

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PENJUALAN PRODUK E-COMMERCE BISNIS IZRA HIJAB

Reva Nur Khalifah¹, Dais Salsabila², Ila Nuraeni³, Nur Dini Apriyani⁴, Imron Amirul Mu'min⁵.

Universitas Primagraha

revanurk30@gmail.com, salsabiladais9@gmail.com, nuraeniila022@gmail.com,
nurdiniapriyani1@gmail.com, amirulmuminimron@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the extent to which the use of digital marketing has an impact on E-commerce product sales in the izra hijab business. In the era of rapid technological development, digital marketing strategies are one of the main keys in increasing sales volume, especially for micro and small businesses. The method used in this research is a document study, by analyzing sales data from the E-commerce platform used by izra hijab, a brand that sells hijab products such as pashmina and bella premium. The results showed that the implementation of digital marketing, such as promotion through social media and utilization of E-commerce features, contributed to the increase in sales. These findings underscore the importance of adapting digital-based marketing strategies in maintaining the competitiveness of businesses amid the growing digital transformation.

Keywords : Digital Marketing, E-Commerce, Sales, Izra Hijab

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan digital marketing berpengaruh terhadap penjualan produk E-commerce pada bisnis izra hijab. Dalam era perkembangan teknologi yang pesat, strategi pemasaran digital menjadi salah satu kunci utama dalam meningkatkan volume penjualan, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumen, dengan menganalisis data penjualan dari platform E-commerce yang digunakan izra hijab, sebuah brand yang menjual produk hijab seperti pashmina dan bella premium. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan digital marketing, seperti promosi melalui media sosial dan pemanfaatan fitur-fitur E-commerce, memberikan kontribusi terhadap peningkatan jumlah penjualan. Temuan ini menggaris bawahi pentingnya adaptasi strategi pemasaran berbasis digital dalam mempertahankan daya saing usaha ditengah transformasi digital yang terus berkembang.

Kata Kunci : Digital Marketing, E-Commerce, Penjualan, Izra Hijab

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed

under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Izra hijab didirikan pada tahun 2025 yang bergerak dibidang fashion muslimah. Berlokasi di Jl. Polda Banten, Walantaka, Kota Serang, Perum Boekit Serang Damai (Blok H-3 No. 20). Bisnis Izra Hijab kami memulai distribusi Produknya dari *door to door* dan pemasaran digital melalui instagram dan Shopee.

Izra Hijab merupakan usaha dibidang fashion Muslimah yang secara khusus memproduksi dan memasarkan berbagai jenis hijab dengan konsep sederhana dan elegan. Jenis produk yang ditawarkan ada pashimana kaos rayon dengan ukuran 180x60 cm dengan warna yang akan

launching hitam, coksu, dan milo muda. Segi empat bella premium dengan ukuran 110x110 cm dengan warna yang akan launching hitam, coksu, dan moca muda. Izra Hijab ini menghadirkan produk hijab berkualitas tinggi yang mengutamakan kenyamanan. Usaha ini termasuk dalam kategori usaha mikro disektor pakaian. Dengan perkembangan teknologi saat ini media sosial menjadi jembatan bagi para pengusaha untuk memasarkan produk hasil usahanya. Instagram, WhatsApp dan Shopee menjadi platform digital kami sebagai proses jual-beli. Pesanan dapat dikirim ke alamat pembeli. Ada beberapa kesulitan yang kami alami saat produksi mulai dari mencari bahan sampai pemasaran. Sedangkan dari sisi pembeli mengalami kesulitan yang kami alami saat pemasaran. Sedangkan dari sisi pembeli mengalami kesulitan diproses pembayaran, sehingga menguras waktu dan tenaga.

Ada acara yang menarik yang dapat diterapkan pada Izra Hijab, salah satunya dengan *website e-commerce* yang bertujuan untuk mempermudah proses jual-beli media komunikasi yang jelas antara pemilik dan pembeli, serta membangun rasa percaya kepada calon pembeli baru dalam bentuk katalog. Katalog dirancang untuk memberikan gambar dan demonstrasi akan konsep Izra Hijab dan cara *website* bekerja. Media *website* akan dipakai untuk mendemonstrasikan proses transaksi yang mudah, dimana *website* menggunakan tampilan yang ramah agar tidak terkesan kaku dan lebih mudah untuk dipahami.

