



Aplikasi Penjualan Produk Meubel Ukir UD. Barokah Meubel sebagai Sistem Penjualan Online

Ahmad Dahlan^{1*}, Widyasari², Aileena S.C.R.E.C³

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, ²Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, ³Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

¹email: contact.alandahlan@gmail.com

²email: widyadari.dkv@upnjatim.ac.id

³email: aileena.dkv@upnjatim.ac.id

*Corresponding author

Dikirim: 01-05-2022

Direvisi: 17-05-2022

Diterima: 24-05-2022

Abstrak

Warisan budaya pada setiap daerah akan memiliki fokus tersendiri dalam perubahan global yang terjadi. Budaya dipaksa beradaptasi agar tetap mempunyai eksistensi serta masih bisa dilestarikan keberadaannya. Sudah banyak usaha yang dilakukan masyarakat untuk melestarikannya dengan memadupadankan bidang budaya dan bidang ekonomi. Sentra ukir desa Karduluk sudah berdiri sejak zaman kerajaan Majapahit. Kesenian ukir yang ada di Karduluk dilestarikan secara turun temurun. Serta menyisipkan kesenian ukir pada kebutuhan sekunder, seperti Kursi, meja, lemari dan lain lain. Kerajinan seni ukir di desa Karduluk mampu menjadi sumber pendapatan masyarakat setempat. UD. Barokah Meubel salah satunya, usaha yang telah berdiri sejak tahun 80-an, mampu bertahan sampai saat ini. Mampu bertahan di masa sekarang merupakan tantangan yang besar diperlukan inovasi. Aplikasi merupakan media yang massif digunakan masyarakat luas sebagai media jual beli yang efektif dan efisien. Dalam penelitian ini pembuatan *prototype* membantu UD. Barokah Meubel dalam membuat sistem penjualan online, serta mempermudah pembeli melihat katalog produk dari UD. Barokah Meubel.

Kata kunci: Budaya; Jual Beli; Aplikasi; Meubel; Ukiran

Abstract

Cultural heritage in each region will have its own focus in the global changes that occur. Culture is forced to adapt in order to continue to exist and can still be preserved. Many efforts have been made by the community to preserve it by mixing and matching the cultural and economic fields. The carving center of Karduluk village has been around since the days of the Majapahit kingdom. The art of carving in Karduluk has been preserved from generation to generation. As well as inserting the art of carving on secondary needs, such as chairs, tables, cabinets, etc. The art of carving in the village of Karduluk is able to become a source of income for the local community. UD. Barokah Furniture is one of them, a business that has been around since the 80s, has been able to survive to this day. Being able to survive in the present is a big challenge that requires innovation. Applications are massive media used by the wider community as an effective and efficient buying and selling medium. In this research, making prototypes helps UD. Barokah Meubel in making an online sales system, and makes it easier for buyers to view product catalogs from UD. Barokah Meubel.

Keyword: Culture; Buying and Selling; Application; Furniture; Engraving

1. PENDAHULUAN

Ciri khas Budaya setiap daerah memiliki arti dan filosofi yang berbeda beda, pun dengan fungsi budaya di setiap daerah berbeda beda, ada yang digunakan hanya sebagai hiasan dan ada juga yang digunakan sebagai peralatan yang menunjang kegiatan manusia. Keberagaman budaya adalah keseluruhan struktur – struktur sosial, religi. Dimana di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, adat istiadat yang ada didalam sebuah masyarakat yang di wariskan dari generasi ke generasi berikutnya (Antara & Vairagya, 2018). Seiring berjalannya waktu fungsi budaya menjadi fleksibel dan dipaksa beradaptasi dengan zaman, banyak peralatan rumah tangga yang di produksi selain untuk menunjang kegiatan manusia, namun diselipkan juga kebudayaan lokal yang mampu menambah nilai estetika dari peralatan itu sendiri, contohnya ukiran lemari, kursi, meja.

