

Strategi Peningkatan Jangkauan Pasar Nadhifa Shop melalui Website Berbasis Wix

Tirsa Ninia Lina^{1*}, Matheus Supriyanto Rumetna², Agustinus Budi Santoso³, Reinhard Komansilan⁴, Jeni Karay⁵

^{1,2}Universitas Victory Sorong, ³Universitas Sains dan Teknologi Komputer, ⁴Universitas Sam Ratulangi, ⁵Universitas Ottow Geisler Papua, Indonesia

¹tirsawp@gmail.com, ²matheus.rumetna@gmail.com, ³agustinus.bs@stekom.ac.id,

⁴reinhardkomansilan@unsrat.ac.id, ⁵karayjeni@gmail.com



Histori Artikel:

Diajukan: 14 Agustus 2024

Disetujui: 18 September 2024

Dipublikasi: 30 September 2024

Kata Kunci:

Nadhifa Shop; Metode Prototype; Website; Platform Wix; Jangkauan Pasar

Digital Transformation

Technology (Digitech) is an

Creative Commons License This work is licensed under a

Creative Commons Attribution-

NonCommercial 4.0 International

(CC BY-NC 4.0).

Abstrak

Nadhifa Shop, yang didirikan pada tahun 2017 oleh Ibu Dita Artanti Willa, awalnya merupakan bisnis kecil yang berfokus pada penjualan produk kecantikan. Seiring berkembangnya tren belanja *online*, toko ini mulai menjual berbagai produk tambahan seperti pakaian dan perabotan rumah tangga. Namun, Nadhifa Shop menghadapi tantangan dalam promosi produk dan memperluas jangkauan pasar. Untuk mengatasi ini, diusulkan pembangunan *website* berbasis *platform* Wix menggunakan metode pengembangan *Prototype* dengan 6 tahapan yaitu *requirements gathering*, *quick design*, *build prototype*, *user evaluation*, *refining prototype*, hingga *implementation/final product* untuk menyempurnakan prototipe yang dihasilkan. Hasil penelitian ini berupa *website* yang memiliki beberapa menu yaitu Beranda, Tentang, Kontak, dan Toko serta beberapa fitur lainnya yang dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas, dan pada akhirnya, mendorong pertumbuhan bisnisnya.

PENDAHULUAN

Nadhifa Shop, yang berlokasi di Kota Sorong, Papua Barat Daya, lebih tepatnya di Asrama Polisi Remu, Barak D no.7, telah beroperasi sejak tahun 2017 dengan waktu operasional dari Senin hingga Jumat, mulai pukul 08.00 hingga 21.00 WIT. Didirikan oleh Ibu Dita Artanti Willa, toko ini awalnya berfokus pada penjualan produk-produk kecantikan, terutama *cream* wajah yang dibeli secara *online*. Sebagai *reseller*, Ibu Dita memanfaatkan peluang ini untuk memperluas jangkauan bisnisnya seiring dengan berkembangnya tren belanja *online* di Indonesia. Toko ini kemudian berkembang, tidak hanya menjual produk kecantikan tetapi juga berbagai jenis pakaian dan perabotan rumah tangga.

Tren belanja *online* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari *We Are Social*, pada tahun 2020, sekitar 64% dari populasi Indonesia telah terhubung dengan internet, dengan banyak di antaranya yang aktif melakukan pembelian secara *online* (Firmansyah et al., 2018; Panja et al., 2023; Rumetna, 2018b). Hal ini menciptakan peluang bagi para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) seperti Nadhifa Shop untuk memperluas jangkauannya dan meningkatkan pendapatan melalui penjualan *online* (Augustin Mustika Chairil & Elinawati Aisyah, 2024; Umam et al., 2024). Namun, untuk dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif ini, diperlukan strategi pemasaran yang efektif dan penggunaan teknologi yang tepat guna untuk menarik perhatian konsumen (Cahyaningrum et al., 2023; Karay et al., 2024; Ninia Lina et al., 2024; Riyanto, 2015).