2. Tinjauan Pustaka

Digital Marketing

Pemasaran digital menurut Wsi (2013) dalam Todor (2016) adalah *“the practice of promoting products and services in an innovative way, using primarily data base-driven distribution channels to reach consumers and costumers in a timely, relevant personal and cost-effective manner”*. Berdasarkan definisi ini maka pemasaran digital yaitu suatu cara inovatif menggunakan data base dan menjangkau konsumen secara individu, hemat biaya dan tepat waktu pemasaran digital juga mempunyai beberapa istilah lain seperti *digital marketing*, *online marketing*, dan lain sebagainya.

Digital marketing mempunyai keunikan seperti:

- 1) Interaktivitas, dimana konsumen dapat menentukan waktu untuk memulai interaksi dan jangka waktu koneksi.
- 2) Konsumen tidak terbatas, setiap orang yang mempunyai koneksi terdapat internet dapat membuka *website*.
- 3) Memperkuat pemasaran, dapat meningkatkan jangkauan pasar yang memudahkan para pelaku UMKM.
- 4) Banyak informasi dan data yang mungkin untuk melakukan *up date* jika diperlukan.
- 5) Lebih mudah diukur karena menggunakan teknologi digital dari pada pemasaran tradisional.
- 6) Mudah adaptasi karena konten *website* berdasarkan masukan atau saran dari konsumen.
- 7) Efisiensi biaya.

Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan bisnisnya, berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan penetapan harga jual sampai konsumen (pembeli). Kegiatan penjualan berfungsi sebagai pelengkap atau pendukung dari aktivitas. Pembelian agar suatu transaksi dapat terjadi. Oleh karena itu, proses pembelian dan penjualan saling sebagai satu kesatuan dalam mewujudkan perpindahan hak atau terjadinya transaksi. Seperti

halnya pembelian, penjualan juga mencakup berbagai tahapan, seperti menciptakan permintaan. Mencari calon pembeli, melakukan negosiasi harga, serta menetapkan syarat-syarat pembayaran. Dalam proses ini penjualan perlu menetapkan kebijakan dan prosedur tertentu agar rencana penjualan yang telah ditentukan dapat dijalankan dengan efektif.

Tujuan penjualan untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk agar lebih menghasikan untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler. Dalam menyediakan informasi yang mengenai produk yang baru, dan untuk menunjang pertumbuhan usaha.

Tujuan penjualan tersebut akan tercapai jika penjualan telah dilaksanakan seperti yang telah direncanakan. Penjualan tidak berlangsung tanpa hambatan. Karena laba dan rugi perusahaan sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan pemasaran. Dalam faktor-faktor lingkungan tersebut memiliki peran besar dalam menentukan arah dan pertumbuhan perusahaan.

E-Commerce

Menurut ervina (2019), E-commerce yaitu aktivitas distribusi, penjualan, pembelian dan pemasaran produk maupun jasa yang dilakukan melalui media elektronik yang terhubung keinternet. Secara umum kegiatan ini melibatkan pertukaran data secara digital serta penggunaan sistem otomatis dalam pengumpulan data.

Manfaat E-Commerce :

- 1) Menghemat biaya transaksi yang tidak memerlukan biaya tambahan.
- 2) Transaksi dapat dilakukan kapan saja tanpa perlu tatap muka dengan penjualnya.
- 3) Konsumen dapat membeli-menjual produk kapanpun dimanapun.
- 4) Informasi produk dapat diperoleh dengan mudah dari berbagai situs hanya dengan satu klik.
- 5) Proses pembelian menjadi lebih praktis karena bisa dilakukan dari lokasi mana saja.
- 6) Konsumen dapat beralih dengan cepat dari toko ke toko lain secara online.
- 7) Produk-produk yang jarang dijual di toko fisik bisa ditemukan dengan lebih mudah melalui e-commerce.
- 8) Pelanggan memiliki kesempatan untuk memberikan ulasan dan komentar terhadap barang atau jasa yang mereka beli.
- 9) Membantu meningkatkan volume penjualan.
- 10) Menurunkan biaya operasional dan biaya pemeliharaan.
- 11) Mengurangi biaya pengadaan barang dan bahan baku.
- 12) Membantu menjaga kesetiaan pada pelanggan dan meningkatkan pada retensi.
- 13) Mengurangi pengeluaran untuk transportasi barang.
- 14) Memperkuat hubungan bisnis pada pelanggan dan pemasok.
- 15) Mempercepat proses transaksi penjualan.
- 16) Mempermudah komunikasi pada perusahaan internal dan dengan pihak eksternal.
- 17) Meningkatkan reputasi, citra, serta branding perusahaan.

