

E-Market Produk Elektronik Menggunakan Cross Selling

E-Marketing Electronic Products Using Cross Selling

Abdullah¹, Megawaty^{2*}

^{1,2}Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

laab87573@gmail.com¹, mega.hendiadi@gmail.com²

Informasi Artikel:

Diterima: 03 Maret 2023, Direvisi: 04 Mei 2023, Disetujui: 19 Mei 2023

Abstrak-

Latar Belakang: CV Permata Hijau Delapan merupakan sebuah toko yang bergerak dalam bidang penjualan Elektronik yang belum menerapkan strategi pada penjualan dan pemasaran produk, toko ini telah memperkenalkan sistem penjualan melalui media sosial, namun belum menggunakan sistem rekomendasi pada website.

Tujuan: Untuk mengkaji penerapan strategi cross selling pada e-market produk elektronik yang dimiliki oleh CV Permata Hijau Delapan.

Metode: Sistem dapat merekomendasikan produk-produk yang banyak dibeli oleh konsumen CV Permata Hijau Delapan dengan menerapkan metode cross selling.

Hasil: Sistem yang dibangun mengakomodasi proses transaksi penjualan dan pemesanan produk secara online. Survei melalui google form terhadap pelanggan. Dapat diketahui bahwa persentase rata-rata dari setiap kepuasan pelanggan yaitu terhadap produk sebesar 65,1%, terhadap harga sebesar 74%, terhadap layanan pelanggan sebesar 75,6%, dan terhadap pengalaman belanja sebesar 79,8% secara keseluruhan. Dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan yang dominan pada survey adalah terhadap pengalaman belanja sebesar 79,8%.

Kesimpulan: Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi cross selling pada e-market produk elektronik CV Permata Hijau Delapan efektif dalam meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Cross selling, E-Market, Produk Elektronik

Abstract-

Background: CV Permata Hijau Delapan is a shop engaged in Electronic sales that has not implemented a strategy on product sales and marketing, this shop has introduced a sales system through social media, but has not used a recommendation system on the website.

Objective: To examine the application of cross selling strategies in the e-market of electronic products owned by CV Permata Hijau Eight.

Methods: The system can recommend products that are widely purchased by consumers of CV Permata Hijau Delapan by applying the cross selling method.

Result: The system built accommodates the process of sales transactions and product orders online. Survey through google form to customers. It can be seen that the average percentage of each customer satisfaction is towards the product by 65.1%, towards the price by 74%, towards customer service by 75.6%, and towards the shopping experience by 79.8% overall. It can be seen that the dominant customer satisfaction in the survey is towards the shopping experience of 79.8%.

Conclusion: This study shows that the implementation of cross-selling strategies in the e-market of electronic products CV Permata Hijau Delapan is effective in increasing sales.

Keywords: Cross selling, E-Market, Electronic Products

Penulis Korespondensi:

Megawaty,

Fakultas Sains Teknologi Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia,

Email: mega.hendiadi@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, pasar elektronik telah mengalami pertumbuhan pesat. Banyak perusahaan telah beralih ke model bisnis online untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh e-market atau pasar elektronik. Teknologi berkembang sangat pesat dan terus mengalami perubahan dari tahun ke tahun [1]. Oleh karenanya akan terus muncul tren digital marketing terbaru yang disesuaikan dengan kondisi dan situasi di tahun tersebut. Pertumbuhan pasar e-market di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya, terlebih lagi tahun ini dengan adanya pandemi. Banyak konsumen yang sebelumnya tidak pernah berbelanja online kini harus mengandalkan platform belanja digital untuk memenuhi kebutuhan mereka [2]. CV Permata Hijau Delapan juga telah menyadari pentingnya berpartisipasi dalam e-market dan memanfaatkannya untuk mempromosikan dan menjual produk elektronik mereka. Dalam upaya untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan, CV Permata Hijau Delapan dapat menerapkan strategi cross selling di platform e-market mereka. Tujuan penelitian adalah untuk mengkaji penerapan strategi cross selling pada e-market produk elektronik yang dimiliki oleh CV Permata Hijau Delapan. Cross selling merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan dengan mempromosikan atau menawarkan produk tambahan kepada pelanggan yang sudah melakukan pembelian.

Cross selling merupakan strategi pemasaran di mana perusahaan menawarkan produk tambahan atau metode yang dapat memikat pelanggan untuk melengkapi produk awal yang dibeli dengan produk yang dapat melengkapinya [3]. Dengan menerapkan cross selling, CV Permata Hijau Delapan dapat meningkatkan nilai transaksi pelanggan dan mengoptimalkan potensi penjualan. Salah satu manfaat utama dari cross selling adalah meningkatkan pendapatan per pelanggan. Penerapan cross selling dapat meningkatkan jumlah transaksi penjualan serta memperluas segmentasi pelanggan dan area penjualan [4]. Hal ini didukung oleh teori kinerja pemasaran merupakan ukuran prestasi yang diperoleh dari proses aktivitas pemasaran secara menyeluruh dari sebuah organisasi artinya, apabila cross selling meningkat kinerja penjualan akan meningkat. Untuk meningkatkan kinerja pemasaran maka di perlukan cross selling yang efektif [5]. Dengan menawarkan produk tambahan yang relevan, CV Permata Hijau Delapan dapat menggiring pelanggan untuk membeli lebih dari satu produk.

Masalah yang dapat terjadi dalam penerapan e-market produk elektronik pada CV Permata Hijau Delapan menggunakan strategi cross selling adalah kurangnya pemahaman tentang preferensi pelanggan dan kurangnya kemampuan dalam mengidentifikasi peluang cross selling yang relevan. Selain itu, kurangnya integrasi sistem e-market dengan data pelanggan dan kurangnya promosi yang efektif juga dapat menjadi hambatan dalam mengoptimalkan potensi cross selling. Masalah ini perlu diselidiki untuk mengetahui preferensi pelanggan sangat penting dalam menjalankan strategi cross selling. Namun demikian, seiring dengan perkembangan teknologi, penting untuk memperhatikan etika dalam penggunaan data pelanggan dan menghindari penekanan berlebihan pada pelanggan untuk membeli produk tambahan [6]. Strategi cross selling harus tetap memperhatikan kebutuhan dan preferensi pelanggan untuk memberikan pengalaman belanja online yang lebih baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan memahami preferensi pelanggan, perusahaan dapat menawarkan produk tambahan yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka [7]. Tanpa pemahaman yang memadai tentang preferensi pelanggan, risiko penawaran yang tidak relevan atau tidak menarik meningkat, yang dapat mengurangi efektivitas cross selling. Preferensi konsumen dapat didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi [8]. Tingkat preferensi konsumen berbeda-beda, tergantung dari persepsi konsumen tersebut.

