

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 CV. Katuju Kreatif Indonesia

CV. Katuju Kreatif Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang konveksi dan sablon pakaian yang berdiri sejak tahun 2016 dan berlokasi di Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Sebagai salah satu usaha kecil menengah (UKM), perusahaan ini berkembang dengan melayani berbagai kebutuhan konsumen, mulai dari sablon kaos, souvenir, *jersey*, hingga konveksi kemeja dalam jumlah besar. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UKM memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah dan nasional, karena mampu menyerap tenaga kerja serta menjawab kebutuhan pasar yang beragam. Hal ini menegaskan bahwa CV. Katuju termasuk dalam kelompok usaha yang potensial untuk terus tumbuh melalui pemanfaatan teknologi informasi.



Gambar 2.1 Toko Katuju Kreatif Indonesia

Dalam operasional sehari-hari, perusahaan ini mengandalkan sistem pemesanan secara *offline* di toko maupun *semi-online* melalui aplikasi *Whatsapp*. Pola ini umum ditemukan pada UMKM di sektor konveksi, di mana proses transaksi sering kali masih dilakukan secara sederhana. Penelitian (Amaliyah dkk., 2024) menyebutkan bahwa pencatatan manual seperti menggunakan buku atau *Excel* rentan menimbulkan kesalahan, data tidak konsisten, dan memperlambat penyusunan laporan.

Berdasarkan teori tersebut, dapat dipahami bahwa posisi CV. Katuju Kreatif Indonesia sebagai UKM di sektor konveksi menghadapi permasalahan khas yang

2.1.2 Sistem Informasi Penjualan

design by freepik.com

Pemanfaatan sistem informasi juga memberikan manfaat penting bagi UKM dan bisnis ritel. (Harjoseputro & Thomas Adi Purnomo Sidhi, 2021) menegaskan bahwa penerapan sistem informasi pada UMKM, khususnya dalam pencatatan dan pelaporan transaksi, dapat meningkatkan efisiensi kerja, menjamin keabsahan data, serta mempermudah pembuatan laporan pajak dan laporan keuangan.

Politeknik Caltex Riau

2.1.3 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan proses strategis yang mengatur kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus mencapai tujuan perusahaan. Dalam konteks UMKM, penerapan manajemen pemasaran sangat penting karena dapat menentukan daya saing usaha di tengah persaingan pasar. Studi (Syamsudin dkk., 2024) menegaskan bahwa transformasi pemasaran *digital* pada UMKM konveksi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan penjualan serta memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan *marketplace*.



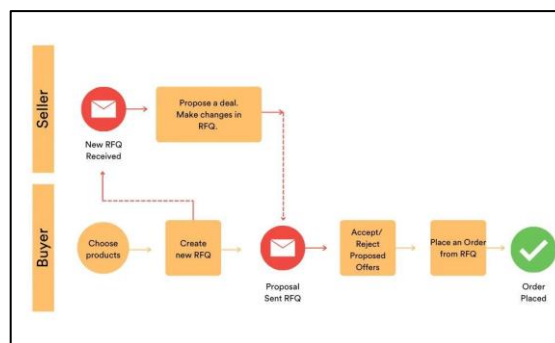
Gambar 2.3 Proses Manajemen Pemasaran

Selain itu, strategi pemasaran *modern* banyak mengandalkan bauran pemasaran (marketing mix) terutama pada aspek promosi yang kini banyak dijalankan secara *digital*. Penelitian (Nurendah, 2023) menunjukkan bahwa pelatihan *digital marketing* berbasis bauran promosi dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam memperkenalkan produk dan memperluas target konsumen secara lebih efektif.

Berdasarkan kajian teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran tidak hanya berorientasi pada penjualan produk, tetapi juga menekankan pentingnya strategi yang terintegrasi antara produk, harga, distribusi, dan promosi. Dengan pemanfaatan *digital marketing*, manajemen pemasaran dapat berjalan lebih efisien, adaptif, serta mampu mendukung keberlanjutan usaha di era persaingan *modern*.

2.1.4 Business to Business (B2B)

Model *Business-to-Business (B2B)* adalah bentuk transaksi antara pelaku usaha bukan langsung ke konsumen akhir. Melalui platform *e-commerce B2B*, UMKM dapat melakukan transaksi dalam jumlah besar dengan pelanggan institusional secara lebih efisien. Penelitian (Ayem Sri dkk., 2024), untuk UMKM Indonesia, menunjukkan bahwa *e-commerce* secara umum mendorong peningkatan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat efisiensi operasional. Hasil ini menyiratkan bahwa *B2B* berbasis *e-commerce* dapat menjadi tulang punggung pertumbuhan bagi UMKM.



Gambar 2.4 Model Bisnis B2B

Transaksi *B2B* pada dasarnya memiliki karakteristik khusus seperti nilai pemesanan besar, mekanisme negosiasi harga, serta kebutuhan akan hubungan jangka panjang. Berbeda dengan *B2C*, interaksi *B2B* membutuhkan sistem yang mendukung pemesanan massal, struktur harga berjenjang, dan integrasi yang kuat antar sistem. Literatur sistematis menunjukkan bahwa *e-commerce* membantu UMKM membangun struktur transaksi semacam ini secara digital dan terukur.

Secara ringkas, pendekatan *B2B* menekankan pentingnya sistem informasi penjualan yang mampu menangani pemesanan dalam skala besar, fleksibel dalam pengaturan harga, dan menjaga kontinuitas hubungan bisnis. Oleh karena itu, ketika merancang sistem informasi penjualan berbasis *website* untuk UMKM, perlu dipertimbangkan fitur-fitur khusus *B2B* agar sistem tersebut dapat mendukung kebutuhan transaksi bisnis antar usaha secara efektif dan profesional

2.1.5 Search Engine Optimization

Search Engine Optimization (SEO) adalah rangkaian teknik dan strategi yang diterapkan untuk meningkatkan posisi *website* dalam hasil pencarian mesin pencari

sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pengunjung secara organik, tanpa biaya iklan. Optimasi *SEO* penting karena membantu meningkatkan visibilitas online dan trafik kunjungan yang lebih relevan dan bertahan.



Gambar 2.5 Proses SEO

Menurut Hadiana & Putra (2023), terdapat beberapa faktor *SEO* utama yang mempengaruhi performa *website* UMKM, antara lain penggunaan kata kunci yang tepat, kualitas konten, backlink, struktur situs, dan responsivitas terhadap perangkat mobile. Penerapan strategi ini terbukti meningkatkan *online presence*, kunjungan organik, tingkat konversi, waktu kunjungan pengguna, dan menurunkan rasio bounce rate yang sangat berpengaruh terhadap efektivitas pemasaran digital.

Lebih lanjut, Fathorrahman dkk. (2024) menegaskan bahwa *SEO* memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keberhasilan kampanye digital UMKM. Studi kuantitatif yang dilakukan terhadap pelaku UMKM di Kabupaten Sumenep menemukan bahwa *SEO* dan media sosial menjadi faktor utama yang mendorong visibilitas *digital* dan efektivitas promosi, sementara konten berkualitas saja tanpa distribusi *digital* yang tepat tidak cukup efektif.

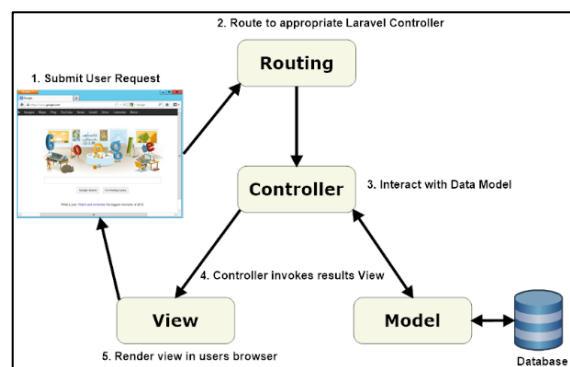
Tabel 2.1 Jenis SEO

Jenis SEO	Fokus Utama
<i>On-Page SEO</i>	Optimasi elemen internal seperti kata kunci, struktur konten, metadata, dan kecepatan loading.
<i>Off-Page SEO</i>	Membangun kredibilitas eksternal melalui <i>backlink</i> , sosial media, dan sinyal eksternal lainnya.
<i>Technical SEO</i>	Aspek teknis seperti penggunaan <i>HTTPS</i> , struktur <i>URL</i> , <i>sitemap</i> , dan kecepatan akses situs.

Secara singkat, *SEO* bukan hanya teknik promosi, melainkan strategi *digital* berkelanjutan untuk meningkatkan visibilitas dan reputasi *online*. Penerapannya dengan komponen *on-page*, *off-page*, dan teknis menjadi penting agar *website* sebuah usaha dapat bersaing secara efektif di mesin pencari. Ini sangat relevan untuk membangun sistem informasi penjualan berbasis *website* yang tidak hanya memudahkan pemesanan tapi juga memperkuat kehadiran digital.

2.1.6 Framework Laravel

Laravel adalah *framework* aplikasi web berbasis *PHP* yang menerapkan pola arsitektur *Model-View-Controller* (*MVC*) untuk memisahkan komponen logika bisnis (*Model*), alur aplikasi (*Controller*), dan tampilan antarmuka (*View*). (Rahmawati & Sumarsono, 2024) menjelaskan bahwa penggunaan arsitektur *MVC* dalam *Laravel* memudahkan pemisahan kode sehingga pengembangan, kolaborasi tim, dan perawatan aplikasi menjadi lebih terstruktur dan modular.



Gambar 2.6 Arsitektur Framework Laravel

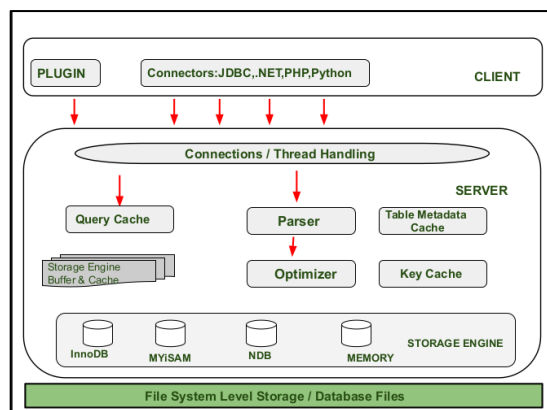
Analisis perbandingan antara *Laravel* dan *framework PHP* lainnya seperti *CodeIgniter* menunjukkan bahwa *Laravel* menawarkan struktur kode yang lebih *modern* dan kemudahan dalam pengembangan aplikasi. (Muthia Kansha dkk., 2023) menemukan bahwa *Laravel 8* menawarkan performa yang kompetitif dan keunggulan pada struktur *framework* dibanding *CodeIgniter 4*, meskipun selisihnya tidak terlalu signifikan.

Berdasarkan kajian di atas, *Laravel* merupakan *framework* yang unggul secara arsitektural dan fungsional dalam konteks pengembangan aplikasi web. Arsitektur *MVC* nya menjamin keterpisahan logika program dan antarmuka, sementara struktur dan dukungan ekosistemnya mendukung pengembangan yang

cepat, terstruktur, dan mudah dipelihara. Itulah alasan kenapa *Laravel* sangat layak menjadi pilihan dalam pengembangan sistem informasi web yang andal dan *scalable*.

2.1.7 MySQL

MySQL adalah salah satu sistem manajemen basis data relasional (*RDBMS*) yang paling banyak digunakan dalam aplikasi web *modern*. Menurut penelitian (Imam Thoib dkk., 2024), *MySQL* dengan penerapan *full-text index* terbukti secara signifikan meningkatkan performa pencarian data teks dalam database yang berisi jutaan entri, dibandingkan tabel tanpa indeks tersebut. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan waktu respon yang signifikan, sehingga *MySQL* sangat cocok digunakan dalam aplikasi dengan volume data besar yang membutuhkan pencarian cepat dan efisien.

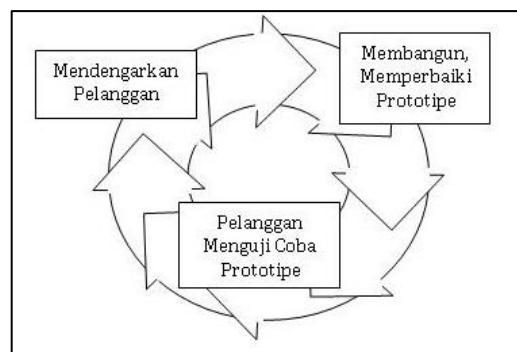


Gambar 2.7 Arsitektur Basis Data MySQL

Lebih lanjut, *MySQL* sering menjadi pilihan utama untuk pengembangan sistem informasi berbasis web karena sifatnya yang *open-source*, gratis, serta dukungan luas terhadap *PHP*. Contohnya, beberapa studi di Indonesia seperti pada jurnal *JSIM* (Kartika sari, Dian Sri Agustina, 2022) berhasil mengembangkan sistem informasi penjualan berbasis *client-server* menggunakan *MySQL*, yang mempermudah input data, pencarian, dan pelaporan secara lebih sistematis. Penelitian lain, seperti di Jinteks (Amri & Perwito, 2021), juga mendukung hal yang sama dalam konteks penjualan toko Rahayu Photo Copy, dan menyimpulkan bahwa *MySQL* memberikan keandalan dalam penyimpanan data dan efisiensi operasional.

2.1.8 Metode Prototyping

Metode *prototyping* merupakan pendekatan iteratif yang bertujuan menghasilkan sistem berdasarkan pemahaman kebutuhan pengguna secara praktik. (Ghaniy & Leksono, 2023) menyatakan bahwa proses *prototyping* mencakup tahap awal berupa pengumpulan kebutuhan (*listen to customer*), kemudian dilanjutkan dengan pembuatan desain awal atau *mockup* (*build/revise mockup*), dan diakhiri dengan uji coba oleh pengguna (*customer test drive*) sebagai dasar untuk revisi lebih lanjut. Pola ini memastikan sistem yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan riil pengguna.



Gambar 2.8 Model Metode Prototyping

Studi (Putra, 2022) mengenai pengembangan sistem informasi absensi berbasis web juga menerapkan model *prototyping* dengan tahapan identik yaitu pengumpulan kebutuhan, perancangan *prototype*, dan evaluasi pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode ini efektif dalam menyelaraskan sistem dengan kebutuhan pengguna sebelum pembangunan final.

Tabel 2.2 Tahapan Prototyping

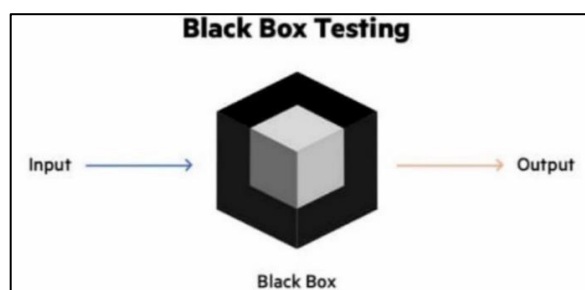
Tahap	Penjelasan	Tujuan
<i>Listen to Customer</i>	Pada tahap ini pengembang mendengarkan kebutuhan pengguna melalui wawancara, observasi, atau diskusi. Semua kebutuhan dasar sistem dikumpulkan dan dianalisis.	Memahami masalah nyata yang dihadapi pengguna dan mengidentifikasi kebutuhan sistem.
<i>Build / Revise Mockup</i>	Pengembang membuat desain cepat atau <i>prototype</i> awal (<i>mockup</i>). <i>Mockup</i> kemudian direvisi berdasarkan masukan pengguna. Tahap ini bisa berulang hingga bentuk <i>prototype</i> dianggap cukup mewakili kebutuhan.	Memberikan gambaran awal sistem dan menyamakan persepsi antara pengguna dan pengembang.

Tahap	Penjelasan	Tujuan
<i>Customer Test Drive</i>	Pengguna mencoba <i>prototype</i> untuk menguji alur kerja dan fungsionalitas dasar. Dari hasil uji coba, pengguna memberi umpan balik untuk perbaikan lebih lanjut.	Memvalidasi apakah sistem sudah sesuai kebutuhan dan memastikan perbaikan dilakukan sebelum implementasi akhir.

Metode *prototyping* dengan tahapan *listen – build - test* adalah pendekatan yang terstruktur dan berbasis kebutuhan nyata pengguna. Studi akademik membuktikan bahwa siklus *prototype* dari *mockup* hingga uji coba langsung dengan pengguna memperkecil risiko miskomunikasi dan meningkatkan kualitas sistem final yang lebih responsif terhadap kebutuhan operasional.

2.1.9 Blackbox Testing

Menurut (Putri dkk., 2024) dalam Jurnal Ilmu Sistem Informasi dan Elektronika (UGM), *black box testing* adalah metode pengujian perangkat lunak yang berfokus pada kesesuaian input dan output tanpa memeriksa struktur internal kode program. Pengujian ini dilakukan dengan memberikan berbagai kombinasi data masukan, lalu memverifikasi apakah hasil keluaran sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan. Menurut (Shaleh dkk., 2021) dalam Jurnal Teknologi Sistem Informasi (JTSTI) Universitas Pamulang, terdapat beberapa teknik yang sering digunakan dalam *black box testing*, di antaranya *Equivalence Partitioning (EP)* untuk membagi input ke dalam kelompok valid dan invalid, serta *Boundary Value Analysis (BVA)* untuk menguji nilai batas input minimum, maksimum, dan just outside batas tersebut. Selain itu, (Kartono dkk., 2024) menambahkan bahwa teknik *Decision Table Testing* sangat bermanfaat ketika sistem memiliki aturan logika yang kompleks, sementara *Robustness Testing* digunakan untuk memastikan sistem tetap stabil meskipun menerima input tidak valid.



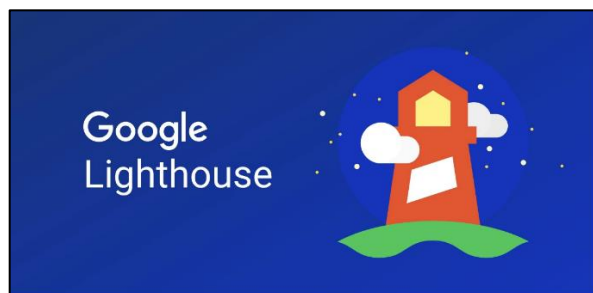
Gambar 2.9 Diagram Blackbox Testing

Dari berbagai literatur tersebut, dapat disimpulkan bahwa *black box testing* merupakan metode pengujian fungsionalitas sistem dari sisi pengguna. Teknik-teknik seperti *Equivalence Partitioning*, *Boundary Value Analysis*, *Decision Table Testing*, dan *Robustness Testing* memungkinkan pengembang untuk mendeteksi kesalahan input dan output dengan lebih sistematis, sekaligus memastikan aplikasi memenuhi kebutuhan pengguna akhir.

2.1.10 Performance Testing

Performance testing merupakan proses pengujian yang dilakukan untuk mengevaluasi kinerja suatu *website* berdasarkan aspek kecepatan, responsivitas, stabilitas, serta kualitas pengalaman pengguna ketika sistem dijalankan. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa *website* memiliki performa yang baik sehingga mampu memberikan pengalaman penggunaan yang optimal.

Salah satu *tools* yang dapat digunakan untuk melakukan *performance testing* adalah *Google Lighthouse*. *Google Lighthouse* merupakan *tools* otomatis yang dikembangkan oleh *Google* untuk mengevaluasi kualitas *website* melalui beberapa aspek pengujian, yaitu *Performance*, *Accessibility*, *Best Practices*, *Search Engine Optimization (SEO)*, dan *Progressive Web App (PWA)*. Pada aspek *performance*, *Lighthouse* mengukur beberapa metrik penting seperti *First Contentful Paint (FCP)*, *Largest Contentful Paint (LCP)*, *Total Blocking Time (TBT)*, *Cumulative Layout Shift (CLS)*, *Speed Index*, dan *Time to Interactive (TTI)* sebagai indikator performa halaman web.



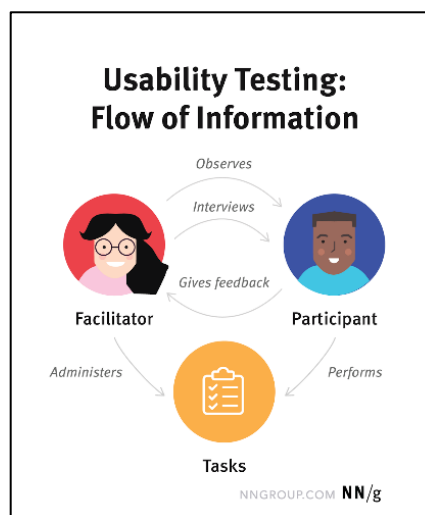
Gambar 2.10 Performance Testing

Menurut penelitian (Prambayun dkk., 2025), *Google Lighthouse* mampu memberikan hasil pengujian yang komprehensif terhadap performa *website* sehingga pengembang dapat mengidentifikasi bagian-bagian yang memerlukan

optimasi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasil pengujian *Lighthouse* tidak hanya menghasilkan skor performa, tetapi juga memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan metrik *Core Web Vitals*, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam meningkatkan kualitas *website*.

2.1.11 Usability Testing

Usability testing adalah metode evaluasi yang digunakan untuk menilai seberapa mudah, efisien, dan memuaskan sebuah sistem digunakan oleh pengguna nyata. Teknik ini penting dalam pendekatan *User-Centered Design (UCD)*, yakni proses desain yang melibatkan langsung pengguna sasaran dalam tiap tahap pengembangan sistem. Studi (Putra dkk., 2023) menunjukkan bahwa tahapan *UCD* seperti *specify context*, *produce design*, hingga *evaluate design* menggunakan *usability testing* adalah krusial untuk menghasilkan antarmuka yang intuitif dan sesuai kebutuhan pengguna.



Gambar 2.11 Alur Usability Testing

Secara teknis, *System Usability Scale (SUS)* dihitung dengan beberapa langkah yang cukup sistematis:

Langkah perhitungan *System Usability Scale (SUS)* adalah sebagai berikut:

1. Untuk setiap pertanyaan dengan nomor ganjil, kurangi nilai jawaban responden dengan 1.

Rumus: Skor Pertanyaan ganjil = nilai responden – 1

2. Untuk setiap pertanyaan dengan nomor genap, kurangi nilai 5 dengan nilai jawaban responden.

Rumus: Skor Pertanyaan genap = 5 – nilai responden

3. Jumlahkan seluruh skor yang telah diperoleh, kemudian kalikan hasilnya dengan 2,5 untuk mendapatkan skor akhir SUS.

Rumus rata-rata skor akhir:

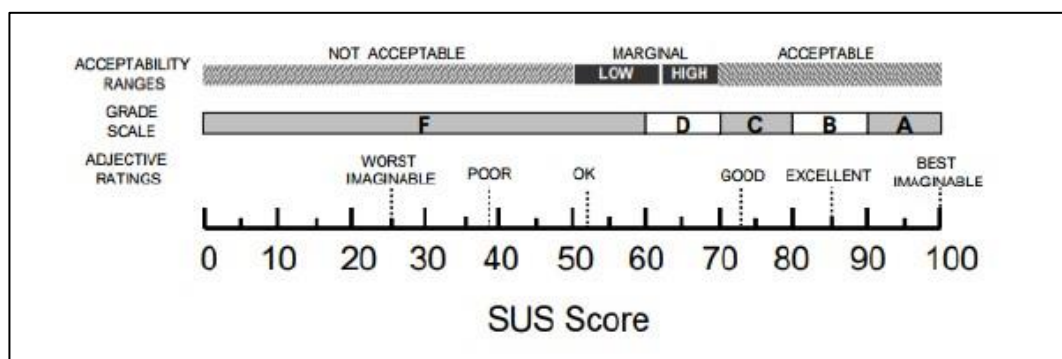
$$x = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan:

X = rata-rata akhir skor SUS

$\sum x$ = jumlah skor SUS

n = banyaknya jumlah data



Gambar 2.12 SUS Score

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah usaha yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk mencari referensi serta membandingkan hasil penelitian yang telah ada sebelumnya. Kajian terhadap penelitian terdahulu ini berperan sebagai acuan dalam menyusun penelitian berikutnya, sehingga dapat menambah wawasan dan memperkuat dasar teori yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan (Fakhriza dkk., 2025) berfokus pada pengembangan sistem informasi penjualan berbasis web dengan menggunakan metode *Prototype*. Permasalahan yang dihadapi adalah pencatatan transaksi yang masih manual dan keterbatasan akses informasi bagi pelanggan. Melalui penerapan

metode *Prototype*, sistem dirancang secara bertahap dengan melibatkan pengguna dalam proses pengembangan agar hasil sistem sesuai dengan kebutuhan. Penelitian ini menghasilkan sistem penjualan berbasis web yang mampu mempermudah pencatatan transaksi serta menyediakan informasi yang lebih jelas kepada pelanggan, sehingga proses bisnis menjadi lebih efisien.

Penelitian yang dilakukan (Palupi, 2024) mengembangkan sistem informasi penjualan berbasis web pada sebuah toko kue. Latar belakang penelitian ini adalah keterbatasan sistem manual dalam melayani pemesanan dan pencatatan transaksi. Sistem yang dirancang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara online, sekaligus menyediakan laporan penjualan bagi pihak toko. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem ini mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kecepatan pelayanan, serta mempermudah pengelolaan data transaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh tim pada usaha (Nurhalifah dkk., 2021) berfokus pada perancangan sistem informasi penjualan berbasis *website* untuk mendukung kegiatan usaha di bidang otomotif. Permasalahan utama yang dihadapi adalah kesulitan dalam pencatatan data transaksi dan penyampaian informasi produk kepada pelanggan. Sistem yang dibangun melalui penelitian ini menghadirkan modul transaksi dan manajemen produk yang lebih terstruktur, sehingga mempermudah pihak usaha dalam melayani pelanggan dan menyusun laporan penjualan.

Penelitian yang dilakukan pada (Eldapendra, 2020) berfokus pada pengembangan sistem informasi penjualan berbasis web untuk mengatasi kendala dalam pengelolaan data penjualan, stok barang, supplier, serta laporan transaksi. Sebelumnya, proses pencatatan masih dilakukan secara manual sehingga sering terjadi kesulitan dalam memantau ketersediaan barang dan menyusun laporan keuangan secara cepat dan akurat. Sistem yang dikembangkan menggunakan metodologi *Waterfall* dengan tahapan analisis, perancangan, implementasi, dan pengujian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi penjualan berbasis web ini mampu meningkatkan efisiensi operasional toko, memudahkan dalam pemantauan stok, mempercepat proses transaksi, serta menyajikan laporan penjualan yang lebih sistematis.

Penelitian yang dilakukan (Nurhadi & Novri Gusrial Can, 2024) bertujuan untuk mengembangkan sistem informasi penjualan berbasis *website* menggunakan metode *Prototyping*. Fokus penelitian ini adalah keterbatasan sistem pencatatan manual yang rawan menimbulkan kesalahan data. Dengan penerapan *prototyping*, pengguna dapat terlibat langsung dalam proses perancangan, sehingga sistem yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem penjualan berbasis web ini mampu meminimalisir kesalahan pencatatan, menyediakan laporan yang lebih akurat, serta mendukung peningkatan efisiensi operasional perusahaan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Kategori	(Fakhriza dkk., 2025)	(Palupi, 2024)	(Nurhalifah dkk., 2021)	(Eldapendra, 2020)	(Nurhadi & Novri Gusrial Can, 2024)
Metode	<i>Prototyping</i>	<i>Rational Unified Process</i>	<i>Waterfall</i>	<i>Waterfall</i>	<i>Prototyping</i>
Objek Penelitian	UMKM penjualan berbasis web	Toko Ritel Tanjungpinang	Toko kue	Usaha bengkel/motor	UMKM perdagangan
Fitur	1) Login 2) Registrasi 3) Katalog 4) Produk 5) Keranjang belanja 6) Pemesanan 7) Pembayaran 8) Pengelolaan produk 9) Pelanggan 10) Transaksi 11) Laporan penjualan	1) Registrasi konsumen 2) Login konsumen 3) Login admin 4) Pengelolaan produk 5) Keranjang belanja 6) Transaksi pembeli online 7) Pengelolaan jenis produk 8) Laporan transaksi	1) Login 2) Katalog kendaraan 3) Input produk 4) Negosiasi harga 5) Pemesanan 6) Upload persyaratan 7) Upload bukti 8) Pembayaran, 9) Cetak kwitansi 10) Tanda terima	1) Manajemen data barang 2) Data supplier 3) Data stok 4) Transaksi pembelian 5) Transaksi penjualan 6) Laporan stok 7) Laporan penjualan 8) Laporan laba/rugi	1) Login 2) Registrasi 3) Kategori produk 4) Pemesanan 5) Konfirmasi pembayaran 6) Pengelolaan 7) Penjualan 8) Laporan penjualan

Kategori	(Fakhriza dkk., 2025)	(Palupi, 2024)	(Nurhalifah dkk., 2021)	(Eldapendra, 2020)	(Nurhadi Nurhadi & Novri Gusrial Can, 2024)
Hasil Penelitian	Sistem web mempermudah pencatatan transaksi dengan metode <i>Prototype</i> .	Sistem web mengelola penjualan, stok, <i>supplier</i> , dan laporan.	Sistem web mempermudah pemesanan online dan laporan penjualan.	Sistem web membantu transaksi dan laporan lebih terstruktur.	Sistem web berbasis <i>Prototype</i> meminimalisir kesalahan pencatatan.
Kelemahan	Tidak membahas promosi <i>digital</i> atau <i>SEO</i> .	Metode <i>Waterfall</i> , kurang fleksibel menyesuaikan kebutuhan.	Fitur manajemen data produk masih sederhana.	Validasi data kurang detail, rawan salah input.	Belum menekankan strategi promosi digital.
Testing	<i>Pentest-Tools.com</i>	<i>Black Box Testing</i>	<i>Black Box Testing</i>	<i>Software Testing</i>	<i>Black Box Testing</i>