3. Metodologi Penelitian

Memperoleh data secara kualitatif dari dokumentasi, internet, dan studi pustaka.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan dalam digital marketing penjualan produk e-commerce bisnis Izra Hijab adalah dokumentasi secara langsung proses produksi dan penjualan, serta studi pustaka melalui internet.

Metode Analisis Data

Menggunakan metode analisis kualitatif untuk menyimpulkan hasil dokumentasi dan studi pustaka

4. Hasil dan Pembahasan Data Perusahaan



Gambar 1. Logo Brand Izra Hijab

Izra Hijab memiliki toko online dishopee dengan nama akun izra hijab dan akun instagram @izra_hijab. Alamat berlokasi di jl. Polda Banten, Walantaka, Kota Serang. Perum Boekit Serang Damai (Blok H-3 No. 30).

Izra hijab merupakan usaha dibidang fashion. Muslimah yang secara khusus memproduksi dan memasarkan berbagai jenis hijab dengan konsep sederhana dan elegan. Jenis produk yang ditawarkan ada pashmina kaos rayon dengan ukuran 180x60 cm dengan warna yang akan launching hitam, coksu, dan milo muda. Segi empat bella premium dengan ukuran 110x110 cm dengan warna yang akan launching hitam, coksu, dan moca muda. Izra hijab ini menghadirkan produk kualitas tinggi yang mengutamakan kenyamanan. Usaha ini termasuk dalam katagori. Usaha ini termasuk dalam katagori usaha mikro disektor pakian.

Konsumen

Izra hijab juga menargetkan konsumen perempuan muslimah yang memiliki gaya hidup aktif, dan peduli pada penampilan dan menginginkan hijab berkualitas dengan harga terjangkau, desain elegan, dan nyaman digunakan untuk aktivitas sehari-hari ataupun acara formal.

Kompetitor

Industri hijab diindonesia merupakan pasar yang sangat kompetitif dengan banyak pemain local maupun nasional yang sudah memiliki pasar yang kuat. Merek-merek seperti Zoya, Rabbani, Elzatta. Hingga brand online seperti Vanilla hijab menjadi contoh besar yang telah dikenal luas. Namun demikian peluang tetap terbuka bagi brand Izra Hijab karena tingginya permintaan pasar, tren fashion yang terus berkembang.

Analisis SWOT

Tabel 1. Analisis SWOT Izra Hijab

ANALISIS SWOT	
STRENGTH	WEAKNESS
<ul style="list-style-type: none"> • Desain hijab yang anggun, sederhana, dan sesuai kebutuhan pasar Muslimah. • Produk variatif : Pashmina, dan Segi empat • Harga terjangkau namun tetap menjaga kualitas bahan dan kenyamanan. • Fokus pada nilai spiritual dan kepribadian Muslimah sebagai pembeda brand. • Aktif memanfaatkan media sosial untuk promosi dan edukasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Brand baru, belum memiliki loyalitas pelanggan yang kuat. • Modal awal dan kapasitas produksi masih terbatas. • Ketergantungan pada pemasaran digital dan penjualan online. • Belum memiliki toko atau jaringan distribusi yang luas
OPPURTUNITY	THREATS
<ul style="list-style-type: none"> • Pasar hijab di Indonesia sangat besar dan terus berkembang. • Semakin banyak Muslimah muda yang mencari hijab modis. • Peluang kolaborasi dengan komunitas Muslimah, dan event Islami. • Potensi ekspor ke negara-negara Muslim 	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan ketat dari brand hijab besar. • Tren fashion cepat berubah, semakin banyak inovasi-inovasi baru. • Resiko fluktuasi harga bahan baku dan biaya produksi. • Kemungkinan plagiat desain oleh brand lain. • Ketergantungan pada media sosial untuk menjangkau konsumen.

