

Implementasi Sistem Manajemen Produk Berbasis Web untuk Optimalisasi Penjualan Kerudung pada Toko Iwiim Hijab

Muhammad Miftahusy Syifa

Universitas Kh.A. Wahab Hasbullah

Muhyiddin Zainul Arifin

Universitas Kh.A. Wahab Hasbullah

Alamat: Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kh.A. Wahab Hasbullah

Korespondensi penulis: miftahbarony18@gmail.com, muhyiddinza13@gmail.com

Abstrak. *This study aims to implement a web-based product management system to optimize sales processes at Iwiim Hijab Store. The background of the research lies in the challenges faced by the store, such as manual inventory management and unintegrated marketing strategies, which often lead to data recording errors, delayed information, and decreased operational efficiency. The system development method used is the Waterfall model, which includes the stages of analysis, design, implementation, testing, and maintenance. The system provides features such as automated inventory management, real-time transaction monitoring, and in-depth sales data analysis. The results of the system implementation show improvements in operational efficiency, data accuracy, and the effectiveness of sales strategies. Therefore, this system successfully supports the competitiveness of Iwiim Hijab Store in the Muslim fashion industry in a sustainable manner.*

Keywords: *Product Management; Web-Based System; Iwiim Hijab Store; Waterfall; Online Sales.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan sistem manajemen produk berbasis web guna mengoptimalkan proses penjualan di Toko Iwiim Hijab. Latar belakang penelitian ini adalah adanya permasalahan dalam pengelolaan stok yang masih dilakukan secara manual serta strategi pemasaran yang belum terintegrasi secara digital. Kondisi ini sering menimbulkan kesalahan pencatatan, keterlambatan informasi, dan menurunnya efisiensi operasional. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah Waterfall, yang mencakup tahapan analisis, desain, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Sistem ini menyediakan fitur manajemen stok otomatis, pemantauan transaksi secara real-time, serta analisis data penjualan yang mendalam. Hasil dari implementasi sistem menunjukkan peningkatan efisiensi operasional, akurasi data, dan efektivitas strategi penjualan. Dengan demikian, sistem ini mampu mendukung peningkatan daya saing Toko Iwiim Hijab dalam industri fashion muslim secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Manajemen Produk; Sistem Berbasis Web; Toko Iwiim Hijab; *Waterfall*; Penjualan Online

PENDAHULUAN

Industri fashion muslim di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan nilai-nilai religius dalam berbusana (Ilmiah & Islam, 2024). Salah satu segmen yang mengalami perkembangan pesat adalah bisnis penjualan hijab atau kerudung, yang kini tidak hanya menjadi kebutuhan ibadah tetapi juga bagian dari gaya hidup dan ekspresi diri (Fajrin & Mustofa, 2023). Perubahan perilaku konsumen dalam memilih produk fashion muslim semakin dipengaruhi oleh aksesibilitas teknologi informasi dan platform digital yang mempermudah transaksi dan pencarian produk (Hidayat et al., 2025). Namun, kemajuan ini juga menimbulkan tantangan baru bagi pelaku usaha, terutama dalam hal

pengelolaan stok, strategi pemasaran, dan integrasi sistem penjualan yang efisien (Tengah, 2024). Tanpa pemanfaatan teknologi yang tepat, pelaku bisnis fashion muslim dapat kesulitan beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah dan persaingan yang semakin ketat (Maryawanti, 2024).

Toko Iwiim Hijab sebagai salah satu usaha kecil menengah (UKM) di sektor fashion muslim menghadapi kendala serupa dalam mengelola stok produk dan memperluas jangkauan pemasaran secara efisien (Daulay, Imsar, & Harahap, 2023). Pencatatan stok yang masih dilakukan secara manual sering kali menimbulkan ketidaksesuaian data yang berdampak pada layanan pelanggan dan efektivitas pengambilan keputusan bisnis (Imsar et al., 2023). Ketidakakuratan dalam pengelolaan inventaris juga berpotensi menyebabkan kerugian finansial akibat kelebihan atau kekurangan barang yang tidak terdeteksi secara real-time (Maryawanti, 2024). Dalam konteks ini, integrasi sistem manajemen berbasis web menjadi solusi yang relevan untuk mengatasi permasalahan tersebut, terutama dalam hal otomatisasi pencatatan dan pelacakan produk (Wigati et al., 2022). Sistem semacam ini memungkinkan pengelolaan inventaris yang lebih transparan, akurat, dan mudah dipantau oleh pemilik usaha di berbagai lokasi dan waktu (Amarudi, Eka, & Putri, 2025).