Terdapat beberapa penelitian terkait cross selling seperti penelitian mengenai efektifitas komunikasi cross selling fontliner terhadap peningkatan penjualan produk [8], penelitian tersebut membahas tentang mengenai cross selling pada salah satu bank syariah dan juga meneliti mengenai peningkatan pada salah satu produk di bank syariah tersebut. Penelitian tersebut juga dilakukan oleh [7] yang membahas tentang penerapan cross selling pada penjualan produk. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang kami lakukan yaitu peran cross selling terhadap e-market Produk Elektronik. Kebaruan penelitian ini adalah CV Permata Hijau Delapan menggunakan cross selling. Tren terbaru dalam e-market produk elektronik termasuk penggunaan

teknologi kecerdasan buatan dan analitik data untuk meningkatkan pengalaman belanja online dan personalisasi produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Sementara itu, dalam cross selling, tren terbaru melibatkan penggunaan teknologi untuk merekomendasikan produk tambahan yang lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, cross selling juga semakin dipersonalisasi dengan memperhatikan data perilaku belanja pelanggan seperti riwayat pembelian, preferensi, dan perilaku penelusuran online.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan Manajer CV Permata Hijau Delapan dalam menghadapi persaingan di pasar elektronik yang semakin ketat, CV Permata Hijau Delapan telah memilih untuk mengambil langkah strategis dengan menerapkan cross selling di platform e-market mereka. Dalam pendekatan ini, kurangnya rekomendasi barang dan tidak adanya fasilitas produk mana yang paling banyak diminati, maka mengakibatkan kurang optimalnya penjualan [9, 10]. Sehingga **tujuan dari penelitian ini** yaitu penggunaan metode cross selling pada website untuk mengoptimalkan penjualan. CV Permata Hijau Delapan akan menganalisis data pelanggan dan pola pembelian untuk mengidentifikasi produk tambahan yang paling relevan. Dengan memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan, CV Permata Hijau Delapan dapat menyusun tawaran cross selling yang menarik dan bermanfaat. Selain itu, perusahaan akan memastikan bahwa tawaran cross selling ditampilkan secara jelas dan menarik di platform e-market mereka, dengan deskripsi produk yang informatif dan penempatan strategis. CV Permata Hijau Delapan juga akan melibatkan tim penjualan yang terampil dan terlatih dengan pengetahuan yang cukup tentang produk tambahan yang ditawarkan. Tim penjualan akan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan potensial, membantu mereka membuat keputusan pembelian yang tepat. Dengan demikian, CV Permata Hijau Delapan berharap dapat meningkatkan pendapatan per pelanggan, memperluas basis pelanggan, dan membangun loyalitas pelanggan di pasar elektronik.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif artinya penelitian yang dilakukan adalah menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka), yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai suatu keadaan berdasarkan data yang diperoleh dengan cara menyajikan, mengumpulkan dan menganalisis data tersebut sehingga menjadi informasi baru yang dapat digunakan untuk menganalisa mengenai masalah yang sedang diteliti. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan analisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Berikut ini tahapan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti yang dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini:



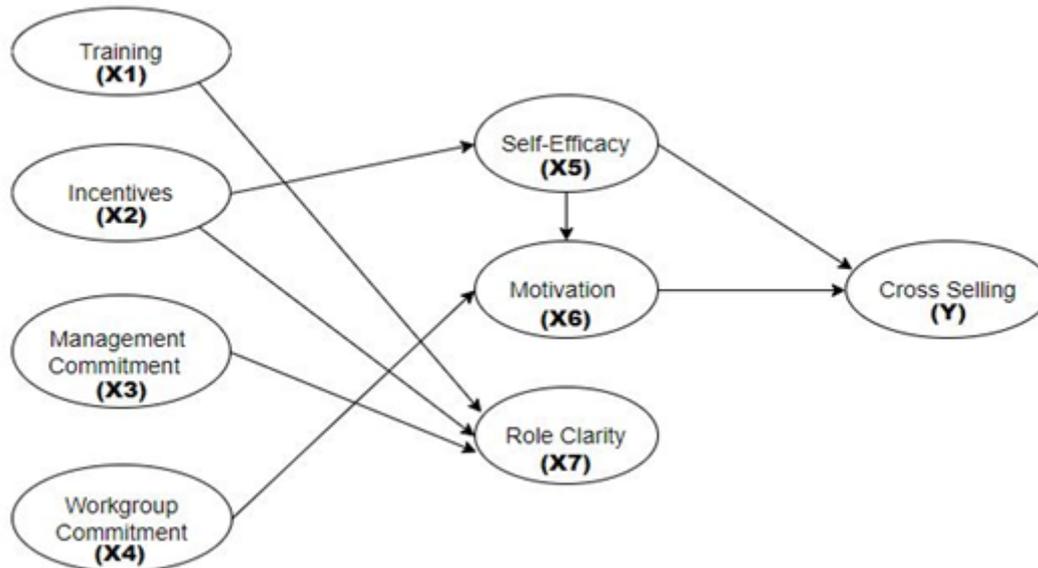
Gambar 1. Tahapan Penelitian

1. Pada tahap pertama peneliti melakukan identifikasi dan perumusan masalah terhadap penelitian yang dijalankan.
2. Kedua peneliti melakukan pengumpulan data mulai dari observasi, wawancara, dan studi pustaka terhadap referensi terkait penelitian Cross Selling.
3. Ketiga penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan yang ditentukan pada tahap sebelumnya.
4. Keempat melakukan pengujian terhadap hasil dari pembuatan suatu aplikasi program website.
5. Kelima melakukan penyebaran terhadap hasil dan pembahasan dari pengolahan data.
6. Terakhir kesimpulan dan saran penelitian.

2.1. Metode Cross Selling

Metode cross selling saat ini semakin berkembang dan sudah banyak perusahaan yang menggunakan metode penjualan ini. Karena cross selling memberikan manfaat baik bagi penjual maupun pembeli [11]. Di satu pihak, para pembeli mendapatkan keuntungan karena ia dapat menggunakan waktu secara efisien dengan melakukan negosiasi dengan beberapa penjualan [12]. Di sisi lain, para penjual dapat lebih memfokuskan perhatiannya pada hal-hal seperti pelayanan terhadap rekeningnya, memelihara hubungan baik dengan pelanggan dan mencari peluang baru untuk memperluas bisnis dengan langganan yang baru [13].

Cross selling adalah suatu metode penjualan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli [14]. Cross selling merupakan konsep penjualan yang menggunakan produk utama sebagai pemicu untuk penjualan selanjutnya [15]. Cross selling termasuk metode yang sangat menarik dalam penjualan produk. Sebab Teknik ini, dapat memungkinkan terjadinya penjualan kedua setelah penjualan pertama telah terjadi, karena adanya Konsep cross selling ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan yang menjual berbagai produk Elektronik dan lain sebagainya [16]. Cross selling berfungsi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan mengurangi kemungkinan berpindahnya konsumen ke perusahaan yang lain (mempertahankan pelanggan).



Gambar 2. Model Cross Selling

Model dari kerangka konseptual dapat menggambarkan hubungan dengan variabel yang dilakukan untuk menguji dalam sebuah penelitian. Berdasarkan kerangka konseptual, penelitian ini mempunyai hipotesis sebagai berikut.

- H1: Training berpengaruh positif signifikan terhadap Cross Selling
- H2: Incentives berpengaruh positif signifikan terhadap Cross Selling
- H3: Management Commitment berpengaruh positif signifikan terhadap Cross Selling
- H4: Workgroup Commitment berpengaruh positif signifikan terhadap Cross Selling
- H5: Self-Efficacy berpengaruh positif signifikan terhadap Cross Selling
- H6: Motivition berpengaruh positif signifikan terhadap Cross Selling
- H7: Role Clarity berpengaruh positif signifikan terhadap Cross Selling