Harga Produk Izra Hijab

- 1) Pashmina Kaos Rp.55.000
- 2) Bella Premium Rp. 25.000-30.000
- 3) Mix-Match Hijab 1 Bella Premium + 1 Pashmina Koas 8 Harga Bundling Rp. 75.000-80.000
- 4) Paket hemat sahabat paket 3 bella premium harga bundling :
- 5) Rp. 70.000-85.000
- 6) Paket cantik 3in paket 3 pashmina kaos harga bundling : Rp. 150.000

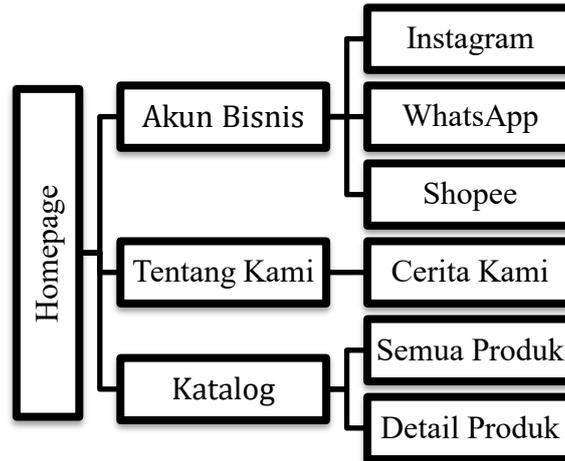
Konsep Perancangan

Konsep Kreatif

Maraknya penggunaan media sosial untuk pemasaran usaha membuat kami berpikir bahwa pemanfaatan media sosial dan *market place* seperti *website*, *instagram*, *WhatsApp*, dan *Shopee* akan mempermudah proses transaksi dengan konsumen. *Platfrom* tersebut juga sudah dilengkapi fitur-fitur seperti *feeds*, *reel*, *stories* yang memudahkan kami untuk menyaring konten dan konsumen sesuai dengan analisis SWOT yang telah dilakukan pada konten pemasaran digital ini, kami membuat katagori produk yang dijual oleh Izra Hijab. Terdapat juga promosi

dan penawaran lainya agar menarik minat konsumen terhadap produk Izra Hijab kami. Semakin banyak pula penawaran dan konten menarik lainya, maka semakin banyak konsumen yang berdatagan.

Struktur dan Alur Website



Pemilihan Media Sebagai Pelaksanaan Digital Marketing Izra Hijab

Beberapa media yang kami pilih antara lain:

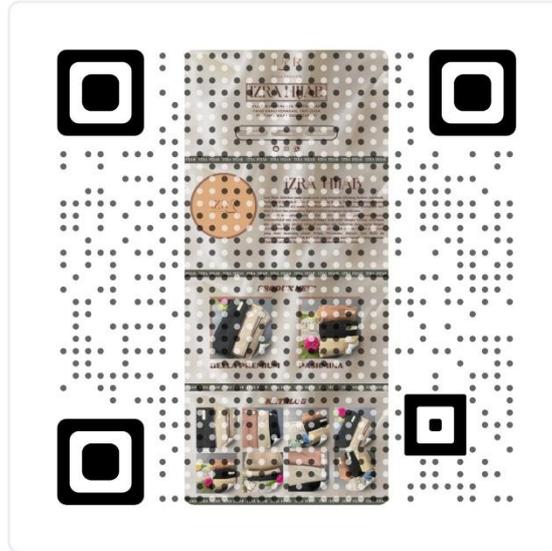
1) Website

Web merupakan penyebaran informasi melalui internet. Web adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari internet. Melalui web, pengguna dapat mengakses informasi dari situs web. Antara lain, website adalah sekumpul dari beberapa halaman web dimana informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan lain sebagainya. Dari semua bentuk web dipersentasikan dalam bentuk *hypertext* dan dapat diakses oleh prangkat lunak yang disebut dengan browser. Informasi yang terdapat dalam website pada umumnya tertulis dalam fotmat HTML. Sedangkan informasi lainnya disajikan dalam bentuk grafis seperti format GIF, PNG, JPG, dan lain-lain. Dalam bentuk suara seperti format WAW,AU, dan lain-lain. Serta bentuk objek multimedia lainnya seperti MIDI, Quictime, 3D world, Shockwave, Dan lain-lain.