Meskipun Nadhifa Shop telah beroperasi selama beberapa tahun, tantangan dalam pemasaran produk masih menjadi kendala utama. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya media promosi yang efektif. Dalam era digital ini, promosi produk tidak hanya mengandalkan cara-cara konvensional seperti mulut ke mulut atau *flyer* (Abdillah et al., 2023; Bakhar et al., 2023; Kurniasari, 2023). Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Google, 93% pengalaman *online* dimulai dengan mesin pencari. Ini menunjukkan betapa pentingnya kehadiran *online* yang kuat untuk menarik calon pelanggan. Tanpa media promosi yang memadai, sulit bagi Nadhifa Shop untuk mencapai pasar yang lebih luas (Rumetna, 2018a; Rumetna et al., 2022).

Selain masalah promosi, keterbatasan jangkauan pasar juga menjadi isu yang perlu diatasi. Meskipun Nadhifa Shop telah memiliki basis pelanggan yang setia di area sekitarnya, potensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional, masih belum tergali sepenuhnya. Mengingat persaingan di industri retail yang sangat ketat, penting bagi Nadhifa Shop untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran dan penjualannya. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah dengan membangun sebuah *website* yang berfungsi sebagai etalase *online*, yang dapat diakses oleh calon pembeli dari berbagai daerah.

Pemilihan *platform* untuk membangun *website* juga merupakan faktor krusial. Wix, sebagai salah satu

platform pembuatan *website* yang *user-friendly*, menawarkan berbagai kemudahan bagi para pelaku usaha kecil yang ingin memiliki situs *web* sendiri (Cahyaningrum et al., 2023; Ninia Lina et al., 2024; Riyanto, 2015). Dengan menggunakan *Wix*, Ibu Dita dapat dengan mudah mengelola konten situsnya, menampilkan produk yang dijual, dan memanfaatkan fitur-fitur SEO (*Search Engine Optimization*) untuk meningkatkan visibilitas *Nadhifa Shop* di mesin pencari. Dengan demikian, *Nadhifa Shop* dapat lebih efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan (Karay et al., 2024; Ninia Lina et al., 2024).

Harapan Ibu Dita untuk memiliki sebuah media promosi yang lebih baik melalui *website* adalah langkah yang tepat dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital. Dengan adanya *website*, *Nadhifa Shop* tidak hanya dapat mempromosikan produk-produknya dengan lebih efektif tetapi juga memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian secara *online*. Dengan strategi yang tepat dan pemanfaatan teknologi digital, *Nadhifa Shop* berpotensi untuk berkembang lebih pesat dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di masa depan.

STUDI LITERATUR

Penelitian pertama oleh Yuniana Cahyaningrum, dkk., 2023 dengan judul "Pelatihan Pembuatan *Website* Wix Untuk UMKM". UMKM merupakan pelaku usaha, oleh karena itu diperlukan sebuah media yang dapat membantu menjalankan usahanya. Adapun tujuan pembuatan *website* Wix untuk UMKM adalah untuk memberikan edukasi dan ketrampilan menggunakan *website* Wix karena masih kurangnya pengetahuan UMKM dalam merancang *website* untuk usahanya dengan memanfaatkan Wix. Hasilnya berupa *website* Wix yang digunakan mitra sebagai media promosi usahanya (Cahyaningrum et al., 2023).

Penelitian kedua oleh Khoirul Umam, dan Endi Sailul Haq, 2024, dengan judul "Penerapan Katalog Berbasis *Web* Sebagai Media Promosi Produk Kelompok Masyarakat Sumberwaru Gombengsari". Pokmas Sumberwaru Maju di Kelurahan Gombengsari, Kalipuro, Banyuwangi, Jawa Timur mempunyai misi untuk meningkatkan pendapatan ekonomi para anggotanya melalui pemasaran produk-produk hasil olahan rumah yang diperoleh dari sumber daya alam di wilayah Gombengsari. Untuk meningkatkan penjualan produk-produk tersebut maka dibutuhkan usaha promosi. Akan tetapi promosi yang telah dilakukan hanya terbatas pada pameran maupun festival yang ada di wilayah Banyuwangi sehingga jangkauan promosinya masih terbatas. Oleh karena itu, Pokmas Sumberwaru Maju membutuhkan media promosi yang dapat menyebarkan informasi mengenai produk-produk yang dihasilkan oleh para anggotanya secara luas. Salah satu media promosi yang dapat digunakan adalah katalog *online* berupa aplikasi berbasis *web*. Pengembangan katalog *online* tersebut dilakukan menggunakan *framework NextJS* dengan dukungan *database* dari *Supabase* dan *deployment* menggunakan platform *Vercel*. Hasilnya adalah katalog *online* yang diberi nama E-Katalog Sumberwaru Maju tersebut sudah dapat diakses melalui alamat <https://katalog-sumberwaru.store> (Umam et al., 2024).