Selain dalam aspek operasional, digitalisasi juga memainkan peran penting dalam peningkatan daya saing melalui strategi pemasaran berbasis data dan digital branding (Aprianto, 2024). Dalam era di mana konsumen banyak mengakses informasi melalui media sosial dan e-commerce, keberadaan sistem manajemen yang terintegrasi dengan platform digital menjadi kunci untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Hidayat et al., 2025). Strategi pemasaran digital yang memanfaatkan data perilaku konsumen dapat meningkatkan efektivitas kampanye dan memperkuat loyalitas pelanggan terhadap merek (Amarudi, Eka, & Putri, 2025). Di samping itu, sistem manajemen berbasis web dapat menyajikan analisis tren penjualan, identifikasi produk favorit, serta memberikan rekomendasi strategi harga yang kompetitif (Aprianto, 2024). Oleh karena itu, implementasi sistem manajemen produk berbasis web bukan hanya solusi teknis, tetapi juga strategi bisnis yang dapat meningkatkan efisiensi, akurasi, dan profitabilitas usaha fashion muslim seperti Toko Iwiim Hijab (Wigati et al., 2022).

KAJIAN TEORITIS

Sistem informasi merupakan sebuah sistem terintegrasi yang terdiri dari komponen-komponen seperti perangkat keras, perangkat lunak, manusia, data, dan proses yang bekerja bersama untuk mengumpulkan, menyimpan, mengolah, dan menyebarluaskan informasi dalam rangka mendukung pengambilan keputusan yang efektif dalam sebuah organisasi bisnis (Hasti, 2023). Dalam konteks bisnis ritel, sistem informasi berperan penting dalam mendukung aktivitas operasional sehari-hari, mulai dari pencatatan stok, pengelolaan transaksi penjualan, hingga pemantauan perilaku konsumen secara real-time (Hasti, 2023). Teknologi ini sangat penting dalam menciptakan efisiensi proses bisnis, terutama bagi pelaku usaha skala kecil dan menengah yang ingin mengurangi ketergantungan pada sistem manual (Hasti, 2023). Melalui sistem informasi yang dirancang secara berbasis web, pengusaha dapat memperoleh informasi yang akurat dan terkini untuk membuat keputusan yang strategis, khususnya dalam menyesuaikan persediaan dengan permintaan pasar (Kalepasa, 2024). Hal ini

mempercepat proses bisnis sekaligus meminimalisasi risiko kesalahan manusia dalam pencatatan maupun analisis data (Kalepasa, 2024).

Manajemen produk dalam bisnis merupakan proses yang melibatkan berbagai aktivitas strategis dan operasional yang bertujuan untuk merancang, mengembangkan, mengelola, dan mengevaluasi produk agar sesuai dengan kebutuhan pasar dan memberikan nilai lebih bagi konsumen (Kalepasa, 2024). Dalam konteks bisnis hijab, manajemen produk tidak hanya terbatas pada pengelolaan jumlah stok, tetapi juga mencakup pengelompokan produk berdasarkan kategori tertentu seperti warna, bahan, model, dan tren fashion muslim yang terus berkembang (Eltiana & Saputra, 2024). Penggunaan teknologi sistem informasi berbasis web dalam manajemen produk sangat membantu pelaku usaha dalam memantau stok secara real-time, mengurangi kemungkinan overstock atau stockout, serta mempermudah dalam melakukan penyesuaian harga dan promosi berdasarkan analisis penjualan sebelumnya (Kalepasa, 2024). Efisiensi operasional yang ditawarkan oleh sistem ini menjadikan bisnis lebih adaptif terhadap perubahan tren pasar dan kebutuhan pelanggan yang bersifat dinamis (Eltiana & Saputra, 2024). Selain itu, digitalisasi dalam manajemen produk memungkinkan pelaku usaha memiliki akses terhadap data analitik yang mendalam, yang dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan terukur (Hasti, 2023).