Seni Ukir merupakan kebudayaan indonesia yang ada sejak lama sekitar 1450SM. Meskipun seni ukir merupakan salah satu budaya yang cukup tua namun masih memiliki potensi yang cukup menjanjikan dalam dunia perekonomian dalam bidang furniture. Pada tanggal 6-10 Oktober 2021 Indonesia di daulat menjadi Country Partner pada ajang “The 2nd Craftistanbul” yang merupakan salah satu pameran kerajinan tangan terbesar di turki. Indonesia akan memerkan karya terbaiknya yaitu kerajinan tangan dan seni yang unik, mulai dari ukiran, furniture, kain tradisional, ornament, perhiasan dekorasi rumah, hingga aksesoris yang rumit (kementerian luar negeri republik indonesia 2021, Diakses tanggal 9-10-2021). Dengan keikutsertaan karya seni ukir dalam pameran internasional akan menambah peminat pasar internasional terhadap seni ukir. Seni ukir merupakan salah satu kesenian yang memiliki ciri khas dari berbagai daerah, mulai dari jepara, Yogyakarta, Palembang hingga madura.

Madura merupakan salah satu pulau dari banyak pulau yang ada di Indonesia yang memiliki keanekaragaman budaya, diantaranya tari, batik, dan juga seni ukir. Madura terdiri dari 4 kabupaten yaitu

Bangkalan, Sampang Pamekasan, Sumenep. Dari keempat kabupaten yang ada di pulau madura, semuanya memiliki kerajinan seni budaya yang beragam sesuai dengan kecenderungan dan karakter masing masing (karim, 2013). Kerajinan tangan yang cukup khas dari keempat kabupaten yang ada di madura yaitu seni ukir yang ada di desa karduluk. Di Desa Karduluk, Kecamatan Pragaan hampir setiap rumah memiliki usaha ukir. UD. Barokah Mebel, yang terletak di desa karduluk, pragaan pamekasan, merupakan salah satu umkm yang menjual produk Mebel ukir. Mebel ukir yang dijual UD. Barokah Mebel berkisar antara 250.000 – puluhan juta untk kualitas premium. UD. Barokah Mebel berdiri sejak tahun 2000an yang di dirikan oleh bapak Fudholi. Selain produk seperti meja kursi dan lemari, UD. Barokah Mebel juga menerima pemesanan jasa custom desain interior seperti kusen jendela, kusen pintu dan kusen kaca.

E-commerce menarik bagi dunia bisnis di antaranya adalah karena memiliki dua keunggulan, yaitu efektif dan efisien. E-commerce dianggap efektif karena memungkinkan untuk menjangkau konsumen secara lebih cepat dan luas (Achjari, 2000). Meskipun sudah tersedia aplikasi marketplace seperti Tokopedia dan Shopee yang bisa mengatasi permasalahan seperti rating dan ulasan namun aplikasi marketplace seperti tokopedia dan shopee memiliki wewenang dan mengharuskan pengiriman barang pada pihak ketiga yaitu kurir hal ini memberatkan UD.Barokah Mebel karena harus memangkas harga produk demi menyesuaikan dengan pelanggan yang lokasinya cukup jauh. E-commerce telah menjadi model bisnis baru di berbagai negara dikarenakan usaha para pelaku bisnis yang ingin meningkatkan penjualan dan pendapatannya. Peningkatan pendapatan melalui e-commerce menjadi faktor pendorong pesatnya perkembangan e-commerce (Bahtiar, 2020). Maka dari itu dibutuhkan aplikasi penjualan khusus UD. Masalah administrasi penjualan adalah merupakan permasalahan yang selalu dihadapi para pengambil keputusan, baik dalam bidang permintaan pesanan maupun dalam bidang penjualan itu sendiri untuk

masalah ketepatan waktu penjualan (Budiarto, 2020). Memanfaatkan media informasi berupa e-commerce di internet untuk penjualan produk akan lebih banyak menguntungkan, juga mempermudah proses pengembangan usaha dan dapat menghemat biaya. Konsumen lebih mudah memilih produk tanpa harus datang langsung (Wibowo, 2013). Barokah Mebel mengatasi kelemahan sistem penjualan yang sebelumnya serta bisa menambahkan inovasi baru yang masih belum ada pada aplikasi social media maupun marketplace, yaitu fitur custom dekorasi interior, dan konsultasi perencanaan dekorasi interior. Sistem merupakan salah satu strategi yang dirancang untuk mencapai tujuan dengan perhitungan yang sistematis. Sistem penjualan mencakup proses urutan kegiatan mulai dari penerimaan pesanan dari pembeli, pengecekan barang, pembayaran, pengiriman serta pemberian ulasan dan timbal balik kepada penjual. Analisis sistem penjualan barang meliputi (Scott, 2008).

Menurut kamus computer eksekutif, aplikasi mempunyai arti yaitu pemecahan masalah yang menggunakan salah satu teknik pemrosesan data aplikasi yang biasanya berpacu pada sebuah komputansi yang diinginkan atau diharapkan maupun pemrosesan data yang diharapkan (Marjito & Tesaria, 2016). Aplikasi sebagai media penjualan akan memudahkan pembeli dan penjual berinteraksi secara online serta bisa mengatur alur penjualan secara sistematis. Dalam menghitung dan memproses data penjualan barang yang dilakukan secara konvensional akan memakan banyak waktu dan tenaga, belum lagi kesalahan yang rentan terjadi (Sanja Kurniawan, 2015). E-commerce atau Aplikasi penjualan adalah sarana penting untuk menyebarkan untuk menyebarkan informasi keunikan produk dan memperluas area pangsa pasardengan sasaran untuk meraih keuntungan dan daya saing yang lebih kompetitif dan bersifat global (Isnanto & Putra, 2013). Aplikasi mampu meringkas dan mempermudah sistem penjualan tanpa mengharuskan menghubungi penjual, bertanya apakah stok masih ada, dan sistem pembayaran yang memerlukan pihak ketiga. Faktor persepsi kemudahan dapat mempengaruhi konsumen

terhadap keputusan untuk menggunakan e-commerce atau aplikasi penjualan (Kahar et al., 2019).

2. METODE

Dalam perancangan ini metode yang digunakan disesuaikan dengan objek yang diteliti, objek yang menjadi fokus pada perancangan ini ialah UMKM UD Barokah Meubel yang akan dianalisis dari sistem penjualan online yang telah dimulai oleh UD Barokah Meubel dan akan di terjemahkan dalam bentuk visual prototype aplikasi. Data yang dibutuhkan ialah data yang bersumber dari UD Barokah Meubel, berupa data primer dan data sekunder. Sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli disebut data primer. Data primer digunakan untuk mencari kebenaran sesuai dengan kondisi faktual (Pramiyati et al., 2017). Pada penelitian ini menggunakan metode *Design Thinking* yang mengutamakan dalam pendalaman sesuatu yang baru, dengan alur *empathise, define, ideate, prototype, test*. *Design thinking* memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah. Ini adalah cara berpikir dan bekerja serangkaian metode yang sederhana dan jelas (Putra, 2020) *Design Thinking* dapat membantu kita mengajukan pertanyaan, mengajukan hipotesis, dan mengajukan relevansi, karena *design thinking* sangat berguna dalam mendefinisikan ulang masalah dengan pusat manusia, menciptakan banyak ide dalam brainstorming, dan menggunakan metode prototipe dan pengujian langsung, *design thinking* sangat berguna dalam mengatasi masalah yang tidak jelas atau tidak diketahui (Fariyanto, 2021).

a. *Empathise*

Dalam tahapan *empathise* peneliti akan mengumpulkan data dan melibatkan para ahli untuk mengetahui bidang yang akan diteliti melalui pengamatan dengan tujuan mendapatkan empati dan hal yang baru pada bidang yang diteliti. Pada penelitian ini mengumpulkan data dari pemilik UD. Barokah Meubel, dan serta pembeli yang pernah melakukan transaksi di media sosial.

b. Define

Setelah melalui tahapan empathise dan mendapatkan informasi yang didapatkan tahapan selanjutnya adalah menentukan masalah yang akan di cari solusinya. Pada penelitian ini masalah yang diambil adalah pemilik UD Barokah menginginkan aplikasi yang menyediakan sistem penjualan online serta menyediakan katalog online tanpa harus mencari di *social media*.

c. Ideate

Setelah pada tahapan empathise dan define peneliti akan melakukan proses pencarian ide ada berbagai metode untuk menemukan ide, dengan menggunakan metode *Brainstorm*, *Brainwrite*, *Worst Possible*. Dalam penelitian dibutuhkan banyak ide agar mempunyai banyak referensi. Ide atau konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah minimalis dan mengutamakan sistem efektif dan efisien, guna mempermudah pengguna baru agar tidak kebingungan.

d. Prototype

Tahapan *prototype* ialah tahapan pengujian hasil dari ide dan di mengimplementasikan kedalam link yang bisa diakses oleh responden untuk melihat kesulitan yang responden ketika menggunakan aplikasi tersebut. *Prototype* yang digunakan dalam penelitian ini ialah HP android dengan resolusi 19:6.

e. Test

Pada tahapan test peneliti akan mengumpulkan hasil test dan akan memperbaiki kesalahan atau kekurangan dalam prototype yang akan digunakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

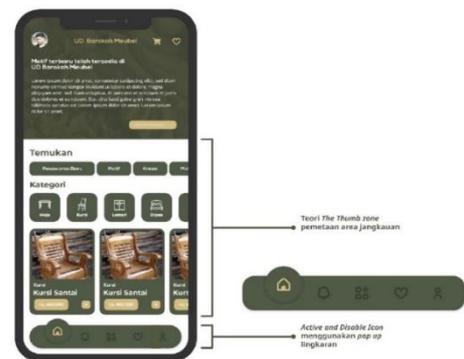
Pemilihan desain tampilan pengguna (*User Interface*) menggunakan metode pemilihan menggunakan kuisioner dengan 100 responden dengan menyajikan 3 alternatif pada responden. Setelah responden memilih, desain tampilan pengguna alternatif ke 2 yang terpilih, maka akan dilanjutkan dengan pengembangan desain tampilan pengguna.



Gambar 1. Alterntaif 1
(Sumber: Desain Ahmad Dahlan, 2022)



Gambar 2. Alternatif 2
(Sumber: Desain Ahmad Dahlan, 2022)



Gambar 3. Alternatif 3
(Sumber: Desain Ahmad Dahlan, 2022)

Pada halaman selanjutnya yang akan didesain tampilan pengguna adalah *Home page* yang merupakan halaman awal dalam

aplikasi yang dapat diakses pengguna, pada gambar 4. *Katalog page*, merupakan halaman yang menampilkan katalog produk yang dijual oleh UD Barokah Meubel, pada gambar 5. *Profil page*, merupakan halaman yang disediakan untuk informasi data diri pengguna pada gambar 6. *Notifikasi Page*, merupakan halaman yang disediakan untuk Pemberitahuan perihal Pesanan serta penwaran dari aplikasi pada gambar 7. *Inbox page*, merupakan halaman yang disediakan untuk pengguna berinterkasi dengan pengembang aplikasi yang sekaligus pemilik dari UD barokah meubel pada gambar 8.