Website adalah fasilitas internet yang menghubungkan dalalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokument yang ada pada website biasanya bisa berpindah dari satu page ke page lainya, baik diantara page yang disimpan dalam server dunia. Page diakses dan dibaca lewat browser seperti, Netscape Navigator atau Internet Expoler dan aplikasi browser lainya. (Hakim Likmanul,2004).

Website E-Commerce Izra Hijab Menggunakan Canva dan dapat dilihat melalui *sher link* berikut :

<https://sehatiphotostudio.my.canva.site/home> atau menggunakan scen QR Code.



Gambar 2. QR Code Website.



Gambar 3, Website Izra Hijab.

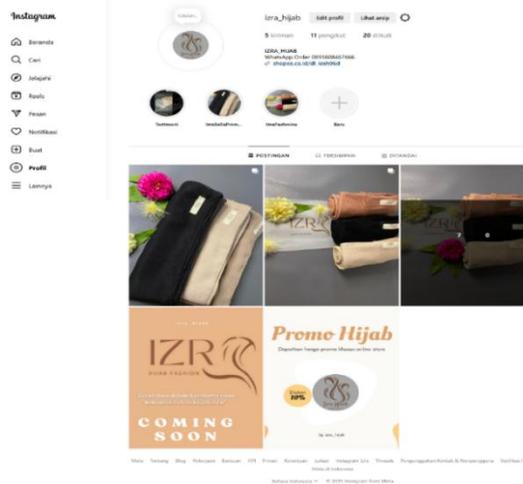
2) Instagram

Instagram merupakan salah satu jaringan sosial media terpopuler saat ini platform ini mengalami pertumbuhan pengguna yang sangat pesat, berkat fitur interaksi yang unik dan

menarik. Instagram juga lebih ke konten visual, seperti foto dan video dibandingkan dengan teks, popularitas Instagram sebagai media promosi diperkuat oleh temuan penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa sekitar 80% pengguna Instagram mengakui bahwa platform ini memiliki pengaruh besar dalam menentukan pilihan produk mereka. Fakta ini menjadi peluang bagi berbagai perusahaan dan lembaga untuk memanfaatkan Instagram dalam kegiatan sosialisasi dan promosi produk mereka.

Instagram dapat juga diartikan sebagai sebuah platform media sosial yang dirancang khusus untuk mereka yang menyukai konten visual, dilengkapi dengan fitur-fitur yang menarik dan memungkinkan pengguna mengambil foto dan membagikannya di halaman atau unggahan yang dapat dilihat oleh banyak orang (Macarthy, 2015).

Instagram Izra Hijab dengan akun @izra_hijab membuktikan bahwa tampilan dapat menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk hijab. Platform ini membantu pengusaha dan lembaga untuk memasarkan produk lewat visualisasi yang menunjukkan mata dan untuk melihat produk secara nyata.



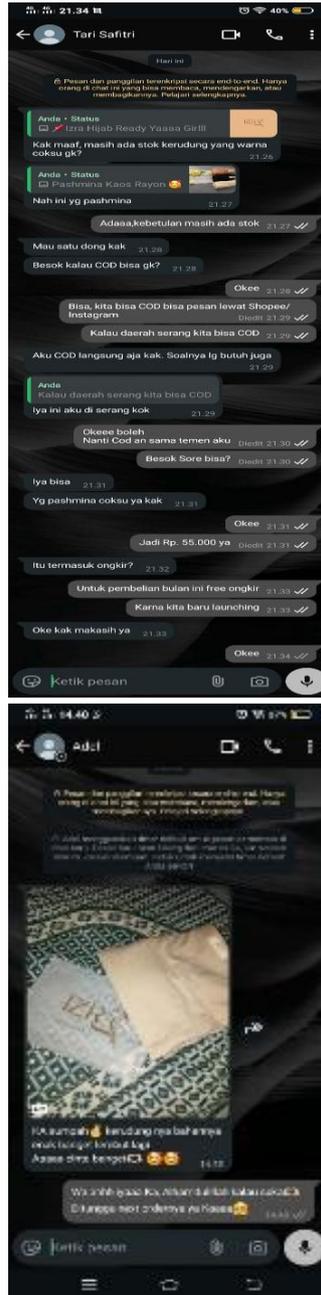
Gambar 4, Tampilan Foto Produk Hijab Instagram Izra Hijab



Gambar 5, Tampilan Feeds Instagram Izra Hijab

3) WhatsApp

WhatsApp merupakan aplikasi pesan instan untuk smartphone, jika dilihat dari fungsinya WhatsApp hampir sama dengan aplikasi SMS yang biasa digunakan di ponsel lama. Tetapi WhatsApp menggunakan koneksi internet dibandingkan SMS menggunakan pulsa dikarenakan agar dapat cepat terhubung secara online. Aplikasi ini tidak dapat batasi panjang pendek karakter yang digunakan selama kuota internet memadai.