Website didefinisikan sebagai sekumpulan halaman informasi digital yang saling terhubung, yang dapat diakses melalui jaringan internet menggunakan domain tertentu, dan dirancang untuk menyampaikan informasi serta memfasilitasi interaksi antara pengguna dan penyedia informasi secara efisien (Eltiana & Saputra, 2024). Dalam era digital, website menjadi sarana penting dalam mendukung transformasi bisnis, termasuk di sektor ritel fashion muslim seperti penjualan hijab (Hanifah et al., 2024). Website tidak hanya berfungsi sebagai etalase digital untuk memamerkan produk, tetapi juga sebagai platform transaksi, komunikasi pelanggan, serta alat untuk mengumpulkan data preferensi konsumen (Pengabdian et al., 2024). Dengan website yang dirancang secara optimal, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas, memberikan kemudahan dalam navigasi produk, serta memfasilitasi pembelian secara praktis dan aman (Arsando et al., 2024). Selain itu, website memungkinkan bisnis untuk menampilkan katalog produk yang selalu diperbarui secara otomatis, yang sangat berguna dalam konteks manajemen stok yang efisien dan akurat (Hanifah et al., 2024).

Teknologi web dalam manajemen produk memainkan peran kunci dalam mengintegrasikan berbagai komponen bisnis secara digital, mulai dari sistem inventaris, pencatatan transaksi, hingga pemasaran online yang dilakukan secara terstruktur dan sistematis (Eltiana & Saputra, 2024). Dalam bisnis ritel modern, sistem manajemen produk berbasis web mampu menyederhanakan proses operasional dan meningkatkan kecepatan pelayanan melalui otomatisasi dan akses data yang real-time (Hanifah et al., 2024). Dengan dukungan teknologi ini, pelaku usaha dapat memantau pergerakan stok, melakukan pemesanan ulang otomatis, serta mengintegrasikan sistem dengan platform e-commerce dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk (Arsando et al., 2024). Fitur-fitur seperti notifikasi stok habis, sistem rekomendasi produk, dan dashboard analitik memungkinkan pelaku usaha untuk membuat keputusan berbasis data dalam waktu singkat (Pengabdian et al., 2024). Teknologi web juga memungkinkan penggunaan perangkat lunak open-source atau berbasis *framework* yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan usaha kecil, menjadikannya solusi terjangkau yang mendukung transformasi digital UMKM di sektor fashion muslim (Hanifah et al., 2024).

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa implementasi sistem manajemen produk berbasis web telah memberikan banyak manfaat di berbagai sektor ritel, khususnya dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperbaiki proses pengambilan keputusan bisnis (Eltiana & Saputra, 2024). Misalnya, penelitian oleh Eltiana dan Saputra menunjukkan bahwa sistem e-commerce terintegrasi dengan *framework Yii* mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan produk dan memperbaiki pengalaman pelanggan secara signifikan (Eltiana & Saputra, 2024). Sementara itu, studi oleh Hanifah dan rekan-rekannya dalam konteks bisnis sablon menunjukkan bahwa WordPress dengan fitur manajemen stok membantu mempercepat proses transaksi dan pemantauan pesanan secara digital (Hanifah et al., 2024). Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Arsando dan tim menyoroti pentingnya metode SOSTAC dalam mendesain strategi e-marketing yang terintegrasi dengan sistem manajemen stok digital, yang secara langsung berpengaruh pada peningkatan penjualan (Arsando et al., 2024). Di sisi lain, pendekatan pelatihan dan edukasi penggunaan sistem berbasis web seperti yang dilakukan oleh tim Pengabdian Abdimas terbukti mampu meningkatkan kapabilitas pelaku usaha mikro dalam mengelola data produk dan penjualan (Pengabdian et al., 2024). Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara spesifik menyoroti implementasi sistem ini dalam bisnis hijab atau fashion muslim, yang memiliki karakteristik produk dan tren pasar yang unik, sehingga menciptakan ruang kontribusi baru bagi penelitian ini (Kalepasa, 2024).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode *Waterfall*, yang merupakan pendekatan pengembangan sistem secara sistematis dan terstruktur, di mana setiap tahapan dilaksanakan secara berurutan dan tidak dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya sebelum tahap sebelumnya diselesaikan secara menyeluruh. Metode ini dipilih karena kesesuaiannya dengan kebutuhan pengembangan sistem manajemen produk berbasis web yang membutuhkan perencanaan matang dan alur kerja yang terorganisir. Tahapan pertama dalam metode ini adalah analisis kebutuhan, yang mencakup pengumpulan informasi terkait fitur dan fungsi sistem yang dibutuhkan oleh pemilik toko serta memahami kebutuhan bisnis dan teknologi yang relevan. Selanjutnya, tahap perancangan dilakukan untuk membuat spesifikasi teknis dan fungsional, merancang struktur basis data, serta antarmuka pengguna yang sesuai dengan kebutuhan sistem. Setelah desain selesai, tahap implementasi dilakukan dengan membangun program dan mengintegrasikan seluruh komponen sistem. Sistem yang telah dibangun kemudian diuji secara menyeluruh untuk memastikan kesesuaian fungsionalitas, keamanan, dan performanya sesuai dengan spesifikasi awal. Setelah pengujian berhasil, sistem akan disebarkan kepada pengguna melalui proses pelatihan dan integrasi dengan proses bisnis yang ada. Tahap terakhir adalah pemeliharaan sistem yang mencakup perbaikan, peningkatan, serta dukungan teknis agar sistem tetap dapat berfungsi secara optimal di tengah perubahan kebutuhan bisnis yang dinamis (Pressman, 2012).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Implementasi basis data didasarkan pada perancangan basis data yang telah dibuat sebelumnya. Secara fisik, implementasi basis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak MySQL. Struktur tabel yang diimplementasikan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. User

barang_db user	
id_user	int
nama	varchar(50)
username	varchar(50)
email	varchar(100)
no_telp	varchar(15)
role	enum('gudang','admin')
password	varchar(255)
created_at	int
foto	text
is_active	tinyint(1)

Tabel 2. Barang

barang_db barang	
id_barang	char(7)
nama_barang	varchar(255)
stok	int
satuan_id	int
jenis_id	int

Tabel 3. Supplier

barang_db supplier	
id_supplier	int
nama_supplier	varchar(50)
no_telp	varchar(15)
alamat	text

Tabel 4. Satuan

barang_db satuan	
id_satuan	int
nama_satuan	varchar(15)

Tabel 5. Jenis

barang_db jenis	
id_jenis	int
nama_jenis	varchar(20)

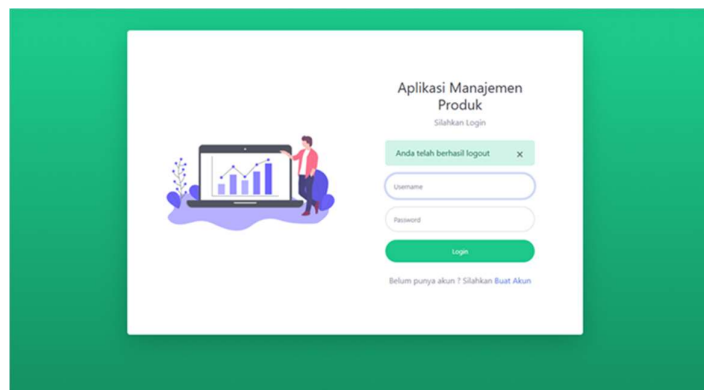
Tabel 6. Barang Masuk

barang_db barang_masuk	
id_barang_masuk	char(16)
supplier_id	int
user_id	int
barang_id	char(7)
jumlah_masuk	int
tanggal_masuk	date