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Implementasi

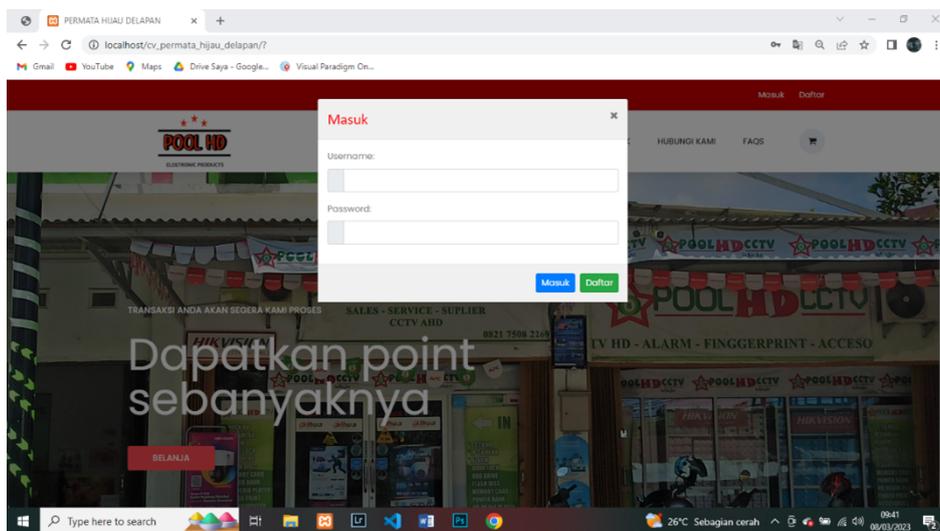
Implementasi e-market produk elektronik pada CV Permata Hijau Delapan menggunakan strategi cross selling melibatkan sejumlah langkah dan aspek yang perlu dipertimbangkan. Melakukan analisis mendalam terkait preferensi pelanggan. Hal ini meliputi pengumpulan dan analisis data pelanggan, termasuk riwayat pembelian, preferensi produk, dan perilaku belanja [17]. Data ini dapat membantu dalam memahami pola pembelian pelanggan, preferensi produk yang sering dikombinasikan, serta potensi peluang cross selling. Setelah memahami preferensi pelanggan, langkah selanjutnya adalah melakukan segmentasi pelanggan. Pelanggan dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristik seperti demografi, preferensi produk, atau siklus pembelian. Segmentasi ini akan membantu dalam mengidentifikasi kelompok pelanggan dengan kebutuhan dan preferensi serupa, sehingga memungkinkan penawaran cross selling yang lebih relevan. Pemasaran dapat lebih efektif sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen dengan melakukan segmentasi pasar [18, 19]. Berdasarkan analisis preferensi pelanggan dan segmentasi pelanggan, perusahaan dapat menawarkan produk tambahan yang relevan sebagai bagian dari strategi cross selling. Produk tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta memberikan nilai tambah yang jelas. Penting untuk memiliki strategi promosi dan komunikasi yang efektif untuk menginformasikan pelanggan tentang penawaran cross selling. Ini dapat meliputi penggunaan email marketing, iklan online, atau platform media sosial untuk menyampaikan pesan kepada pelanggan. Pesan sudah menekankan manfaat dan nilai tambah dari produk tambahan yang ditawarkan. Integrasi sistem e-

market dengan data pelanggan yang relevan menjadi faktor penting dalam implementasi cross selling yang sukses. Data pelanggan sudah dapat diakses dan dianalisis dengan baik untuk mengidentifikasi peluang cross selling yang tepat. Selain itu, sistem e-market sudah mendukung proses penawaran dan transaksi cross selling dengan mudah. Penting untuk mengukur dan mengevaluasi keberhasilan implementasi strategi cross selling [20]. Hal ini melibatkan pemantauan penjualan, retensi pelanggan, dan tingkat kepuasan pelanggan terkait penawaran cross selling. Evaluasi ini akan memberikan wawasan tentang keefektifan strategi cross selling dan membantu dalam penyesuaian strategi jika diperlukan. Beberapa aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam implementasi e-market produk elektronik pada CV Permata Hijau Delapan menggunakan strategi cross selling. Dengan memahami preferensi pelanggan, menawarkan produk tambahan yang relevan, menggunakan promosi yang efektif, dan mengukur keberhasilan, CV Permata Hijau Delapan dapat meningkatkan peluang kesuksesan dalam menjalankan strategi cross selling.

Menjalankan e-market produk elektronik pada CV Permata Hijau Delapan menggunakan cross selling. Sistem ini mempunyai halaman utama atau halaman depan yaitu halaman index yang berfungsi sebagai halaman eksekusi untuk memanggil halaman-halaman yang lain secara otomatis pada saat halaman di akses. E-Market produk elektronik pada CV Permata Hijau Delapan menggunakan cross selling ini terdapat halaman-halaman lain yang dapat saling berhubungan satu sama lain, adapun tampilan perangkat lunak ini memiliki sub-sub menu sebagai berikut:

3.1.1. Halaman Login Admin

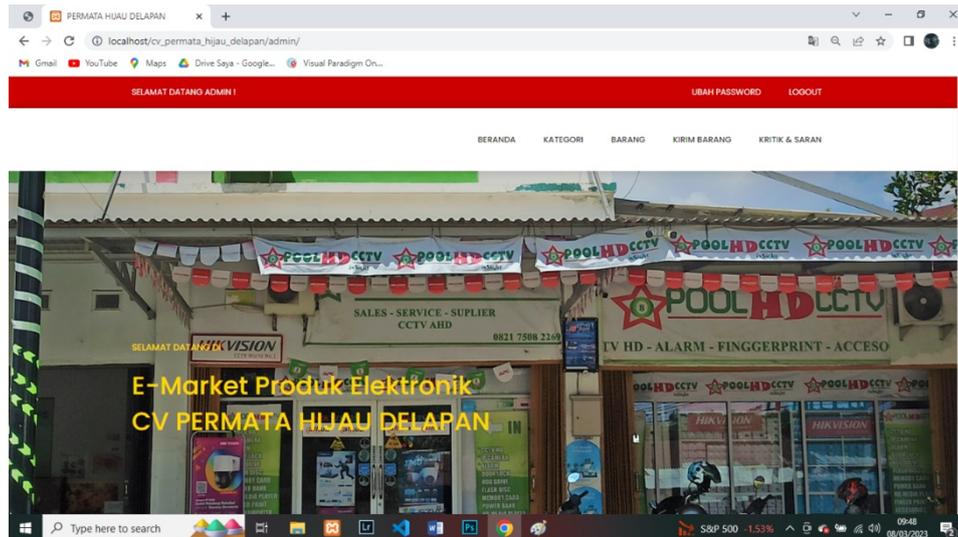
Halaman Login akan tampil pertama kali jika pengelola sistem masuk kedalam sistem. Untuk halaman Login admin dapat dilihat pada Gambar 3 di bawah ini:



Gambar 3. Halaman Login Admin

3.1.2. Halaman Beranda Admin

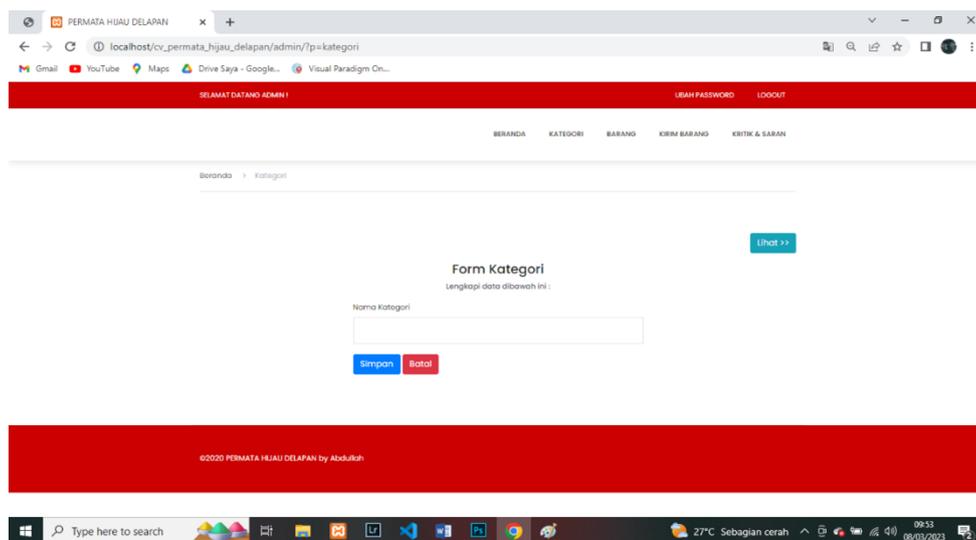
Halaman Beranda Admin merupakan halaman yang bisa mengelola kategori, barang, kirim barang, kritik & saran. Berikut tampilan Halaman Beranda Admin terlihat pada Gambar 4 di bawah ini:



Gambar 4. Halaman Beranda Admin

3.1.3. Halaman Kategori Admin

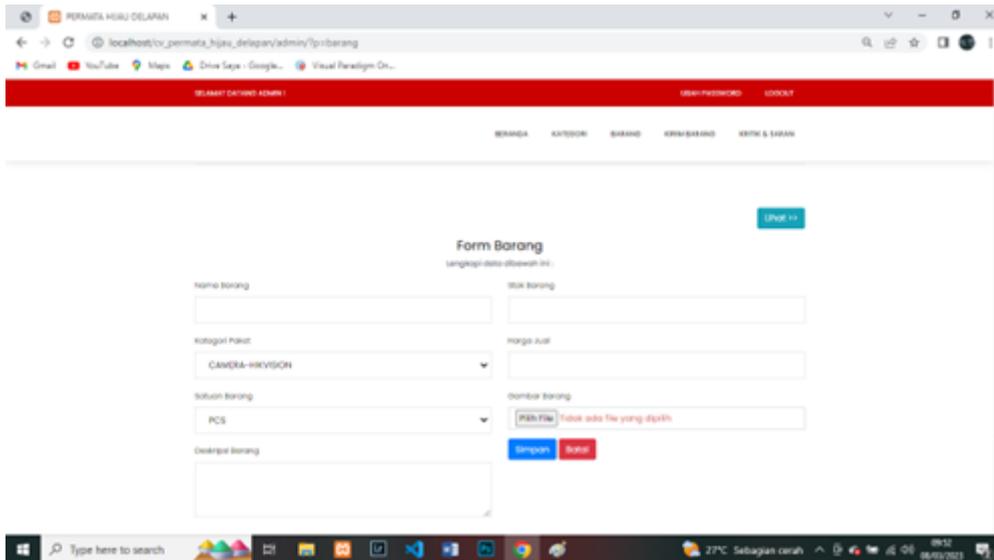
Halaman Kategori Admin merupakan halaman yang mengelola form kategori, tampilan Halaman Beranda Admin adalah sebagai berikut Gambar 5 di bawah ini:



Gambar 5. Halaman Kategori Admin

3.1.4. Halaman Barang Admin

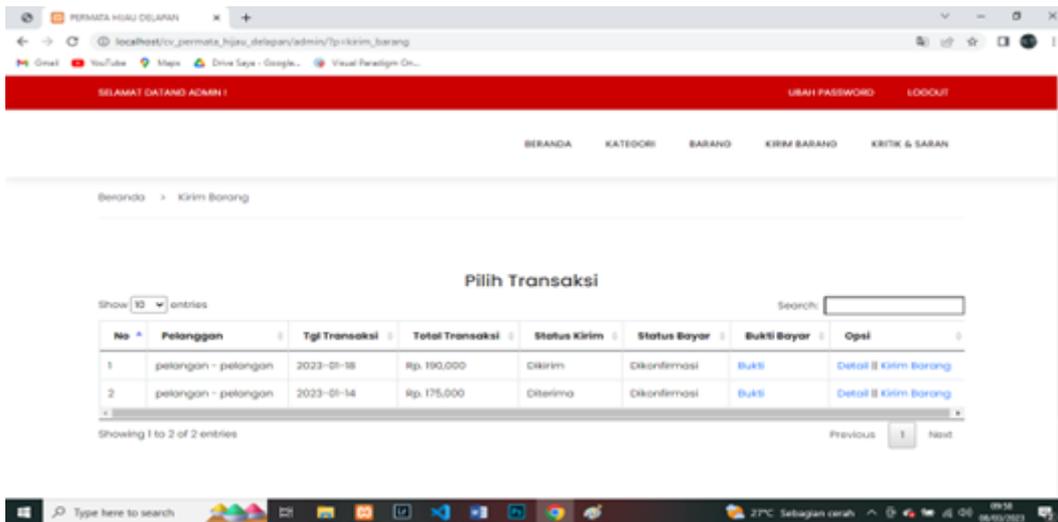
Halaman Barang admin merupakan halaman mengelola form barang dan bisa melihat stok barang yang masih tersedia, dapat dilihat pada Gambar 6 di bawah ini:



Gambar 6. Halaman Barang Admin

3.1.5. Halaman Kirim Barang Admin

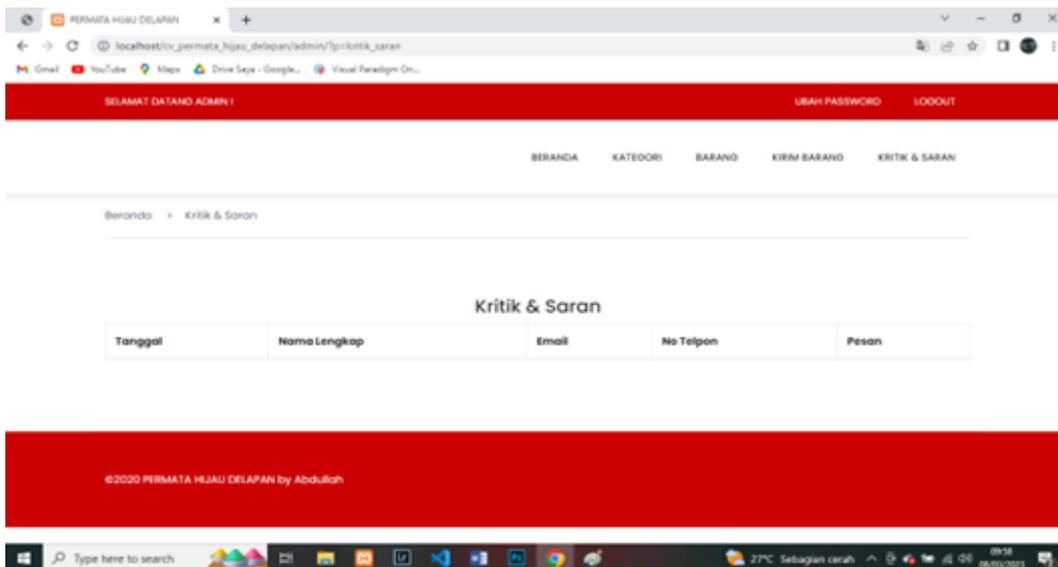
Halaman Kirim Barang admin merupakan halaman melihat transaksi yang dilakukan oleh pelanggan seperti bukti bayar, detail barang, Kirim barang. dapat dilihat pada Gambar 7 di bawah ini:



Gambar 7. Halaman Kirim Barang Admin

3.1.6. Halaman Kritik dan Saran Admin

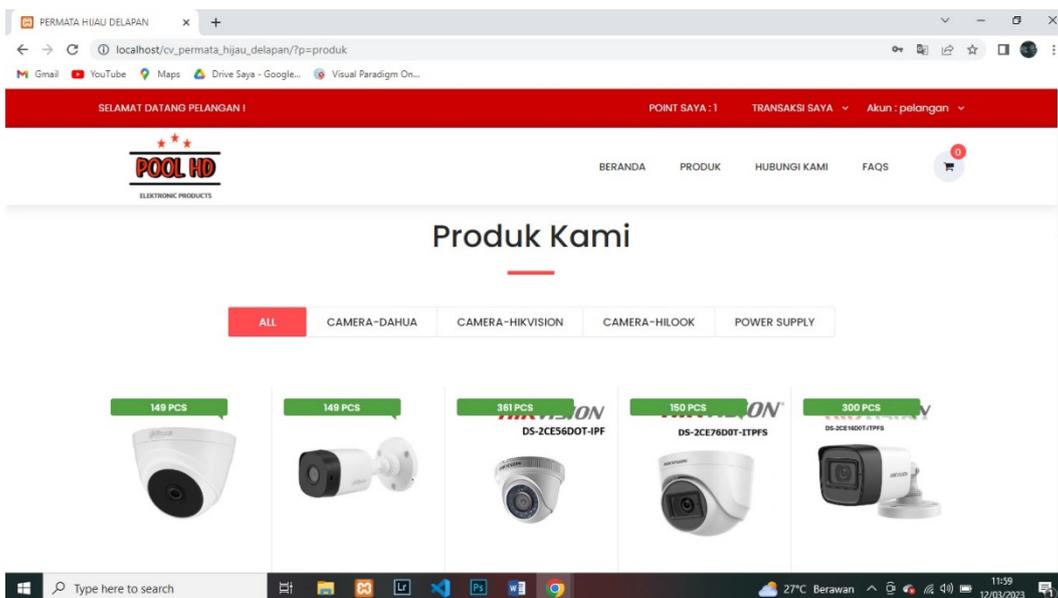
Halaman Kritik dan Saran admin merupakan halaman yang bisa melihat kritik dan saran dari. Tampilan dari halaman Beranda Admin terlihat pada Gambar 8 di bawah ini:



Gambar 8. Halaman Kritik dan Saran Admin

3.1.7. Halaman Produk Pelanggan

Halaman ini pelanggan bisa melihat dan membeli suatu produk yang ada di halaman produk barang pelanggan dapat dilihat pada Gambar 9 di bawah ini:



Gambar 9. Halaman Produk Pelanggan

3.2. Pemeliharaan

Pemeliharaan e-market produk elektronik pada CV Permata Hijau Delapan menggunakan strategi cross selling merupakan langkah yang penting untuk memastikan kelancaran operasional dan keberhasilan strategi tersebut. Platform e-market yang digunakan perlu dipelihara secara teratur untuk memastikan bahwa semua fitur dan fungsi berjalan dengan baik. Hal ini meliputi pembaruan perangkat lunak, peningkatan keamanan, dan penyelesaian masalah teknis yang mungkin muncul. CV Permata Hijau Delapan perlu memiliki tim teknis yang bertanggung jawab untuk memantau dan memelihara platform e-market secara berkala. Produk yang ditawarkan dalam e-market perlu diperbarui secara berkala. Ini melibatkan pemutakhiran informasi produk, harga, deskripsi, dan ketersediaan stok. Pembaruan ini penting agar pelanggan mendapatkan informasi yang

akurat dan terbaru. CV Permata Hijau Delapan harus memiliki proses yang terstruktur untuk memperbarui informasi produk secara teratur. Pemeliharaan e-market juga melibatkan analisis data pelanggan yang terkait dengan strategi cross selling [21]. CV Permata Hijau Delapan perlu terus memantau dan menganalisis data pembelian, preferensi pelanggan, dan perilaku belanja. Dengan memahami data ini, perusahaan dapat mengidentifikasi pola dan peluang cross selling yang relevan untuk diterapkan. Penting untuk menjaga komunikasi yang efektif dengan pelanggan dalam rangka pemeliharaan e-market [22]. Hal ini meliputi tanggapan cepat terhadap pertanyaan atau masalah yang muncul, memberikan informasi yang jelas tentang penawaran cross selling, dan menyampaikan update terkait produk atau promosi terbaru. CV Permata Hijau Delapan perlu memiliki saluran komunikasi yang terbuka dan responsif dengan pelanggan. Bagian dari pemeliharaan adalah evaluasi kinerja strategi cross selling yang diterapkan. CV Permata Hijau Delapan perlu secara teratur mengevaluasi hasil dan dampak dari penawaran cross selling, termasuk tingkat konversi, peningkatan penjualan, dan tingkat kepuasan pelanggan. Evaluasi ini akan membantu dalam mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau disempurnakan. Pemeliharaan e-market juga melibatkan pelatihan dan pengembangan karyawan terkait dengan strategi cross selling. Karyawan perlu diberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan strategi ini dengan baik. CV Permata Hijau Delapan dapat menyelenggarakan pelatihan reguler untuk meningkatkan pemahaman karyawan tentang cross selling dan memberikan tips atau praktik terbaik. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemeliharaan sistem [23] ini adalah sebagai berikut:

- a. Keterampilan dasar yang harus dimiliki oleh SDM pengelola sistem minimal memiliki pengetahuan mengenai perangkat keras komputer, sistem operasi, sistem jaringan computer, software hardware dan database.
- b. Kelengkapan peralatan kerja (tools) seminimal mungkin tidak mengganggu sistem
- c. Pengetahuan mengenai prinsip kerja masing-masing sistem informasi.
- d. Klasifikasi hak akses yang bisa diperoleh pihak-pihak yang mengoperasikan sistem.

3.3. Testing

Testing e-market produk elektronik pada CV Permata Hijau Delapan menggunakan strategi cross selling adalah langkah penting untuk memastikan bahwa sistem dan proses yang terkait dengan strategi tersebut berjalan dengan baik dan menghasilkan hasil yang diharapkan. Pengujian adalah memastikan bahwa semua fungsi dan fitur yang terkait dengan strategi cross selling berfungsi dengan baik. Ini melibatkan pengujian sistem e-market, integrasi dengan sistem yang relevan, dan fungsionalitas penawaran cross selling. Pengujian ini akan memverifikasi bahwa semua komponen yang terlibat dalam strategi cross selling dapat berinteraksi dengan benar [24]. Pengujian juga perlu dilakukan pada proses pemrosesan pesanan terkait dengan cross selling. Ini meliputi pengujian mekanisme penambahan produk tambahan ke dalam pesanan, perhitungan harga secara akurat, dan pengiriman konfirmasi pesanan kepada pelanggan. Pengujian ini penting untuk memastikan bahwa sistem mampu mengelola pesanan cross selling dengan benar. Antarmuka pengguna (user interface) e-market perlu diuji untuk memastikan pengalaman pengguna yang baik dalam menjelajahi penawaran cross selling. Pengujian ini mencakup navigasi yang mudah, tampilan produk yang jelas, serta kemudahan dalam menambahkan produk tambahan ke dalam keranjang belanja [25]. Tujuannya adalah memastikan bahwa pelanggan dapat dengan mudah memanfaatkan penawaran cross selling. Aspek keamanan juga perlu diuji untuk mencegah ancaman seperti serangan siber dan pencurian data pelanggan. Pengujian keamanan melibatkan penilaian kerentanan sistem, pengujian penetrasi, dan perlindungan terhadap serangan yang mungkin terjadi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa data pelanggan dan informasi transaksi aman dalam e-market. E-Market CV Permata Hijau Delapan perlu diuji responsif pada berbagai perangkat dan platform yang digunakan oleh pelanggan, termasuk perangkat desktop, ponsel pintar, dan tablet. Pengujian ini juga mencakup kompatibilitas dengan berbagai browser web yang umum digunakan oleh pengguna. Tujuannya adalah memastikan bahwa e-market dapat diakses dan berfungsi dengan baik pada berbagai platform. Jika sistem e-market terhubung dengan sistem lain seperti manajemen inventaris atau sistem manajemen pelanggan, pengujian integrasi sistem perlu dilakukan. Hal ini memastikan bahwa data sinkronisasi dengan benar antara sistem-sistem yang terhubung dan bahwa proses cross selling berjalan lancar. Pengujian-pengujian tersebut bertujuan untuk memastikan

bahwa e-market produk elektronik pada CV Permata Hijau Delapan menggunakan strategi cross selling dapat beroperasi dengan baik dan memberikan pengalaman yang baik bagi pelanggan. Pengujian dilakukan setelah pembuatan aplikasi, dan penulis menggunakan pendekatan pengujian black box untuk pengujian ini. Black box menghasilkan hasil sebagai berikut:

3.3.1. Pengujian Tautan

Tes tautan diperlukan untuk menentukan apakah fungsi input dan output memenuhi persyaratan (*link testing*). Menampilkan hasil pengujian Black Box tautan (*link testing*) dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Tabel Pengujian Black Box (*link testing*)

No	Nama Menu	Link	Hasil
1	Menu Masuk Admin	localhost/cv_permata_hijau_delapan/login	Valid
2	Menu Beranda Admin	localhost/cv_permata_hijau_delapan/admin	Valid
3	Menu Halaman Kategori	localhost/cv_permata_hijau_delapan/admin/?p=kategori	Valid
4	Menu Halaman Barang	localhost/cv_permata_hijau_delapan/admin/?p=barang	Valid
5	Menu kirim Barang	localhost/cv_permata_hijau_delapan/admin/?p=kirim_barang	Valid
7	Menu Pengguna Pemimpin	localhost/cv_permata_hijau_delapan/admin/?p=pengguna	Valid
8	Menu Laporan Transaksi	localhost/cv_permata_hijau_delapan/admin/?p=laporan_transaksi	valid
9	Menu Best Seller	localhost/cv_permata_hijau_delapan/admin/?p=best_seller	Valid
10	Menu Top Customer	localhost/cv_permata_hijau_delapan/admin/?p=top_customer	Valid
11	Menu Gudang Tambah Stok	localhost/cv_permata_hijau_delapan/admin/?p=tambah_stok	Valid
12	Menu Keuangan Konfirmasi Pembayaran	localhost/cv_permata_hijau_delapan/admin/?p=pembayaran	Valid
13	Menu Login Pelanggan	localhost/cv_permata_hijau_delapan/?p=login	Valid
14	Menu Produk	localhost/cv_permata_hijau_delapan/?p=produk	Valid
15	Menu Hubungi Kami	localhost/cv_permata_hijau_delapan/?p=hubungi_kami	Valid
16	Menu FAQS	localhost/cv_permata_hijau_delapan/?p=faq	Valid

3.3.2. Pengujian Browser

Tujuan pengujian browser adalah untuk menentukan apakah aplikasi akan berfungsi seperti yang diharapkan dan pada browser web yang berbeda. Adapun hasil pengujian black box browser seperti yang ditampilkan pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Pengujian Black Box Browser

No	Situasi Tes	Test examples	Hasil Penguji	Valid
1	Web browser google chrome	Sistem yang dijalankan	Sesuai Dengan Harapan	Valid
2	Web browser opera	Sistem yang dijalankan	Sesuai Dengan Harapan	Valid

3.3.3. Pengujian Form Login Admin

Fokus utama pengujian login adalah kemampuan untuk mencegah akses tidak sah atau untuk memberikan izin yang memadai saat login. Adapun hasil pengujian form login Admin dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Pengujian Form Login Admin

No	Situasi Tes	Test examples	Hasil Yang Diantisipasi	Hasil Pengujian	Valid
1	Anda memerlukan nama pengguna dan kata sandi. Klik "Masuk".	nama pengguna: (kosong)	Sistem akan menampilkan dan menolak. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
		kata sandi: (kosong)			
2	Mengetikan Jika Nama Pengguna dan Kata sandi Anda belum disetel, klik tombol "Masuk".	nama pengguna: admin	Sistem akan menolak dan menampilkan pesan kesalahan. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
		kata sandi: (kosong)			
3	Mengetikan Nama pengguna, kata sandi kosong.	nama pengguna: (kosong) kata sandi: 12345	Sistem akan menampilkan dan menolak. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid

No	Situasi Tes	Test examples	Hasil Yang Diantisipasi	Hasil Pengujian	Valid
4	Mengetikkan Nama Pengguna dan Kata sandi tidak sesuai, kemudian klik tombol login	nama pengguna: admn kata sandi: admn134	Nama pengguna atau kata sandi salah” akan muncul di sistem.	Sesuai Dengan Harapan	Valid
5	Mengetikkan Nama Pengguna dan Kata sandi (diisi), kemudian klik tombol login	nama pengguna: admin kata sandi: 12345	Sistem akan menerima akses login dan menampilkan halaman utama	Sesuai Dengan Harapan	Valid

3.3.4. Pengujian form login pemimpin

Salah satu tujuan utama dari pengujian login pemimpin adalah untuk menentukan apakah mungkin mencegah akses login yang tidak sah atau tidak. Adapun hasil pengujian form login pemimpin d seperti yang ditampilkan pada Tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Pengujian Form Login Pemimpin

No	Situasi Tes	Test examples	Hasil Yang Diantisipasi	Hasil Pengujian	Valid
1	Anda memerlukan nama pengguna dan kata sandi. Klik ”Masuk”.	nama pengguna: (kosong) kata sandi: (kosong)	Sistem akan menampilkan dan menolak. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
2	Mengetikkan Jika Nama Pengguna dan Kata sandi Anda belum disetel, klik tombol ”Masuk”.	nama pengguna: admin kata sandi: (kosong)	Sistem akan menolak dan menampilkan pesan kesalahan. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
3	Mengetikkan Nama pengguna, kata sandi kosong.	nama pengguna: (kosong) kata sandi: 12345	Akan ditampilkan setelah di tolak oleh sistem harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
4	Klik tombol login setelah Anda memasukkan nama pengguna dan kata snadi yang salah.	nama pengguna: admn kata sandi: admn134	Pesan ”Nama pengguna atau kata sandi salah!” akan ditampilkan.	Sesuai Dengan Harapan	Valid
5	Mengetikkan Nama Pengguna dan Kata sandi (diisi), kemudian klik tombol login	nama pengguna: admin kata sandi: 12345	Halaman utama akan ditampilkan setelah sistem menerima pernyataan login.	Sesuai Dengan Harapan	Valid

3.3.5. Pengujian form login gudang

Tujuan utama pengujian login gudang adalah untuk mencegah akses tidak sah saat login, baik sengaja maupun tidak sengaja. Adapun hasil pengujian form login gudang seperti yang ditampilkan pada Tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5. Hasil Pengujian Form Login Gudang

No	Situasi Tes	Test examples	Hasil Yang Diantisipasi	Hasil Pengujian	Valid
1	Nama pengguna dan kata sandi tidak diperlukan. Klik tombol Masuk.	nama pengguna: (kosong) kata sandi: (kosong)	Sistem akan tolak dan tampilkan pesan. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
2	Jika nama pengguna dan kata sandi Anda belum ditetapkan, klik tombol ”Masuk”.	nama pengguna: admin kata sandi: (kosong)	Sistem akan menampilkan dan menolak. pesan. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
3	Isi nama pengguna dan kata sandi Anda. jangan kosong	nama pengguna: (kosong) kata sandi: 12345	Sistem akan menampilkan dan menolak. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid

No	Situasi Tes	Test examples	Hasil Yang Diantisipasi	Hasil Pengujian	Valid
4	Mengetikan nama pengguna dan kata sandi jika tidak, maka tekan tombol masuk.	nama pengguna: admn kata sandi: admn134	"Nama pengguna atau kata sandi salah!", kata sistem.	Sesuai Dengan Harapan	Valid
5	Klik "Masuk" setelah memasukkan nama pengguna dan kata sandi Anda.	nama pengguna: admin kata sandi: 12345	Halaman utama akan ditampilkan setelah sistem menerima pernyataan login.	Sesuai Dengan Harapan	Valid

3.3.6. Pengujian form login keuangan

Kemampuan untuk mencegah akses tidak sah yang tidak disengaja atau disengaja saat masuk, adalah fokus utama dari pengujian masuk keuangan. Adapun hasil pengujian form login keuangan seperti yang ditampilkan pada Tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6. Hasil Pengujian Form Login Keuangan

No	Situasi Tes	Test examples	Hasil Yang Diantisipasi	Hasil Pengujian	Valid
1	Nama pengguna dan kata sandi keduanya tidak diperlukan. Klik "Masuk".	nama pengguna: (kosong) kata sandi: (kosong)	Sistem akan menolak dan menampilkan pesan kesalahan. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
2	Klik tombol "Masuk" jika nama pengguna dan kata sandi Anda belum ditetapkan.	nama pengguna: admin kata sandi: (kosong)	Sistem akan menolak dan menampilkan pesan kesalahan. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
3	Mengetikkan nama pengguna, kata sandi kosong.	nama pengguna: (kosong) kata sandi: 12345	Sistem akan menolak dan menampilkan harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
4	Mengetikan nama pengguna dan kata sandi tidak sesuai, kemudian klik tombol login	nama pengguna: admn kata sandi: admn134	Pesan "Nama pengguna atau kata sandi salah" akan ditampilkan.	Sesuai Dengan Harapan	Valid
5	Setelah memasukkan nama pengguna dan kata sandi Anda, klik tombol "Masuk".	nama pengguna: admin kata sandi: 12345	Halaman utama akan ditampilkan setelah sistem menerima pernyataan login.	Sesuai Dengan Harapan	Valid

3.3.7. Pengujian form login pelanggan

Kemampuan untuk mencegah akses tidak sah yang tidak disengaja atau disengaja saat masuk, adalah fokus utama dari pengujian login pelanggan. Adapun hasil pengujian form login pelanggan seperti yang ditampilkan pada Tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7. Hasil Pengujian Form Login Pelanggan

No	Situasi Tes	Test examples	Hasil Yang Diantisipasi	Hasil Pengujian	Valid
1	Kata sandi dan Nama Pengguna tidak diperlukan. Tekan tombol Masuk.	nama pengguna: (kosong) kata sandi: (kosong)	Pesan penolakan akan ditampilkan oleh sistem. kesalahan. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
2	Mengetikan Jika nama pengguna dan kata sandi Anda belum disetel, Tekan tombol "Masuk".	nama pengguna: admin kata sandi: (kosong)	Sistem akan menolak dan menampilkan pesan kesalahan. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid
3	Mengetikkan Nama pengguna, kata sandi kosong	nama pengguna: (kosong) kata sandi: 12345	Sistem akan menolak dan menampilkan pesan kesalahan. harap isi bidang ini	Sesuai Dengan Harapan	Valid

No	Situasi Tes	Test examples	Hasil Yang Diantisipasi	Hasil Pengujian	Valid
4	Klik tombol login setelah memasukkan nama pengguna dan kata sandi yang tidak sesuai.	nama pengguna: plgn kata sandi: plgn134	"Nama pengguna atau kata sandi salah!", kata sistem.	Sesuai Dengan Harapan	Valid
5	Klik tombol untuk masuk setelah memasukkan nama pengguna dan kata sandi yang benar.	nama pengguna: pelanggan kata sandi: 12345	Akses layar login akan ditampilkan ke sistem. selamat berbelanja dan menampilkan halaman utama	Sesuai Dengan Harapan	Valid

3.3.8. Pengujian form logout pelanggan

Kemampuan untuk mencegah login yang tidak sah, baik disengaja maupun tidak, adalah fokus utama pengujian pemeriksaan logout. Adapun hasil pengujian form login pelanggan seperti yang ditampilkan pada Tabel 8 di bawah ini:

Tabel 8. Hasil pengujian Logout

No	Situasi Tes	Test examples	Hasil Yang Diantisipasi	Hasil Pengujian	Valid
1.	Mengklik tombol Logout	Klik tombol Logout	Sistem akan logout akan keluar otomatis	Sesuai Harapan	Valid

Hasil dari penelitian sebelumnya adalah efektivitas komunikasi Cross Selling terhadap peningkatan penjualan PT. Bank Panin Dubai Syariah Medan dilakukan dengan cara mengidentifikasi kebutuhan nasabah, mengembangkan kebutuhan nasabah, menentukan produk yang akan ditawarkan, menjelaskan benefit/kelebihan produk. Proses komunikasi Cross Selling yang diterapkan oleh Frontliner PT Bank Panin Dubai Syariah terbukti dengan banyaknya nasabah yang mengambil produk perbankan lebih dari satu produk. Proses pendekatan dan pelayanan kepada nasabah yang dilakukan Frontliner juga berjalan dengan baik, dengan memberikan informasi maupun menjelaskan keunggulan-keunggulan produk melalui komunikasi secara langsung kepada setiap nasabah yang datang. Sehingga nasabah menjadi mengetahui tentang produk produk yang ada di PT. Bank Panin Dubai Syariah. Sedangkan Hasil Penelitian yang kami lakukan yaitu menunjukkan bahwa penerapan strategi cross selling pada e-market produk elektronik CV Permata Hijau Delapan efektif dalam meningkatkan penjualan. Dengan memanfaatkan teknologi e-market, perusahaan dapat mengidentifikasi pola pembelian pelanggan dan menawarkan produk tambahan yang relevan dengan preferensi pelanggan. **Sehingga penelitian yang kami lakukan sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [8] mengenai implementasi cross selling.**

4. KESIMPULAN

Implementasi e-market produk elektronik pada CV Permata Hijau Delapan menggunakan strategi cross selling memiliki potensi untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan. Namun, ada beberapa masalah yang perlu diperhatikan, seperti kurangnya pemahaman tentang preferensi pelanggan dan kurangnya kemampuan dalam mengidentifikasi peluang cross selling yang relevan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian sebelumnya dan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang preferensi pelanggan. Sistem pengelolaan data ini dapat membantu CV Permata Hijau Delapan dalam melakukan monitoring terhadap persediaan barang dan memastikan stok barang selalu tersedia dengan cukup, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengoptimalkan keuntungan perusahaan. CV Permata Hijau Delapan ingin meningkatkan sistem yang dapat merekomendasikan produk-produk yang banyak dibeli oleh konsumen dengan menerapkan metode Cross Selling. Selama pemeliharaan e-market, penting untuk memperbarui informasi produk secara berkala, menganalisis data pelanggan, menjaga komunikasi yang efektif dengan pelanggan, dan mengukur keberhasilan strategi cross selling. Evaluasi kinerja strategi cross selling secara teratur akan memberikan wawasan tentang keefektifan strategi dan membantu dalam penyesuaian jika diperlukan. Dalam pengujian e-market, perlu dilakukan pengujian fungsionalitas, pemrosesan pesanan, antarmuka pengguna, keamanan, responsif dan kompatibilitas, serta integrasi sistem. Pengujian yang komprehensif akan memastikan bahwa e-market berfungsi

dengan baik, memberikan pengalaman yang baik bagi pelanggan, dan melindungi data pelanggan dari ancaman keamanan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. T. Febriyantoro and D. Arisandi, "Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi asean," *JMD : Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*, vol. 1, pp. 61–76, 10 2020. [Online]. Available: <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/175>
- [2] R. Irawati and I. B. Prasetyo, "Pemanfaatan platform e-commerce melalui marketplace sebagai upaya peningkatan penjualan dan mempertahankan bisnis di masa pandemi (studi pada umkm makanan dan minuman di malang)," *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, vol. 6, pp. 114–133, 2021, number: 2. [Online]. Available: <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/544>
- [3] S. F. Anshari, R. Suwanda, and L. Rosnita, "Penerapan metode cross selling pada website e-commerce (studi kasus: Penjualan suku cadang kendaraan)," *Seminar Nasional Fakultas Teknik Universitas Malikussaleh 2022*, pp. 472–479, 2022.
- [4] A. Sunandar and R. Lubis, "Penerapan cross selling pada sistem customer relationship management penjualan buku," *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, vol. 7, pp. 69–76, 10 2020. [Online]. Available: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/komputa/article/view/3039>
- [5] A. Apris and D. Dahmiri, "Relationship marketing dan cross selling terhadap kinerja pemasaran pada pt. asuransi umum videi kantor pemasaran jambi," *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, vol. 10, pp. 207–218, 2021, number: 02. [Online]. Available: <https://mail.online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/12631>
- [6] M. Ng and J. Kasih, "Penerapan metode cross selling pada aplikasi online ismshop11 - bandung," *Media Informatika*, vol. 17, pp. 98–113, 2020, publisher: Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer LIKMI. [Online]. Available: <https://www.neliti.com/publications/295203/>
- [7] A. Musa, E. Erida, and A. T. Nifita, "Preferensi konsumen dalam berbelanja pada online shop," *Jurnal Dinamika Manajemen*, vol. 7, pp. 153–162, 12 2019, number: 3. [Online]. Available: <https://mail.online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/16943>
- [8] R. H. Kesuma, "Efektivitas komunikasi cross-selling frontliner terhadap peningkatan penjualan produk pt. bank panin dubai syariah medan," 3 2019, accepted: 2020-11-04T02:16:29Z. [Online]. Available: <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/7308>
- [9] T. Tarmizi and J. Firmansyah, "Sistem penjualan online dengan strategi pemasaran cross selling," *JOURNAL OF INFORMATICS AND COMPUTER SCIENCE*, vol. 6, pp. 11–16, 4 2020, number: 1. [Online]. Available: <https://jurnal.uui.ac.id/index.php/jics/article/view/737>
- [10] R. Duyo and A. Sulkifli, "Analisis jaringan dan pemeliharaan pada jaringan distribusi di pt. pln wilayah cabang pinrang," *VERTEX ELEKTRO*, vol. 11, pp. 1–11, 8 2019, number: 2. [Online]. Available: <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/vertex/article/view/2379>
- [11] R. Q. Aynie, R. Hurriyati, and P. D. Dirgantari, "Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia," *Inovasi : Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, vol. 17, pp. 136–143, 2 2021, number: 1. [Online]. Available: <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/8483>
- [12] A. S. Abdullah, H. Setiawan, and N. Umami, "Perancangan sistem informasi berbasis website dengan metode framework for the applications of system thinking," *Jurnal Teknik Industri Untirta*, vol. 1, 12 2020, number: 4. [Online]. Available: <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jti/article/view/V1N415>

- [13] J. Shadiq and M. Y. Putra, "Sistem informasi pelayanan pembayaran cuci steam kendaraan bermotor," *INFORMATICS FOR EDUCATORS AND PROFESSIONAL : Journal of Informatics*, vol. 3, pp. 205–214, 6 2019. [Online]. Available: <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/ITBI/article/view/1142>
- [14] Y. Anggraini, D. Pasha, D. Damayanti, and A. Setiawan, "Sistem informasi penjualan sepeda berbasis web menggunakan framework codeigniter," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 1, pp. 64–70, 12 2020, number: 2. [Online]. Available: <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/236>
- [15] R. Rachmatullah, D. Kardha, and M. P. Yudha, "Aplikasi e-commerce petshop dengan fitur petpedia," *Go Infotech: Jurnal Ilmiah STMIK AUB*, vol. 26, pp. 24–36, 6 2020, number: 1. [Online]. Available: <http://jurnal.stmik-aub.ac.id/index.php/goinfotech/article/view/120>
- [16] D. Rusdianto and Y. Satia, "Perancangan sistem informasi penjualan di toko tanaka optikal bandung," *J-SIKA: Jurnal Sistem Informasi Karya Anak Bangsa*, vol. 1, pp. 16–26, 12 2019, number: 1. [Online]. Available: <https://www.ejournal.unibba.ac.id/index.php/j-sika/article/view/241>
- [17] M. Masni and H. Saleh, "Implementasi e-marketing dan etika bisnis untuk meningkatkan volume penjualan bagi pelaku umkm di masa pandemi covid-19," *Gorontalo Accounting Journal*, vol. 5, pp. 11–17, 3 2022. [Online]. Available: <https://jurnal.unigo.ac.id/index.php/gaj/article/view/1777>
- [18] I. W. K. Y. Prawira, I. M. Sukarsa, and A. A. N. H. Susila, "Analisis dan implementasi strategi e-marketing berbasis metode sostac pada perusahaan xyz," *JITTER : Jurnal Ilmiah Teknologi dan Komputer*, vol. 2, pp. 625–636, 11 2021, number: 3. [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jitter/article/view/78892>
- [19] Y. Nurhayati, "Implementasi e-commerce dalam meningkatkan penjualan kue di toko kemuning," *Cloud Information*, vol. 3, 2020. [Online]. Available: <https://journal.uniku.ac.id/index.php/cloudinformation/article/view/969>
- [20] M. Maimun and T. Tarmizi, "Sistem penjualan online dengan strategi pemasaran cross selling (studi kasus toko anugerah elektronik)," *Journal Informatic, Education and Management*, vol. 2, pp. 62–69, 2020.
- [21] A. D. Krismawan, E. H. Rachmawanto, and C. A. Sari, "E-market dalam peningkatan ekonomi umkm cupang mania di masa pandemi," *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat Ilmu Komputer (JNPMIK)*, vol. 1, pp. 7–12, 10 2022, number: 1. [Online]. Available: <https://abdimasku.lppm.dinus.ac.id/index.php/JNPMIK/article/view/516>
- [22] M. R. Putra, "Penerapan aplikasi e-market program penjualan dan keuangan usaha mikro kecil menengah dengan grafik penjualan per bulan pada dinas koperasi usaha mikro dan tenaga kerja kota banjarmasin," 4 2021. [Online]. Available: <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/4652/>
- [23] E. A. Pratama, A. Ardiansyah, and D. G.-A. B. S. I. Purwokerto, "Pengembangan e-market bagi produk-produk kerajinan dari bahan alam indonesia," *EVOLUSI : Jurnal Sains dan Manajemen*, vol. 6, 3 2020, number: 1. [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/evolusi/article/view/3538>
- [24] A. D. Cahya, F. A. Aqdella, A. Z. Jannah, and H. Setyawati, "Memanfaatkan marketplace sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan di tengah pandemi covid-19," *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, vol. 4, pp. 503–510, 7 2021, number: 3. [Online]. Available: <https://www.ojspustek.org/index.php/SJR/article/view/329>
- [25] M. H. I. Syafiq and F. Rahma, "Usability testing pada fitur saved design dalam website e-commerce," *AUTOMATA*, vol. 2, 8 2021, number: 2. [Online]. Available: <https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/view/19544>