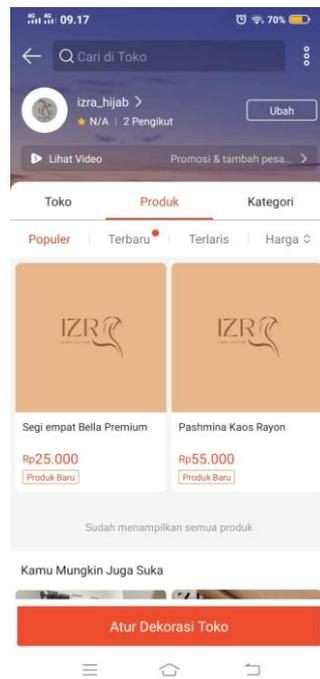
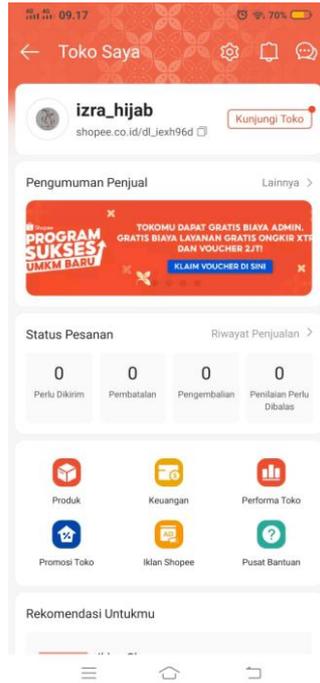


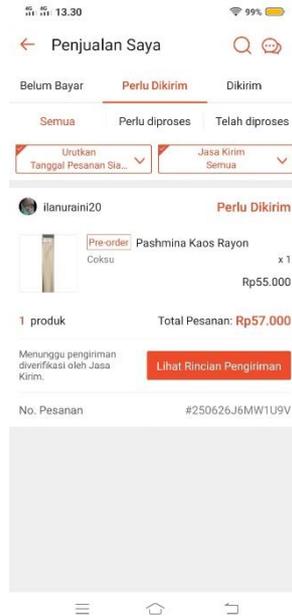
Gambar 6. WhatsApp direct message dan stroy Izra Hijab

4) Shopee

Shopee merupakan *platform e-commerce* yang berbasis disingapura dan berada dibawah naungan sea Limited (sebelumnya garena), perusahaan yang didirikan oleh Forrest Li tahun 2009. Shopee diluncurkan pertama disingapura pada tahun 2015, dan telah melebarkan sayapnya ke berbagai negara seperti Indonesia, Malaysia, Vietnam, dan Filipina.

Akun shopee Izra Hijab dibuat tahun 2025 dengan tujuan memasarkan pruduk hijab agar menjangkau pasar yang lebih luas. Meningkatkan penjualan secara online, menghemat biaya oprasional membangun *brand awareness*, dan mengikuti tren konsumen.





Gambar 7. Shopee Izra Hijab

User Testing dan Feedback

Skenario 1	Homepage - Katalog - Detail Produk - Login - Checkout - Pengiriman - Notifikasi - Konfirmasi Pembayaran
Skenario 2	Homepage - Katalog - Login - Checkout - Pengiriman - Notifikasi - Konfirmasi Pembayaran

Tabel 2, Alur Skenario Usability Testing Website

Skenario 1	Homepage - Katalog - Detail Produk - Keranjang - Checkout - Pengiriman - Notifikasi - Konfirmasi Pembayaran - Ulasan
Skenario 2	Homepage - Katalog - Detail Produk Checkout - Pengiriman - Notifikasi - Konfirmasi Pembayaran