Tabel 7. Barang Keluar

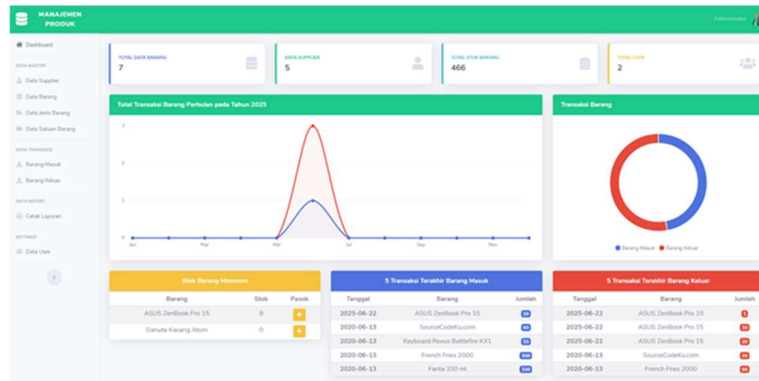
barang_db barang_keluar	
id_barang_keluar	char(16)
user_id	int
barang_id	char(7)
jumlah_keluar	int
tanggal_keluar	date

Implementasi interface dilakukan pada setiap form yang dibuat dalam aplikasi. Form-form tersebut antara lain :



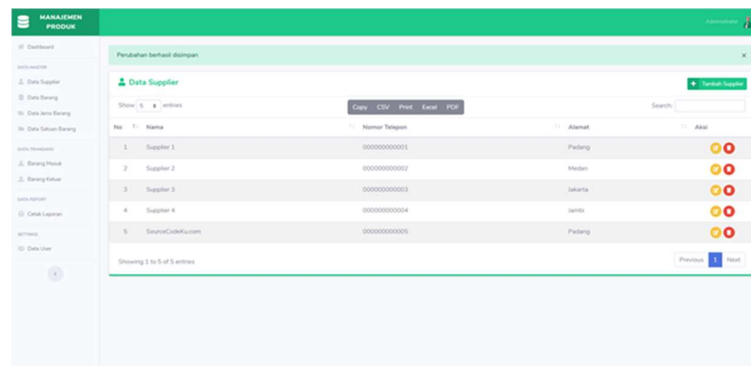
Gambar 1. Interface Halaman Login

Berdasarkan Gambar 1, diatas adalah sebuah halaman situs web di mana pihak admin atau pemilik toko melakukan proses login dengan memasukkan nama pengguna (*username*) dan kata sandi (*password*) untuk mendapatkan akses ke sistem.



Gambar 2. Interface Halaman Dashboard

Berdasarkan Gambar 2, Halaman ini berfungsi sebagai pusat kontrol dan pemantauan untuk administrasi dan pengelolaan produk toko. Pada halaman ini pihak admin atau pemilik toko dapat dengan mudah mengakses dan mengelola berbagai informasi dan aspek penting yang terkait dengan manajemen produk toko.



Gambar 3. Interface Halaman Data Supplier

Berdasarkan Gambar 3, Pada halaman ini admin atau pemilik toko dapat mengedit, menambah dan menghapus data supplier yang melakukan transaksi dengan toko. Untuk menambahkan data supplier perlu mengisi nama supplier, no telepon dan alamat.

Gambar 4. Interface Halaman Form Tambah Barang

Berdasarkan pada Gambar 4, Pada halaman ini pemilik toko atau admin perlu mengisi form berisi nama barang, jenis barang dan satuan barang. Namun admin perlu memasukkan data terlebih dahulu jenis barang dan satuan barang pada menu satuan barang dan jenis barang.

The image shows two web forms side-by-side. The top form is titled 'Form Tambah Jenis Barang' and has a 'Kembali' button in the top right. It contains a text input field labeled 'Nama Jenis' with the placeholder text 'Nama Jenis Barang'. Below the input field are two buttons: a green 'Simpan' button and an orange 'Reset' button. The bottom form is titled 'Form Tambah Satuan Barang' and also has a 'Kembali' button in the top right. It contains a text input field labeled 'Nama Satuan' with the placeholder text 'Nama Satuan'. Below the input field are two buttons: a green 'Simpan' button and an orange 'Reset' button.

Gambar 5. Interface Halaman Form Jenis Barang dan Satuan Barang

Berdasarkan Pada Gambar 5, Pada halaman jenis barang dan satuan barang admin atau pemilik toko perlu memasukkan data terlebih dahulu agar dapat memasukkan data barang karena data jenis barang dan satuan barang saling berhubungan satu samalain.

The image shows a web form titled 'Form Input Barang Masuk' with a 'Kembali' button in the top right. At the top, there is a green success message box that says 'Password berhasil diubah'. Below this, the form contains several fields: 'ID Transaksi Barang Masuk' (pre-filled with 'T-BM-25071700001'), 'Tanggal Masuk' (pre-filled with '2025-07-17' and a calendar icon), 'Supplier' (pre-filled with 'Pilih Supplier' and a dropdown arrow), 'Barang' (pre-filled with 'Pilih Barang' and a dropdown arrow), 'Stok' (empty), 'Jumlah Masuk' (pre-filled with 'Jumlah Masuk' and a 'Satuan' button), and 'Total Stok' (empty). At the bottom are two buttons: a green 'Simpan' button and an orange 'Reset' button.

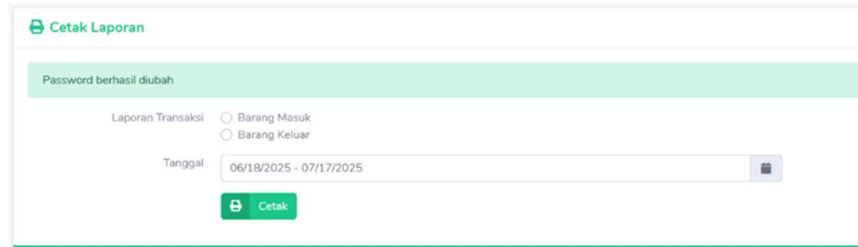
Gambar 6. Interface Halaman Form Input Barang

Berdasarkan Pada Gambar 6, halaman form input barang masuk admin atau pemilik toko dapat memasukkan data barang yang masuk. Admin hanya perlu memilih supplier, barang dan jumlah barang yang masuk.

The image shows a web form titled 'Form Input Barang Keluar' with a 'Kembali' button in the top right. At the top, there is a green success message box that says 'Password berhasil diubah'. Below this, the form contains several fields: 'ID Transaksi Barang Keluar' (pre-filled with 'T-BK-25071700001'), 'Tanggal Keluar' (pre-filled with '2025-07-17' and a calendar icon), 'Barang' (pre-filled with 'Pilih Barang' and a dropdown arrow), 'Stok' (empty), 'Jumlah Keluar' (pre-filled with 'Jumlah Keluar' and a 'Satuan' button), and 'Total Stok' (empty). At the bottom are two buttons: a green 'Simpan' button and an orange 'Reset' button.

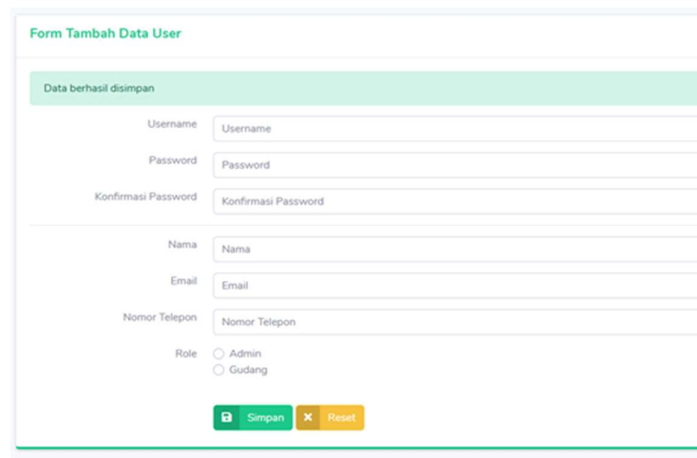
Gambar 7. Interface Halaman Form Input Barang Keluar

Berdasarkan Pada Gambar 7, halaman ini admin dapat memasukkan data barang keluar dengan cara memilih barang dan jumlah barang yang keluar.



Gambar 8. Interface Halaman Cetak Laporan

Berdasarkan Pada Gambar 8, Pada halaman cetak laporan admin atau pemilik toko dapat mencetak dan mendownload laporan barang masuk dalam kurun waktu yang disediakan pada menu pilihan tanggal.



Gambar 9. Interface Halaman Form Tambah Data User

Berdasarkan Pada Gambar 9, Dalam halaman ini admin dapat mengedit sesuai keperluan tentang user dengan mengisi form berisi username, password, konfirmasi password, nama, email, no telepon, dan role.

Pembahasan

Pengujian website merupakan tahap penting dalam proses pengembangan Sistem Informasi Manajemen Produk, karena berfungsi untuk memastikan bahwa sistem yang telah dirancang berjalan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dalam proses ini, digunakan metode *Black Box Testing* yang fokus pada pengujian fungsional tanpa memperhatikan struktur internal kode program. Melalui pendekatan ini, sistem diuji berdasarkan berbagai skenario penggunaan nyata, dengan tujuan untuk mengidentifikasi adanya kesalahan atau ketidaksesuaian antara output yang dihasilkan dan fungsionalitas yang telah dirancang. Pengujian ini sangat penting karena mampu mengungkap kesalahan yang tidak terdeteksi selama proses pengembangan awal, sehingga memberikan gambaran yang lebih objektif tentang kualitas sistem yang telah dibuat.

Hasil dari pengujian *Black Box* memberikan gambaran menyeluruh mengenai sejauh mana sistem dapat diandalkan dalam kondisi operasional yang sesungguhnya. Aspek-aspek penting seperti fungsionalitas sistem, kemudahan navigasi, tingkat responsivitas terhadap perintah pengguna, keamanan data, serta integrasi antar modul diuji secara menyeluruh. Apabila