Gambar 6. *Profil Page*
(Sumber: Desain Ahmad Dahlan, 2022)



Gambar 4. *Home Page*
(Sumber: Desain Ahmad Dahlan, 2022)



Gambar 7. *Notification Page*
(Sumber: Desain Ahmad Dahlan, 2022)



Gambar 5. *Katalog Page*
(Sumber: Desain Ahmad Dahlan, 2022)



Gambar 8. *Inbox Page*
(Sumber: Desain Ahmad Dahlan, 2022)

3.2. Pembahasan

Setelah melalui proses brainstorming dan mendapatkan *keyword* “Transaksi Digital Mebel Ukir”. *Keyword* merupakan elemen penting dalam sebuah perancangan sebagai elemen yang mengkomunikasikan pesan dari perancangan tersebut. *Keyword* juga berfungsi untuk menjadi tolok ukur dalam sebuah perancangan sehingga bisa membentuk karakteristik dalam perancangan tersebut. *Keyword* “Transaksi Digital Mebel Ukir” didapat melalui *mind mapping* dalam pemetaan data yang telah terkumpul.

Konsep verbal dalam perancangan ini mengacu kepada *keyword* yang telah dihasilkan dari alur perumusan *keyword*. Pada kata “Transaksi Digital” dalam perancangan ini akan memberikan selling point terhadap pengguna karena dalam aplikasi ini hanya menjual produk yang di hasilkan UD. Barokah Meubel yang mampu memberikan pelayanan yang sangat baik karena tidak terikat oleh pihak lain.

Konsep visual yang akan digunakan ialah dengan gaya desain tampilan pengguna yang simple yang mengutamakan visual dari produk. Ketika posisi cahaya dan kekuatan daya serap serta daya difusi objek menerima cahaya terhadap permukaan objek maka efek cahaya akan menambah kesan dimensi segi kedalamannya (*depth*), artinya warna mampu menjadi sebuah tanda yang memiliki makna dan kesan tertentu dalam berbagai hal pada setiap objek (Darmaprawiraa, 2002). Warna yang digunakan mengacu pada produk yang diproduksi UD. Barokah Meubel dengan tujuan tidak mengurangi kesan UD. Barokah Meubel. Agar menjauhi rasa jenuh dengan tampilan yang terlalu banyak tulisan. Tipografi merupakan seni mengatur dan mengolah huruf dalam medium tertentu untuk kepentingan artistik (keindahan) dan juga fungsional (keterbacaan) untuk kepentingan komunikasi (Hananto, 2020). Dalam penelitian ini penggunaan tipografi atau *Typeface* akan menggunakan perpaduan antara *font* jenis Serif dan Sans Serif. Dalam mengolah huruf harus mengetahui istilah istilah dalam tipografi (Ambrose, 2006). Fungsi dari *font* jenis Serif akan memberikan kesan mewah yang sesuai dengan

representasi seni ukir yang melambangkan kemewahan. Sedangkan font sans serif akan membuat pengguna terasa nyaman saat membaca karena tingkat keterbacaan *font* Sans serif sangat mudah dan tidak membuat mata lelah. Font yang digunakan untuk *headline* 45 point sedangkan untuk *sub-headline* 25 point. Pemilihan warna pada perancangan ini ialah mengacu kepada produk yang di produksi oleh UD. Barokah Mebel yaitu *tone* warna coklat atau *tone* warna kayu yang merupakan bahan dasar dari produk mebel itu sendiri. Selain merepresentasikan dari bahan dasar peroduk mebel warna coklat juga melambangkan kebudayaan dan kemewahan.

Teknik fotografi yang digunakan ialah foto *live product*, yang mengutamakan keaslian, dari segi angle yang digunakan ialah tampak depan, kanan, kiri. Dan pada editing warna menggunakan warna asli tanpa *editing* untuk menghindari ketidakakuratan warna asli produk dan fotonya. Teknik foto *live product* ini dilakukan oleh pemilik UD. Barokah Meubel sendiri, dan mengutamakan keakuratan foto dan produk asli.

Faktor utama dalam kesuksesan pengembang aplikasi tergantung pada *user experience* yang pengguna rasakan, maka dari itu sangat penting untuk menjadikan hal tersebut sebagai prioritas dalam mengembangkan desain (Permata, 2018). Fokus pada eksplorasi desain UI akan di sesuaikan dengan UX. Desain UI yang dibuat menghasilkan 3 alternatif desain yang memiliki konsep gaya desain yang sama namun ada beberapa perbedaan pada *User Experience* (UX). Pada masing masing alternative tetap mengacu pada *keyword* yang telah dibuat namun ada beberapa pengembangan UX agar mendapatkan variasi yang efektif antara UI dan UX. *User Experience Design* (UXD) merupakan proses pengembangan suatu produk untuk meningkatkan kepuasan pengguna dengan suatu produk dengan meningkatkan kegunaan, aksesibilitas, dan kepuasan yang disediakan dalam interaksi dengan produk atau aplikasi (Moh Dani Ariawan & Sholihati, 2020). Pada tahapan desain *user interface* diperlukan metode psikologi penggunaan HP pada umumnya. Dengan

menggunakan acuan *The Thumb Zone*. Pada penggunaan acuan *The Thumb Zone* tujuan dalam layouting dapat tersampaikan secara jelas.



Gambar 9. *The Thumb Zone*
(Sumber: Addy Osmani)

Pada gambar 4 *Layout* yang digunakan pada *home page* akan memfasilitasi pengguna untuk merasakan tampilan *default* dengan *top section* (bagian atas) informasi berisi tentang menu fitur yang ada dalam aplikasi ud barokah meubel, serta dilanjutkan dengan katalog yang menjadi tampilan awal dengan nuansa *market place*. Pada gambar 5 *katalog page* akan berisi daftar produk yang telah *ready stock* dari UD. Barokah Meubel. Pada *katalog page* daftar produk akan diurutkan dengan *grid* susun ke bawah dan digolongkan berdasarkan katategori masing masing untuk memudahkan pengguna mencari produk dan melihat produk dari UD. Barokah Meubel. Pada gambar 6 *profil page* terdapat beberapa informasi yang dimiliki pengguna yaitu mulai dari data diri, alamat pengiriman, metode pembayaran serta riwayat Pesanan. Informasi yang dimuat merupakan informasi berdasarkan yang dibutuhkan pengguna dalam melakukan transaksi. Pada gambar 7 *notification page* berisi tentang informasi riwayat pesanan yang telah masuk proses transaksi yaitu pesanan yang sedang di proses Pesanan yang telah dikirim serta Pesanan yang telah selesai, informasi tersebut mencakup pemberitahuan Diskon dari aplikasi UD. Barokah Meubel. Pada gambar 8 *inbox page* berisi tentang pesan dengan aplikasi UD. Barokah Meubel pesan akan di kelola oleh pemilik UD. Barokah Meubel sendiri sebagai pelayanan personal perihal transaksi yang telah dilakukan pengguna. Pada *inbox page* terdapat pesan perihal produk, pengajuan negosiasi serta pengajuan *custom* produk.

4. SIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Sistem aplikasi sudah menjadi hal yang umum bagi khalayak ramai, dengan ramainya belanja *online*. Perancangan aplikasi ini dapat memberikan fasilitas terhadap konsumen UD. Barokah Meubel dalam melakukan transaksi serta memberikan sisi keunggulan untuk kompetitor yang masih menggunakan aplikasi sosial media ataupun marketplace karena sistem yang dirancang diutamakan untuk konsumen, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi UD. Barokah Meubel. Cara mempertahankan budaya dengan majunya tekhnologi ialah dengan beradaptasi dengan kemajuan tekhnologi. UD. Barokah Meubel memiliki langkah yang tepat dalam mempertahankan Budaya Seni Ukir di desa Karduluk dengan mempertahankannya melalui karya Meubel ukir. Adanya inovasi dalam perancangan aplikasi penjualan dengan sistem penjualan yang mampu menampung kebutuhan konsumen serta menjangkau pasar yang lebih luas dengan menambah calon konsumen baru dengan menawarkan kemudahan dalam bertransaksi di aplikasi UD. Barokah Meubel. aplikasi ini dilengkapi fitur *custom* produk, konsultasi produk interior, dan perencanaan dekorasi interior. Dengan kemudahan dalam penggunaan kepada pengguna yang belum awam dengan penggunaan aplikasi *marketplace*.

