembayaran	Admin

**Implementasi Website**

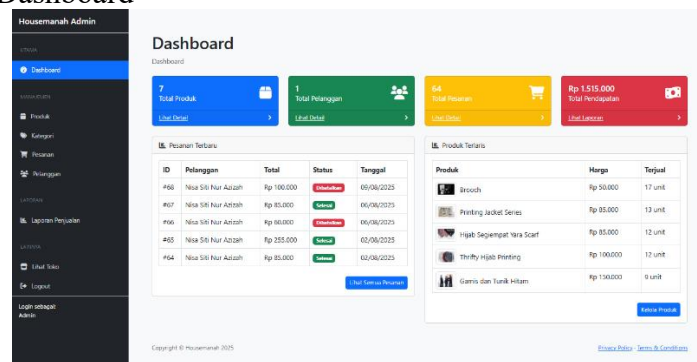
Perancangan antarmuka untuk website penjualan ini berfokus pada desain tampilan dan interaksi agar pengguna dapat menggunakan sistem dengan mudah dan efisien. Perancangan ini meliputi pengaturan tata letak, penyusunan struktur halaman, dan bagaimana pengguna dapat berinteraksi langsung dengan fitur-fitur yang ada.

- a. Halaman Login



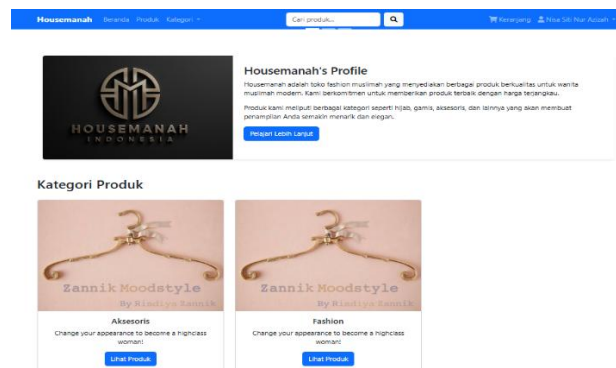
Gambar 4. Halaman Login

b. Halaman Dashboard



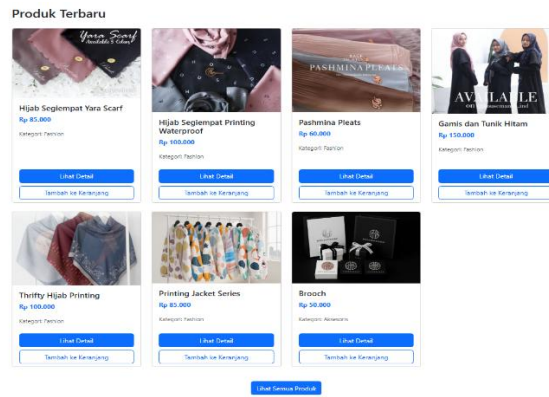
Gambar 5. Halaman Dashboard

c. Halaman Beranda



Gambar 6. Halaman Beranda

d. Halaman Daftar Produk



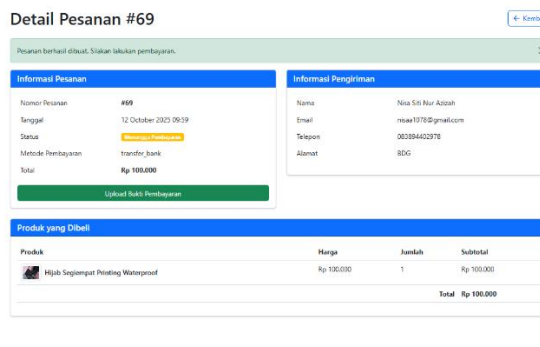
Gambar 7. Halaman Daftar Produk

e. Halaman Keranjang Belanja



Gambar 8. Halaman Keranjang Belanja

f. Halaman Transaksi



Gambar 9. Halaman Transaksi

g. Halaman Riwayat Pembelian

### Riwayat Pembelian

Keranjang Aktif Riwayat Pembelian Riwayat Pembatalan

Daftar Pembelian + Fokus Riwayat Terbilang

No. Pesanan	Tanggal	Jumlah Produk	Total	Metode Pembayaran	Status	Aksi
#69	12 Oct 2025 09:59	1 produk	Rp 100.000	transfer_bank	Menunggu Pembayaran	Detail
#67	06 Aug 2025 10:28	1 produk	Rp 85.000	transfer_bank	Salah	Detail
#65	02 Aug 2025 14:33	1 produk	Rp 255.000	e_wallet	Salah	Detail
#64	02 Aug 2025 14:17	1 produk	Rp 85.000	transfer_bank	Salah	Detail
#63	02 Aug 2025 11:14	1 produk	Rp 50.000	transfer_bank	Salah	Detail
#61	01 Aug 2025 23:32	1 produk	Rp 85.000	transfer_bank	Salah	Detail
#60	01 Aug 2025 22:40	1 produk	Rp 100.000	transfer_bank	Salah	Detail
#56	26 Jul 2025 23:28	2 produk	Rp 145.000	transfer_bank	Dimensi	Detail
#55	26 Jul 2025 23:23	1 produk	Rp 60.000	transfer_bank	Dimensi	Detail
#53	26 Jul 2025 22:28	1 produk	Rp 60.000	e_wallet	Dimensi	Detail

Gambar 10. Halaman Riwayat Pembelian

### h. Halaman Pemesanan

### Kelola Pesanan

Dashboard / Pesanan

Daftar Pesanan Semua Menunggu Pembayaran Dibayar Diproses Ditrima Selesai Dibatalkan

ID	Pelanggan	Total	Metode Pembayaran	Status	Tanggal	Aksi
#68	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 100.000	transfer bank	Dimulai	09/08/2025 10:25	Detail
#67	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 85.000	Transfer Bank	Selesai	06/08/2025 10:28	Detail
#66	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 60.000	Transfer Bank	Dimulai	06/08/2025 10:16	Detail
#65	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 255.000	e_wallet	Selesai	02/08/2025 14:33	Detail
#64	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 85.000	transfer bank	Selesai	02/08/2025 14:17	Detail
#63	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 50.000	transfer bank	Selesai	02/08/2025 11:14	Detail
#62	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 625.000	Transfer Bank	Dimulai	02/08/2025 11:11	Detail
#61	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 85.000	Transfer Bank	Selesai	01/08/2025 23:32	Detail
#60	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 100.000	transfer bank	Selesai	01/08/2025 22:40	Detail
#59	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 415.000	Transfer Bank	Dimulai	01/08/2025 22:36	Detail
#58	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 280.000	Transfer Bank	Dimulai	31/07/2025 18:59	Detail
#57	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 145.000	Transfer Bank	Dimulai	31/07/2025 18:55	Detail
#56	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 140.000	Transfer Bank	Dimensi	26/07/2025 23:28	Detail Aksi Menunggu X Batalan
#55	Nisa Siti Nur Azizah	Rp 60.000	transfer bank	Dimensi	26/07/2025 23:23	Detail X Batalan

Gambar 11. Halaman Pemesanan


### i. Halaman Laporan Penjualan

### Laporan Penjualan

Dashboard / Laporan Penjualan

Filter Laporan: Bulan Juli Tahun 2025 Reset Filter

Ringkasan Penjualan: Total Penjualan Rp 5.452.000 Total Pesanan 28

Gráfico Penjualan: 

No	Produk	Marga	Terdjual	Total Penjualan
1	Recepcion	Rp 50.000	10 unit	Rp 500.000
2	Jeans (L) (W. 32-34) (C. R)	Rp 100.000	13 unit	Rp 1.300.000
3	Polos (L) (W. 32-34) (C. R)	Rp 85.000	12 unit	Rp 1.020.000
4	Jeans (L) (W. 32-34) (C. R)	Rp 150.000	9 unit	Rp 1.350.000
5	Hijab (Kerudung) (W. 32-34) (C. R)	Rp 60.000	7 unit	Rp 420.000

Tanggal	Jumlah Pesanan	Total Penjualan	Aksi
26 July 2025	3 pesanan	Rp 400.000	Detail
27 July 2025	2 pesanan	Rp 140.000	Detail
10 July 2025	2 pesanan	Rp 200.000	Detail
14 July 2025	3 pesanan	Rp 205.000	Detail
11 July 2025	7 pesanan	Rp 1.155.000	Detail
10 July 2025	9 pesanan	Rp 2.275.000	Detail
09 July 2025	1 pesanan	Rp 240.000	Detail
08 July 2025	2 pesanan	Rp 292.000	Detail

Gambar 12. Halaman Lap. Penjualan

## KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil merancang dan mengimplementasikan sistem informasi penjualan berbasis web pada Housemanah.ind sebagai upaya digitalisasi bisnis menggunakan metode pengembangan Waterfall. Sistem yang dikembangkan mampu mengintegrasikan berbagai proses bisnis penjualan, meliputi pengelolaan produk, manajemen transaksi, keranjang belanja, pemesanan, verifikasi pembayaran, pengelolaan data pelanggan, serta penyusunan laporan penjualan dalam satu platform yang terpusat. Hasil implementasi

menunjukkan bahwa seluruh fitur fungsional yang dirancang dapat berjalan sesuai kebutuhan pengguna, baik pada sisi administrator maupun pelanggan, sehingga mampu meningkatkan efisiensi proses transaksi, mempermudah pengelolaan data penjualan, mempercepat penyajian laporan, serta mengurangi potensi kesalahan pencatatan yang sering terjadi pada sistem manual. Selain itu, sistem berbasis web yang dihasilkan memberikan kemudahan akses informasi secara real-time dan mendukung perluasan jangkauan pemasaran produk secara digital. Dengan demikian, sistem informasi penjualan yang dikembangkan dapat menjadi solusi yang efektif dalam mendukung transformasi digital dan meningkatkan daya saing bisnis Housemanah.ind di era ekonomi digital.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. Jakarta: APJII. <https://apjii.or.id>
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (17th ed.). New York: Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/management-information-systems-managing-the-digital-firm/P200000001392/9780136971542>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The Digital Transformation of Innovation and Entrepreneurship: Progress, Challenges and Key Themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Pressman, R. S., & Maxim, B. R. (2020). *Software Engineering: A Practitioner's Approach* (9th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Rosa, A. S., & Shalahuddin, M. (2018). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Bandung: Informatika.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2023). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. Cham: Springer.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T. L. J., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Hegia. (2024). Pengembangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web untuk Meningkatkan Efisiensi Administrasi UMKM. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 8(2), 115–124.
- Sitorus, R., & Simamora, D. (2021). Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web dalam Mendukung Efektivitas Transaksi dan Pelaporan Penjualan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(1), 45–54.
- Syukron, M., Rahman, A., & Putra, F. (2023). Pengembangan Sistem Informasi Penjualan Menggunakan Metode Prototype Berbasis Website. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 5(3), 201–210.
- Pratama, R., Wijaya, H., & Saputra, D. (2024). Digitalisasi Sistem Penjualan untuk Meningkatkan Akurasi Pengelolaan Stok dan Pelayanan Pelanggan pada Sektor Ritel. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 9(1), 33–44.
- Nugroho, A., Setiawan, B., & Kurniawan, R. (2025). Implementasi Platform Penjualan Berbasis Web terhadap Produktivitas dan Perluasan Pasar UMKM. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 10(1), 55–67.