seluruh output yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan fungsional yang telah ditetapkan, maka sistem dianggap layak digunakan. Namun, apabila ditemukan ketidaksesuaian atau bug, maka sistem harus diperbaiki dan disempurnakan sebelum benar-benar diterapkan. Dengan pengujian yang menyeluruh ini, diharapkan website dapat beroperasi secara optimal dan memberikan pengalaman pengguna yang maksimal serta memenuhi tujuan utama sistem, yaitu membantu pengelolaan produk secara efektif dan efisien.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah berhasil mengembangkan Sistem Manajemen Produk Berbasis Website yang secara khusus ditujukan untuk mendukung operasional Toko Iwiim Hijab. Sistem ini dibangun menggunakan Framework CodeIgniter 3 yang dikenal sebagai framework PHP yang sederhana dan efisien dalam pengembangan aplikasi web. Berdasarkan hasil pengujian yang meliputi metode blackbox serta evaluasi langsung oleh Admin atau Pemilik Toko, sistem terbukti berfungsi dengan baik secara keseluruhan dan mampu memenuhi tujuan utama dari proses pengembangannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, Ronal. 2024. "Strategic: Journal of Management Sciences PERAN RELIGIOUS DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA Religius (Religious Marketing), Yang Bertujuan Mengintegrasikan Nilai-Nilai Agama Dalam Aktivitas Pembelian Busana Muslim Secara Online Di Indonesia Masih Terbat" 4 (3).
- Arsando, Dani, Evi Yulianingsih, Sains Teknologi, Universitas Bina Darma, Sains Teknologi, and Universitas Bina Darma. 2024. "E-MARKETING THRIFTING PAKAIAN BERBASIS WEB MENGGUNAKAN" 8 (2): 221–35.
- Daulay, Aisy Salwa, Imsar Imsar, and Rahmat Daim Harahap. 2023. "Strategi Pengembangan Pasar Digital Dalam Mendukung Industri Fashion Halal Di Indonesia." *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 5 (1): 1035–42. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2918>.
- Eltiana, Nia Irma, and Hadi Kurnia Saputra. 2024. "Rancang Bangun E-Commerce Terintegrasi Untuk Toko Atlanta Sport Berbasis Yii Framework." *J-HyTEL: Journal of Hypermedia & Technology-Enhanced Learning* 2 (1): 45–59. <https://doi.org/10.58536/j-hytel.v2i1.111>.
- Fajrin, R A, and M S Mustofa. 2023. "Strategi Bisnis Pada Pengusaha Fashion Dalam Menghadapi Perkembangan E-Commerce (Studi Kasus Pada 3 Pengusaha Fashion Di" *Journal of Indonesian Social Studies ...*, 188–200. <https://journal.unnes.ac.id/sju/JISSE/article/view/78942%0Ahttps://journal.unnes.ac.id/sju/JISSE/article/download/78942/26717>.
- Hanifah, Shifa, Lis Suryadi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Business Model Canvas, Unified Modelling Language, and Search Engine Optimization. 2024. "PENERAPAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN WORDPRESS PADA IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE USING WORDPRESS AT" 3 (September): 1226–35.

- Hasti, Novrini, Mohamad Indra Firmansyah, Iyan Gustiana, Wahyuni Wahyuni, and Tono Hartono. 2023. "Sistem Informasi Penjualan Dan Pembelian Berbasis Web." *Majalah Ilmiah UNIKOM* 21 (1): 37–42. <https://doi.org/10.34010/miu.v21i1.10688>.
- Hidayat, Taofik, Ajeng Erna Safitri, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, Yasa Anggana, Jl Otista No A, Kec Tarogong Kidul, Kabupaten Garut, and Jawa Barat. 2025. "Optimalisasi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif: Studi Kasus Elzatta Hijab Garut Bersaing . Digital Marketing , Sebagai Salah Satu Variabel Bebas , Berperan Dalam Mendukung" 4 (6): 3355–65.
- Ilmiah, Jurnal, and Ekonomi Islam. 2024. "Perilaku Konsumsi Fashion Muslim Di Era Digital Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara)" 10 (03): 2854–63.
- Kalepasa, Tarangga Lanang, Galandaru Swalaganata, Sistem Informasi, and Universitas Merdeka Malang. 2024. "Perancangan UI / UX Aplikasi Dropship Berbasis Android Di PT . Lafeca Tetra Indotama Malang Menggunakan Metode Design Thinking Kata Kunci :," 4931–38.
- Maryawanti, Nur Afifah Eka. 2024. "Analisis Penjualan Jilbab Jasmine Melalui Live Streaming Dan Flash Sale." *Rumpun Manajemen Dan Ekonomi* 1 (3): 552–59. <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i3.1791>.
- Pengabdian, Jurnal, Masyarakat Abdimas, and Vol No Desember. 2024. "Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIMAS) Vol . 2 No . 12 Desember 2024 , Hal 415-421.
- Tengah, Kabupaten Lombok. 2024. "Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah" 1 (7): 305–16.
- Wigati, Restu, Abdurohim Abdurohim, Dwi Esti Intari, Hendrian Budi Bagus Kuncoro, and Resma Kusumaningrum. 2022. "Program Kemitraan Masyarakat 'Hijab Fashion' Melalui Strategi Minim Kontak (Less Contact Economy) Menuju Era New Normal Di Kota Serang-Banten." *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 18 (1): 1–12. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v18i1.4035>.
- R. S. Pressman, *Rekayasa Perangkat Lunak (Pendekatan Praktisi)*, Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2012.