4.2. Saran

Dengan pengembangan inovasi kepada UMKM akan menambah *value selling point* yang mampu meningkatkan kepercayaan pembeli dalam pengambilan keputusan dalam transaksi pembelian. Semoga kedepannya bukan hanya pengembangan produk yang difokuskan dalam UMKM namun inovasi dalam pelayanan dapat diperhatikan secara maksimal.

5. DAFTAR RUJUKAN

Achjari, D. (2000). Potensi Manfaat dan Problem di E-Commerce. Jurnal

- Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 388-395.
- Ambrose, G. (2006). *The Fundamentals of Typography*. London: Bloomsbury Publishing.
- Antara, M., & Vairagya, M. (2018). Keragaman Budaya Indonesia Sumber Inspirasi Inovasi. Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA), 1–24. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/db7cc0c7f6477f8e3a4b9e813a75a1a2.pdf
- Bahtiar, R. A. (2020). Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan Dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia. *Journal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 13-25.
- Budiarto, G. (2020). Analisa dan Perancang Aplikasi DAC Untuk Transaksi Penjualan. *JUSIBI - (Jurnal Sistem Informasi dan E-Bisnis)*, 249.
- Darmaprawira. (2002). *Teori warna dan Kreatifitasnya*. Bandung: Bandung ITB.
- Fariyanto, F. (2021). Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode UX Design Thinking. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 53.
- Hananto, B. A. (2020). Tinjauan Tipografi dalam Konteks industri 4.0. Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA) 2020, 3, 132–139. <https://eprosiding.std-bali.ac.id/index.php/senada/article/view/278>
- Isnanto, R. F., & Putra, A. (2013). Rancang Bangun Aplikasi M-Commerce Berbasis Android Sebagai Media Pemesanan Pada Distro Online. *Unsri*, 1–12.
- Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). The Influence of Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Repurchase Intention at Tokopedia.com. 64, 429–438. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.20>
- KARIM, A. B. (2013). *PENDAMPINGAN DALAM PENGEMBANGAN KOMUNITAS PENGRAJIN UKIR DESA KARDULUK KECAMATAN PARAGAAN KABUPATEN SUMENEP*. digilib.uinsby.ac.id, 3.
- KEMENTERIAN LUAR NEGERI REPUBLIK INDONESIA. (2021, Diakses tanggal 9-10-2021). Indonesia sebagai Country Partner dalam "Craftistanbul" 2021. Retrieved from KEMENTERIAN LUAR NEGERI REPUBLIK INDONESIA: <https://kemlu.go.id/portal/id/read/3019/berita/indonesia-sebagai-country-partner-dalam-craftistanbul-2021>
- Marjito, & Tesaria, G. (2016). Aplikasi Penjualan Online Berbasis Android (Studi Kasus : Toko Hoax Merch). *Computech & Bisnis*, 10(1), 40–49.
- Moh Dani Ariawan, A. T., & Sholihati, I. D. (2020). Perancangan User Interface Design dan User Experience Mobile Responsive Pada Website Perusahaan. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 160-166.
- Permata, W. D. (2018). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Pada Materi Kalkulus. *Union Jurnal Pendidikan Matematika*, 277-286.

- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumil). *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679.
<https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>
- Putra, A. D. (2020). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce Untuk Usaha Penjualan Helm. *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 17-24.
- Sanja Kurniawan, S. I. (2015). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Helm Pada Toko Helm Swaka Pacitan. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 13-18.
- Scott, G. M. (2008). Definisi Sistem Informasi Manajemen. *Safundi*, 9(3), 367–367.
- Wibowo, A. T. (2013). Pembuatan Aplikasi E-Commerce Pusat Oleh Oleh Khas Pacitan Pada Toko Sari Rasa Pacitan. *IJNS - Indonesian Journal on Networking and Security*, 62.