Penelitian ketiga oleh Elinawati Aisyah, dan Augustin Mustika Chairil, 2024, dengan judul "Pembuatan *Website* pada UMKM *Triple's Branded* sebagai Media Promosi". Pembuatan *website* penjualan bertujuan untuk meningkatkan *branding* dari UMKM *Triple's Branded* dan membantu pemahaman UMKM dalam menggunakan dan mengelola *website* sebagai media promosi. Pembuatan *website* ini dilalui dengan tiga tahapan utama yakni tahap perencanaan atau persiapan yang di dalamnya terdapat studi lapangan, analisis kebutuhan serta perizinan, kemudian tahap kedua yakni pelaksanaan dan perancangan *website* dan terakhir tahap evaluasi. Hasilnya yakni dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM *Triple's Branded* dalam mengelola serta mengoperasikan *website* sebagai media promosi (Augustin Mustika Chairil & Elinawati Aisyah, 2024).

Penelitian keempat oleh Tirsia Ninia Lina, dkk., 2024, dengan judul "Pemanfaatan *Wix Builder* dalam Promosi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Keripik Kartika Kota Sorong". *Wix Builder*, sebagai platform pembuatan *website* yang intuitif dan berbasis *cloud*, menonjol sebagai solusi lengkap dan mudah digunakan bagi individu dan bisnis kecil yang ingin menciptakan situs *web* profesional. Dengan fitur-fitur seperti *template* responsif, integrasi *e-commerce*, dan alat SEO, *Wix Builder* memberikan solusi yang sederhana namun efektif bagi UMKM untuk bersaing dalam pasar digital dengan daya saing yang lebih besar. Keripik Kartika, sebuah UMKM di sektor penjualan makanan ringan, menghadapi tantangan dalam promosi produk akibat keterbatasan sumber daya dan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif. Memanfaatkan platform seperti *Wix Builder* dalam membangun *website* menjadi solusi yang efektif bagi UMKM untuk mengatasi masalah ini dan meningkatkan penjualan *online* mereka. Pengumpulan kebutuhan, membangun sistem, menguji sistem, evaluasi sistem, hingga penggunaan sistem merupakan metode penelitian yang digunakan sehingga menghasilkan *website* dengan beberapa menu yaitu UTAMA, BELANJA, TENTANG, dan KONTAK (Ninia Lina et al., 2024).

METODE

Penelitian ini menerapkan metode *Prototype* dalam pengembangan *website*. Metode ini sangat cocok untuk usaha kecil yang ingin memulai dengan cepat dan tetap fleksibel terhadap perubahan dan kebutuhan bisnis yang mungkin berkembang seiring waktu (Hady et al., 2022; Juniawan et al., 2021; Rumatna, 2021; Silalahi et al., 2022). Langkah-langkahnya terdapat pada Gambar 1, berikut penjelasan langkah-langkahnya:

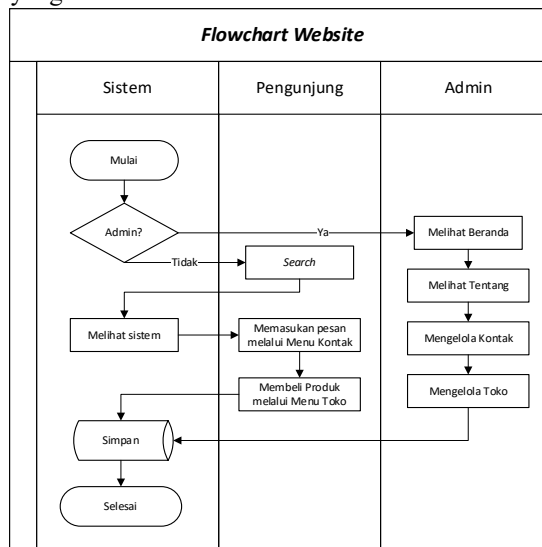
1. *Requirements Gathering*: Mengumpulkan kebutuhan pengguna dan bisnis melalui wawancara dan observasi.
2. *Quick Design*: Membuat desain awal secara cepat untuk visualisasi konsep.
3. *Build Prototype*: Membangun prototipe awal berdasarkan desain cepat, dalam hal ini prototipe yang dibangun menggunakan platform Wix.
4. *User Evaluation*: Menguji prototipe oleh pengguna untuk mendapatkan umpan balik memanfaatkan *black box testing*.
5. *Refining Prototype*: Memperbaiki prototipe berdasarkan umpan balik pengguna.
6. *Implementation/Final Product*: Mengimplementasikan produk akhir berdasarkan prototipe yang disempurnakan.



Gambar. 1 Metode Prototype

HASIL

Penelitian ini menghasilkan *website* dengan menu Beranda, Tentang, Kontak, dan Toko. Menu yang dihasilkan ini telah sesuai dengan permintaan Ibu Dita yaitu untuk mempromosikan produk-produknya dengan lebih efektif tetapi juga memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian secara *online*. Penerapan enam langkah dalam metode *Prototype* berhasil dilakukan dengan maksimal, mulai dari *requirements gathering*, *quick design*, *build prototype*, *user evaluation*, *refining prototype*, hingga *implementation/final product* untuk menyempurnakan prototipe yang dihasilkan.



Gambar. 2 Flowchart Website

Melalui Gambar 2, dapat dilihat bahwa terdapat dua aktor yang dapat mengakses *website* yaitu Admin dan Pengunjung. Untuk aktor Admin, harus melakukan *login* terlebih dahulu untuk dapat mengelola *website*, mulai dari melihat Beranda, Tentang, mengelola Kontak yang di dalamnya terdapat fitur pesan, hingga mengelola Toko di mana dalam menu Toko terdapat produk yang dijual oleh *Nadhifa Shop*. Semua yang di kelola oleh admin akan tersimpan dalam *database*. Selanjutnya untuk aktor Pengunjung dapat mengakses *website* untuk mencari dan melihat informasi terkait produk yang dijual, memasukan pesan melalui menu Kontak hingga melakukan pembelian produk melalui menu Toko. Data-data yang dimasukan oleh aktor Pengunjung akan terekam di dalam *database*.

Tabel 1
Pengujian Prototipe Menggunakan *Blackbox Testing*

No.	Fungsi	Status
1	Admin melakukan <i>login</i>	Valid
2	Gagal <i>login</i> jika <i>username & password</i> tidak benar	Valid
3	Admin melakukan <i>logout</i>	Valid
4	Memasukan data produk	Valid
5	Mengedit data produk	Valid
6	Menghapus data produk	Valid
7	<i>View</i> produk di dalam <i>website</i>	Valid
8	Tambah produk ke keranjang	Valid
9	Mengedit produk di keranjang	Valid
10	Menghapus produk di keranjang	Valid
11	<i>View</i> produk di dalam keranjang	Valid
12	Mengirim pesan melalui menu Kontak	Valid
13	Mengirim pesan melalui <i>WhatsApp, Facebook</i> yang terdapat di dalam <i>website</i>	Valid

Setelah proses yang panjang untuk mencapai penyempurnaan prototipe, maka tahap uji coba perlu dilakukan. Hasil uji coba telah dipaparkan dalam Tabel 1. Hal pertama yang dilakukan yaitu menguji fungsi admin dalam melakukan *login*, ternyata hasilnya valid, admin dapat melakukan *login*. Kemudian gagal *login* akan terjadi jika *username & password* yang dimasukan tidak benar, hal inipun valid. Admin melakukan *logout*, hasilnya pun valid, di mana admin dapat melakukan *logout*. Memasukan data produk, mengedit data produk, menghapus data produk, dan *view*/menampilkan data produk di dalam *website* semuanya valid. Setelah itu menguji fungsi tambah produk ke keranjang, mengedit produk di keranjang, menghapus produk di keranjang, dan *view*/menampilkan produk yang ada di dalam keranjang, semua fungsi ini berjalan dengan baik atau valid. Berikutnya menguji fungsi Pengunjung mengirim pesan melalui menu Kontak, hasilnya tidak terjadi kesalahan/valid. Dan fungsi terakhir yang diuji ialah mengirim pesan melalui *WhatsApp, Facebook* yang terdapat di dalam *website*, hasilnya semua pesan yang dikirim dapat diterima oleh admin dengan baik/valid. Melihat semua fungsi yang berjalan dengan baik/valid artinya *website* ini dapat digunakan sebagaimana mestinya, namun untuk mencapai sebuah *website* yang sempurna tergantung dari kebutuhan pengguna dan bisnis yang dijalankan.

PEMBAHASAN

Final Product dari penelitian adalah sebuah *website* yang dapat diakses oleh Admin dan Pengunjung selama terkoneksi jaringan internet. Berikut adalah tampilan dari *website* tersebut:

1. Tampilan Menu Beranda

Berikut ini adalah tampilan dari menu Beranda yang merupakan menu pertama di dalam *website*.



Gambar. 3 Tampilan Menu Beranda

Gambar 3 merupakan tampilan menu Beranda yang di dalamnya menampilkan sejarah dari *Nadhifa Shop*, terdapat juga fitur *Let's Chat!* yang dapat digunakan oleh Pengunjung untuk mengirim pesan kepada admin. Selain itu, melalui menu Beranda, Pengunjung dapat melihat logo *Nadhifa Shop*, melihat tiga menu lainnya yaitu *Tentang, Kontak* dan *Toko*. Melihat *email* admin, dan *footer website*.

2. Tampilan Menu

Berikut ini adalah tampilan dari menu Tentang yang merupakan menu kedua di dalam *website*.

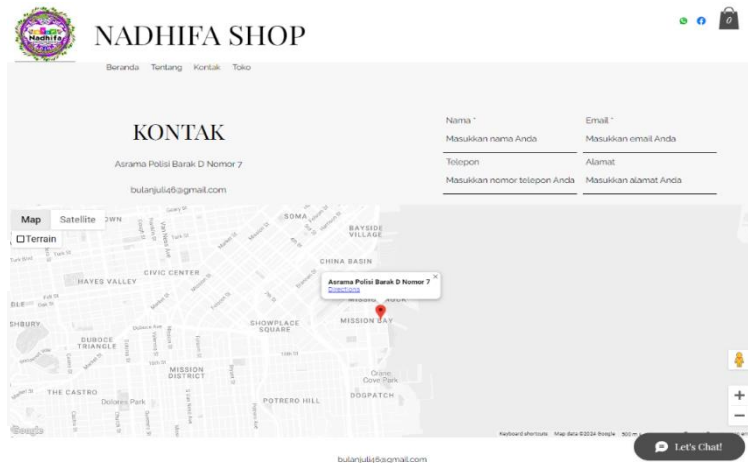


Gambar. 4 Tampilan Menu Tentang

Gambar 4 menampilkan menu Tentang yang berisi profil dan informasi singkat terkait *Nadhifa Shop*, sehingga Pengunjung dapat melihat profil dan informasi dengan jelas dan membantu mempromosikan *Nadhifa Shop*.

3. Tampilan Menu

Berikut ini adalah tampilan dari menu Kontak yang merupakan menu ketiga di dalam *website*.

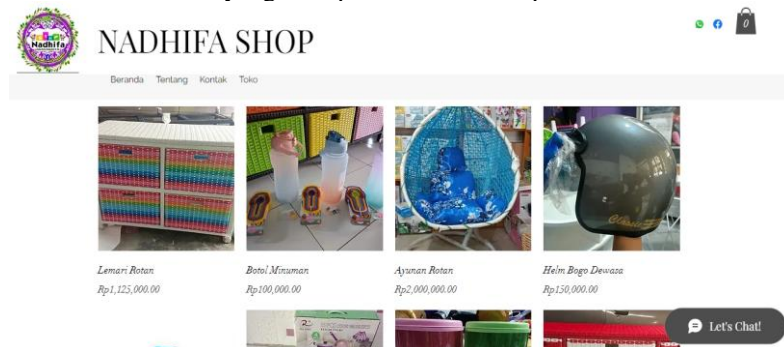


Gambar. 5 Tampilan Menu Kontak

Gambar 5 menampilkan menu Kontak, pada menu ini menampilkan informasi tentang alamat *Nadhifa Shop*, alamat *email* serta nomor *handphone* yang dapat dihubungi. Disediakan juga *form* yang dapat digunakan oleh Pengunjung untuk mengirimkan pesan kepada admin, dengan memasukkan nama, *email*, nomor telepon, alamat, perihal, dan pesan apa yang mau disampaikan. Terdapat juga peta untuk menampilkan lokasi dari *Nadhifa Shop*.

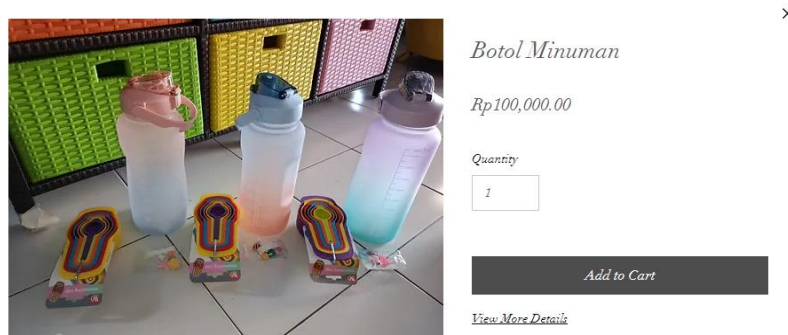
4. Tampilan Menu Toko

Berikut ini adalah tampilan dari menu Toko yang merupakan menu keempat di dalam *website*.



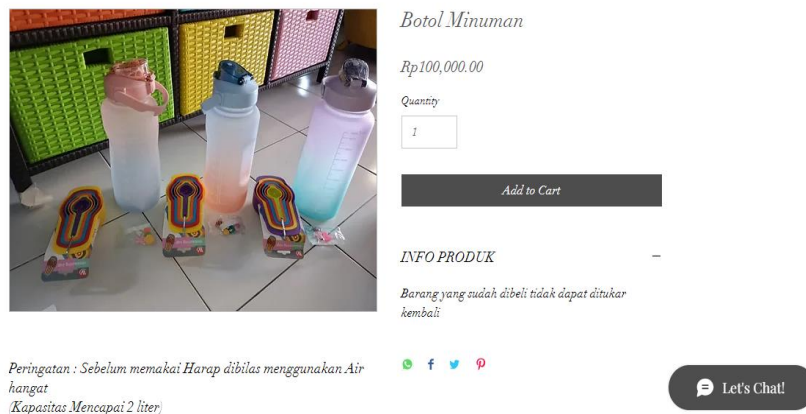
Gambar. 6 Tampilan Menu Toko

Gambar 6 menampilkan menu Toko, pada menu ini menampilkan foto produk yang dijual, nama produk, dan harga produk tersebut. Hal ini memudahkan Pengunjung untuk mengetahui informasi produk yang dijual. Jika Pengunjung ingin melihat *quantity* dan membeli produk dapat melakukan klik pada fitur *Quick View*, fitur ini akan muncul jika kursor diarahkan ke produk yang mau dilihat.



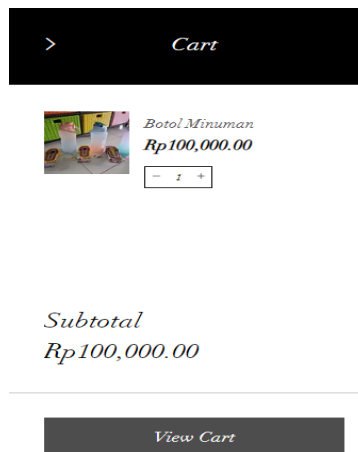
Gambar. 7 Tampilan Fitur *Quick View*

Gambar 7 menampilkan fitur *Quick View*, yang dapat digunakan oleh Pengunjung untuk membeli produk yang dijual. Fitur ini juga menampilkan nama produk, harga, *quantity*. Jika Pengunjung ingin membeli produk dapat langsung mengklik tombol *Add to Cart*. Jika Pengunjung merasa kurang puas dengan detail produk yang ada, maka dapat mengklik fitur *View More Details*. Fitur ini akan menampilkan detail produk seperti yang terlihat pada Gambar 8.



Gambar. 8 Tampilan Fitur *View More Details*

Setelah Pengunjung membeli produk yang ada, maka produk tersebut akan masuk ke dalam *Cart*. Pengunjung dapat melihat produk yang sudah dibeli pada *Cart* dapat menambahkan jumlah produk yang ingin dibeli, otomatis harganya akan menyesuaikan. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar. 9 Tampilan Fitur *Cart*

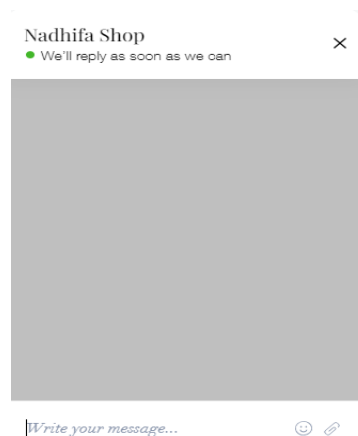
Gambar 10 menampilkan fitur *My cart*, di dalam fitur ini Pengunjung dapat melihat *Order summary* atau detail order yang telah dilakukan sebelumnya. Jika ingin membayar, maka pengunjung dapat mengklik tombol *Checkout*.



Gambar. 9 Tampilan Fitur *My cart*

5. Tampilan Fitur *Let's Chat!*

Berikut ini adalah tampilan dari fitur *Let's Chat!* yang merupakan fitur untuk melakukan obrolan langsung dengan pihak *Nadhifa Shop*.



Gambar. 10 Tampilan Fitur *Let's Chat!*

Gambar 10 menampilkan fitur fitur *Let's Chat!* yang memudahkan Pengunjung untuk melakukan obrolan langsung dengan pihak *Nadhifa Shop* melalui *website*. Fitur ini sangat membantu karena terkadang Pengunjung memerlukan informasi yang detail dan cepat.

KESIMPULAN

Nadhifa Shop telah mengalami perkembangan yang signifikan sejak didirikan pada tahun 2017, berawal dari *reseller* produk kecantikan hingga menjual berbagai produk lainnya. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya media promosi yang efektif dan keterbatasan jangkauan pasar. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di era digital, penting bagi *Nadhifa Shop* untuk meningkatkan kehadiran *onlinenya*. Salah satu solusi yang diusulkan adalah membangun sebuah *website* menggunakan *platform* Wix. Dengan metode pengembangan *Prototype*, Ibu Dita dapat secara cepat dan efektif menciptakan dan mengoptimalkan *website* dengan menu Beranda, Tentang, Kontak, dan Toko serta beberapa fitur lainnya yang dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas, dan pada akhirnya, mendorong pertumbuhan bisnisnya.

REFERENSI

- Abdillah, T., H. Dai, R., Yunarti, S., & Hadju, R. R. (2023). Perancangan Sistem Informasi Penguatan Kapasitas Mahasiswa, Alumni dan Organisasi Kemahasiswaan Menggunakan Framework Laravel. *Digital Transformation Technology*, 3(2), 336–345. <https://doi.org/10.47709/digitech.v3i2.2797>
- Augustin Mustika Chairil, & Elinawati Aisyah. (2024). Pembuatan Website pada UMKM Triple's Branded sebagai Media Promosi. *ASPIRASI : Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 2(3), 49–58. <https://doi.org/10.61132/aspirasi.v2i3.609>
- Bakhar, M., Anggun Pratiwi, N., Mustofa, R., Harapan Bersama, P., & Artikel, H. (2023). Sistem Informasi Website Pencarian Apotek 24 Jam Menggunakan Location Based Service (LBS). *Digital Transformation*

- Technology (Digitech) | e, 3(1). <https://doi.org/10.47709/digitech.v3i1.2607>
- Cahyaningrum, Y., Puspananda, D. R., Irhadanto, B., Zainudin, M., Saputra, F. A., & Shulton, F. (2023). Pelatihan Pembuatan Website Wix Untuk UMKM. *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia SEAN (ABDIMAS SEAN)*, 1(02), 80–84.
- Firmansyah, Panjaitan, D. J., Salayan, M., & Silalahi, A. D. (2018). Pengoptimalan Keuntungan Badan Usaha Karya Tani Di Deli Serdang Dengan Metode Simpleks. *Journal of Islamic Science and Technology*, 3(1), 18–28.
- Hady, F., Sholeh, M., & Andayati, D. (2022). Pengembangan Prototipe Aplikasi Membuka Kunci Pintu Otomatis Menggunakan Metode Sidik Jari Berbasis Nodemcu. *Journal of Computer Science and Technology (JCS-TECH)*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.54840/jcstech.v2i1.17>
- Juniawan, F. P., Sylfania, D. Y., Rian Chrisna Putra, R., & Sulaiman, R. (2021). Implementasi Aplikasi Monitoring Nilai dan Kegiatan Siswa Berbasis Android dengan Metode Prototype. *Jurnal Komtika (Komputasi Dan Informatika)*, 5(1), 26–34. <https://doi.org/10.31603/komtika.v5i1.5119>
- Karay, J., Supriyanto Rumetna, M., Lina, T. N., Matahelumual, F., Rieuwpassa, H. S. J., & Saflesa, S. (2024). Optimalisasi Penjualan Buah-Buahan dalam E-Commerce Memanfaatkan Wix Builder: Solusi dan Implementasi. *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 1(1), 10–17.
- Kurniasari, A. (2023). Pemanfaatan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Di Ukm Nadira Catering. In *Januari (Vol. 2, Issue 1)*.
- Ninia Lina, T., Supriyanto Rumetna, M., Hetharia, C., Budi Santoso, A., Komansilan, R., Ratulangi, S., & Artikel, H. (2024). Pemanfaatan Wix Builder dalam Promosi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Keripik Kartika Kota Sorong. *Digital Transformation Technology (Digitech)*, 4(1). <https://doi.org/10.47709/digitech.v4i1.3663>
- Panja, E., Sedyono, E., Teknologi Informasi, F., & Kristen Satya Wacana, U. (2023). Perancangan Dan Implementasi Website Sebagai Media Promosi Pada Atap Bukit Coffee. In *Jurnal Mnemonic (Vol. 6, Issue 1)*.
- Riyanto, A. D. (2015). Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya. <http://smpn3delangu.sch.id/>
- Rumetna, M. S. (2018a). Audit Lingkungan Dan Pengendalian Teknologi Informasi Pada PT.XYZ. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 9(2), 753–768.
- Rumetna, M. S. (2018b). Pemanfaatan Cloud Computing Pada Dunia Bisnis: Studi Literatur. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(3), 305–314. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201853595>
- Rumetna, M. S. (2021). Kombinasi Gnu Privacy Guard Dan Hamming Distance Untuk Keamanan Email Serta Jalur Sertifikasi Combination Of Gnu Privacy Guard And Hamming Distance For Email Security And Certification Paths. *Elektro Luceat [November]*, 7(2), 151–160.
- Rumetna, M. S., Lina, T. N., Rajagukguk, I. S., Pormes, F. S., & Santoso, A. B. (2022). Payroll Information System Design Using Waterfall Method. *International Journal of Advances in Data and Information Systems*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.25008/ijadis.v3i1.1227>
- Silalahi, L. M., Jatikusumo, D., Budiyanto, S., & Silaban, F. A. (2022). Internet of things implementation and analysis of fuzzy Tsukamoto in prototype irrigation of rice. *International Journal of Electrical and Computer Engineering (IJECE)*, 12(6), 6022–6033. <https://doi.org/10.11591/ijece.v12i6.pp6022-6033>
- Umam, K., Haq, E. S., D4,), Reayasa, T., Lunak, P., Bisnis, J., Informatika, D., Banyuwangi, N., Komputer, T. R., & Banyuwangi, P. N. (2024). Penerapan Katalog Berbasis Web Sebagai Media Promosi Produk Kelompok Masyarakat Sumberwaru Gombengsari. *Communnity Development Journal*, 5(2), 2864–2870. <https://katalog-sumberwaru.store>.