Tabel 4, Alur Skenario Usability Testing Shoppe

Hasil Usability Checklist	Hasil Usability Checklist
<ul style="list-style-type: none"> Beberapa hal masih kurang meyakinkan pengguna menaruh kepercayaan terhadap tok 	<p>alur pada skenario penggunaan website sudah kelas dan mudah digunakan untuk pelayanan dengan baik</p>
<ul style="list-style-type: none"> Pengguna lansia masih membutuhkan panduan tambahan dalam menggunakan layanan 	

<ul style="list-style-type: none"> Pengguna cenderung merasa bingung untuk melakukan konfirmasi 	Pengguna dapat menjalankan layanan website dengan baik dan mudah dimengerti. Sedangkan pengguna lansia lebih memerlukan lebih banyak bimbingan.
--	---

Tabel 5. Hasil Usability Testing

Laporan Laba Rugi

LAPORAN LABA RUGI		
IZRA HIJAB		
PER 19 JUNI 2025		
	Kredit	Debit
Pendapatan		
Pashmina	Rp 330.000,00	
Bella Premium	Rp 150.000,00	
Total Pendapatan	Rp 480.000,00	
Beban-Beban		
Kain 18m		Rp 250.000,00
Biaya Jahit		Rp 50.000,00
Ziplock Pouch		Rp 95.000,00
Peniti		Rp 2.000,00
Logo		Rp 20.000,00
Total Beban		Rp 417.000,00
Laba Bersih		Rp 63.000,00

Gambar 8, Laporan Laba Rugi

Laporan Penjualan

LAPORAN PENJUALAN		
IZRA HIJAB		
PER 19 JUNI 2025		
Pashmina	Bella Premium	Metode Penjualan
5		Offline melalui WA
	6	Offline melalui WA
1		Online melalui Shopee

Gambar 9, Laporan Penjualan

5. Kesimpulan

Izra hijab memiliki toko online dishopee dengan nama akun instagram @izra_hijab. Alamat berlokasi di Jl, Polda Banten, Walntaka, Kota Serang, Perum Boekit Serang Damai (Blok H-3 No. 20). Izra Hijab merupakan Usaha dibidang fashion Muslimah yang memproduksi dan memasarkan berbagai jenis hijab dengan konsep sederhana dan elegan. Jenis produk yang ditawarkan ada pashmina kaos rayon dengan ukuran 180x60 cm dengan warna yang akan launching hitam, coksu, dan milo muda dan segi empat bella premium dengan ukuran 110x110 cm dengan warna yang akan launching hitam, coksu, dan moca muda. Izra Hijab ini menghadirkan produk hijab berkualitas tinggi dan premium yang mengutamakan kenyamanan. Usaha ini termasuk dalam katagori usaha mikro disektor pakaian.

Berdasarkan hasil studi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan digital marketing memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan produk pada bisnis E-Commerce izra hijab. Strategi pemasaran digital seperti penggunaan media sosial, promosi online, dan optimalisasi platfrom E-Commerce terbukti efektif dalam menarik minat konsumen serta memperluas jangkauan pasar. Dengan menerapkan pendekatan digital yang tepat izra hijab mampu meningkatkan volume penjualan produk hijab seperti pashimna dan bella

premium. Oleh karna itu, adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital merupakan langkah penting bagi pelaku usaha mikro agar dapat bersaing di era ekonomi digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rauf, S. O. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Grace Patricia Windarto, R. P. (2022). PERANCANGAN PROTOTYPE WEBSITE E-COMMERCE UD SUMBER HASIL PANGAN. *Jurnal E-Commerce*.
- Hesti Suryaningtyasari, F. D. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM UPAYA PENINGKATAN OMSET PENJUALAN (Studi Kasus Pada Geprek Benu Kota Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9-17.
- Makarima, M. M. (2019). Pemanfaatan Aplikasi Daring Media Sosial WhatsApp, sebagai Media Pembelajaran Bahasa Arab Berbasis ICT (Information and Communication Technologies) . *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam (Al-Tsiqoh)*, 135-142.
- MZ, Y. (2016). EVALUASI PENGGUNAAN WEBSITE UNIVERSITAS JANABADRA DENGAN MENGGUNAKAN METODE USABILITY TESTING. *Jurnal Informasi Interaktif Vol.1 No.1 Mei*, 34-43.
- Nafarin, M. (2009). *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sunday Ade Sitorus, M. A. (2022). *E-COMMERCE: STRATEGI DAN INOVASI BISNIS BERBASIS DIGITAL*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA).