

# Pengembangan purwarupa platform konveksi online dengan metode *design thinking*

Nur Lukman<sup>1</sup>, Deden Eka Purwanto<sup>2</sup>, Gladis Fadila<sup>3</sup>, Hannah Fauzia Rahma<sup>4</sup>, Putri Apriyanti<sup>5</sup>, Rizky Agung Ardiansyah<sup>6</sup>

<sup>1</sup>UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

<sup>2,3,4,5</sup>Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

<sup>1</sup>n.lukman@uinsgd.ac.id, <sup>2</sup>dedenep@upi.edu, <sup>3</sup>fadilagladi@upi.edu, <sup>4</sup>hannah.rahma@upi.edu,

<sup>5</sup>putriapriyanti@upi.edu, <sup>6</sup>rizkyagung@upi.edu

*Abstract-* With the development of information technology and computerization in recent years, especially in the trade sector. This inspires every business person and company to compete in order to quickly obtain and communicate the latest information. This inspires every business person and company to compete in order to quickly obtain information. For example, we often encounter the rise of clothing convection, and we have created the Konveksi.Kuy website in the JABODETABEK area, with a system or flow that can be used for customers in the JABODETABEK area. around the JABODETABEK area will be feasible again. then since the establishment of this convection will conduct sales transactions, and the company can only reach potential customers who are in the JABODETABEK area. Therefore, online ordering is expected to overcome the above problems. Among the methods of collecting research data through convection interview research and library research, there is the development of a structured system that uses the Design thinking method which has 5, including; Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test.

*Keywords-* Design Thinking, Digital Platform, Online Convection, Prototype

*Abstrak-* Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komputerisasi dalam beberapa tahun terakhir khususnya di bidang perdagangan. Hal ini menginspirasi setiap pelaku bisnis dan perusahaan untuk bersaing agar dapat dengan cepat memperoleh dan mengkomunikasikan informasi terkini. Hal ini menginspirasi setiap pelaku bisnis dan perusahaan untuk bersaing agar dapat dengan cepat memperoleh informasi. Misalnya, kita sering menjumpai maraknya konveksi pakaian, dan kita telah membuat *website Konveksi.Kuy* berada di wilayah JABODETABEK, dengan adanya sebuah sistem atau alur yang dapat digunakan untuk pelanggan di sekitar wilayah JABODETABEK akan menjadi layak lagi. maka sejak berdirinya konveksi ini akan melakukan transaksi penjualan, dan perusahaan hanya dapat menjangkau calon pelanggan yang berada di wilayah JABODETABEK. Oleh karena itu, pemesanan *online* diharapkan dapat mengatasi permasalahan di atas. Di antara metode pengumpulan data penelitian melalui penelitian wawancara konveksi dan penelitian kepustakaan, terdapat pengembangan sistem terstruktur yang menggunakan metode *design thinking* yang memiliki 5, antara lain; *Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test.*

*Kata kunci-* Design Thinking, Konveksi Online, Platform Digital, Purwarupa.

## I. PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya IT pada informasi dengan komputerisasi dalam beberapa tahun terakhir khususnya di bidang perdagangan atau bisnis[1]. Hal ini menginspirasi setiap pelaku bisnis dan perusahaan untuk bersaing agar dapat dengan cepat memperoleh dan mengkomunikasikan informasi terkini. Oleh karena itu pada perdagangan bebas dapat didefinisikan sebagai tidak adanya hambatan buatan (hambatan yang akan diterapkan pemerintah) dalam perdagangan antar individu dan perusahaan-perusahaan yang berada di negara yang berbeda[2].

Adanya perdagangan bebas semacam ini akan menjadi cikal bakal *e-commerce* dan keuntungan dari *e-commerce* secara langsung akan membantu meningkatkan opini dan keuntungan perusahaan[3]. Dengan ini bisa lebih fleksibilitasnya dari perdagangan elektronik yang dapat

memangkas biaya-biaya pemasaran dengan kemudahan dan kecanggihannya dalam menyampaikan sebuah informasi-informasi tentang barang dan jasa langsung ke konsumen dimanapun mereka berada (tidak terbatas oleh jangkauan geografis perusahaan)[4][5].

Konveksi di JABODETABEK yang bernama Dea Gusti Konveksi terletak di bekasi, jawa barat adalah sebuah konveksi yang bergerak dibidang baju *jersey* atau pakaian olahraga. Dengan permasalahan dalam konveksi ini yaitu mempromosikan produk di internet, oleh karena itu semenjak berdiri dari belasan tahun yang melakukan promosi dari produk yang ingin dijual, oleh karena kesulitan tersebut perusahaan hanya mampu menjangkau para calon pelanggan di wilayah JABODETABEK saja.

Adapun konveksi di daerah Bekasi, Jawa Barat bernama Sigma konveksi adalah sebuah konveksi yang

bergerak dibidang baju sablon, seragam organisasi atau kantor, atribut. Dengan permasalahan dalam konveksi ini yaitu mempunyai *sales* satu per satu calon pelanggan dan menunjukkan *design* dan pada contoh bahan yang dimiliki oleh perusahaan dengan Pengelolaan *website* dan kesulitan dalam menampilkan media promosi yang menarik (desain *feeds*). Oleh karena itu pada permasalahan yang kedua ini sama dengan permasalahan pertama yang akan melakukan promosi di yang menarik untuk produk dan pengelolaan *website* dengan kesulitan ini perusahaan cuman menjangkau para calon dan pelanggan di wilayah JABODETABEK saja.

Oleh karena itu, dengan adanya sebuah sistem atau alur yang dapat digunakan untuk pelanggan di sekitar wilayah JABODETABEK sudah tidak layak lagi. Berdasarkan kenyataan tersebut, penulis disini tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut diatas yang berjudul “Pengembangan Purwarupa Platform Konveksi Online Dengan Metode *Design Thinking*”.

## II. METODE PENELITIAN

Dengan adanya kebutuhan pelanggan pada dunia konveksi [6] maka ditemukan sebuah persoalan tentang kurangnya pemahaman pelanggan dalam tata cara memesan pakaian melalui konveksi yang menghadirkan sebuah peluang yaitu pembangunan sebuah *website* yang bermanfaat untuk meningkatkan pendapatan bagi si pemilik konveksi dan kemudahan dalam pemesanan bagi si pelanggan. Dalam pembuatan *web* konveksi ini penulis melakukan beberapa langkah antara lain :

### 1. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah observasi. Pada metode ini dilakukan dengan melihat perkembangan dan menyelidik permasalahan yang terjadi di lapangan yang berkaitan erat dengan persoalan yang diambil [7][8]. Wawancara. Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab dengan pihak konveksi mengenai data-data dan informasi topik yang diambil. Pada metode ini dilakukan studi literatur dengan mengumpulkan informasi yang membantu dalam pendefinisian permasalahan baik melalui artikel, jurnal, buku-buku bahkan melalui internet yang berkaitan erat dengan judul penelitian.

### 2. Analisis kebutuhan

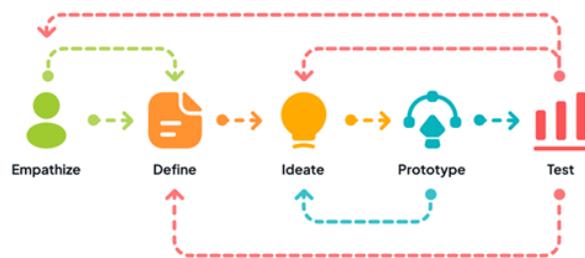
Kebutuhan yang diperlukan dalam pembuatan *website* ini adalah :  
*Software*

- Figma untuk membuat tampilan desain.
- Trello digunakan untuk mengatur proyek dalam satu tempat dan mempermudah dalam berkolaborasi antar tim.
- Miro untuk riset, menyusun ide, membuat *wireframe* dan sebagainya.
- Web browser* yang digunakan Mozilla Firefox, untuk menampilkan *interface*.

*Hardware* yang digunakan adalah komputer.

Penelitian terhadap *user* untuk mengembangkan *prototype platform* pada *website* konveksi ini memakai metode *Design Thinking*. *Design thinking* artinya metodologi desain yang menyampaikan pendekatan berbasis solusi dengan memecahkan persoalan. *Design Thinking* dilakukan untuk menemukan permasalahan/kebutuhan yang dihadapi oleh sasaran pengguna sehingga mampu memilih solusi terbaik agar bisa menyelesaikannya. *Design thinking* ini sangat bermanfaat pada mengatasi problem kompleks dengan cara [9][10]:

- Tahu akan kebutuhan pelanggan
- Menyatukan ulang persoalan,
- Berpusat di insan,
- Membentuk pola ide pada sesi *brainstorming*, dan
- Mengadopsi pendekatan eksklusif pada pembuatan ide prototipe dan pengujian.



Gambar 1. Alur *Design Thinking*

Berdasarkan gambar 1, *design thinking* mempunyai 5 tahapan yaitu [9]:

### 1. *Empathize*

Di tahap ini dilakukan pendekatan terhadap sasaran pengguna. Tahap ini merupakan proses kegiatan yang mengetahui kebutuhan pelanggan menggunakan cara mengumpulkan data melalui tahapan metode wawancara, observasi serta melakukan studi literatur. Dalam pendekatan

*user* tersebut kita bisa mengetahui apa saja masalah pelanggan dalam dunia konveksi selama ini, apa saja kebiasaan yg mereka lakukan dalam dunia konveksi dan apasaja kegelisahan yang dirasakan oleh pelanggan dalam dunia konveksi akan dibahas dalam tahapan selanjutnya.

2. *Define*

Segala Informasi yang sudah dikumpulkan selama tahap *empathize*, kita dapat menganalisa serta menentukan inti dan memilih persoalan untuk diidentifikasi. dengan adanya permasalahan yang dialami pelanggan di dalam dunia konveksi muncullah ide atau sebuah peluang untuk mempermudah proses pemasaran bagi pengguna dan kemudahan pemilik dalam memberikan informasi seputar Di tahap ini mendeskripsikan inspirasi dan pandangan pengguna sebagai dasar web yang akan didesain. Hasil akhir pada tahapan ini adalah:

- a. Masalah apa yang akan diselesaikan?
- b. Untuk siapa kita menyelesaikan masalah ini?
- c. Apa cara lain yang dapat menyelesaikan masalah ini?

3. *Ideation*

Pada tahapan ini dengan adanya permasalahan awal dapat dikembangkan ide-ide, dengan ide-ide akan ditampung guna penyelesaian persoalan yang sudah ditetapkan di tahap *define*. Menerima pandangan baru sebanyak mungkin atau solusi dalam persoalan yang kemudian dipilih cara dalam memecahkan persoalan atau menyediakan elemen yang dibutuhkan agar dapat menghindari problem yang akan terjadi.

4. *Prototyping*

Pada tahap ini didapatkan sejumlah versi produk konveksi, atau fitur spesifikasi yang ditemukan pada produk. *Prototype* ini bisa diuji ke beberapa sasaran pengguna di fase berikutnya.

5. *Testing*

Dilakukannya pengujian serta evaluasi terhadap web konveksi kepada pengguna dan hasilnya akan dilakukan perubahan serta penyempurnaan agar menghilangkan persoalan serta menerima pemahaman yang mendalam tentang web konveksi dan penggunaanya.

**III.HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut adalah hasil penelitian pengguna dengan metode *design thinking* yang telah dilakukan oleh Tim Peneliti:

**3.1. Empathize**

Pada tahapan ini akan dilakukan pendekatan yang terhadap target pengguna pada konveksi.kuy dengan apa yang diinginkan oleh konveksi dalam menghadapi *e-commerce*. Target pengguna dari penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Pihak Konveksi se JABODETABEK
2. Calon Pelanggan

Berikut adalah tabel 1 menjelaskan hasil dari proses *empathize* yang dilakukan tim peneliti dengan target responden adalah pihak konveksi se-JABODETABEK :

Tabel 1. Hasil *empathize* pihak konveksi

Pertanyaan Riset	Jawaban	
	Dea Gusti Konveksi	Sigma Konveksi
Di bidang apa saja konveksi bapak ibu bergerak?	Jersey atau pakaian olahraga	Sablon, Seragam organisasi atau kantor dan atribut
Media apa yang digunakan untuk mempromosikan konveksi bapak/ibu?	Media sosial dan <i>door to door</i>	<i>Instagram</i> , <i>Whatsapp</i> , <i>Website</i> (Jarang digunakan)
Apa saja masalah/tantangan ketika melakukan promosi usaha bapak/ibu?	Masalah susah untuk mempromosikan produk di internet	Kesulitan dalam pengelolaan <i>website</i> dan juga kesulitan menampilkan media promosi yang menarik ( <i>desain feeds</i> )
Kendala apa saja yang saat ini dialami oleh konveksi bapak/ibu dalam mendapatkan pelanggan?	Tidak ada	Pasang-surutnya <i>customer</i> membuat pendapatan tidak stabil

Menurut anda warna yang tepat untuk merepresentasikan konveksi adalah? Pilihlah salah satu!	Biru dan putih	Biru dan putih
Selama pandemi Covid-19, apakah anda menggunakan website untuk membantu usaha konveksi pakaian?	Tidak	Tidak, promosi lebih banyak dilakukan di Instagram dan <i>Whatsapp</i>
Jika ada <i>platform</i> digital ( <i>website</i> ) sebagai media promosi dan pertemuan dengan pelanggan fitur apa yang menurut anda sangat dibutuhkan?	Fitur yang bisa menyediakan dan mampu memberikan orderan dengan sistem P.O	Fitur <i>chatting</i> , info ekspedisi pengiriman
Jika ada <i>website</i> yang menyediakan konveksi se-Jabodetabek, apakah ini akan mempermudah kalangan umum atau mempersulit?	Mempermudah	Mempermudah asalkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan tempat konveksi, fitur yang ada harus mengakomodir seluruh kegiatannya

Apa bapak/ibu pernah mengunjungi konveksi pakaian di daerah Jabodetabek?	Ya, karena banyak pengguna yang akan mengunjungi konveksi di daerah jabodetabek
Bagaimana cara anda menemukan konveksi pakaian yang sesuai?	Kebanyakan dari pengguna bertanya kepada orang lain (tetangga, kerabat dan lain-lain)
Hal apa yang mempengaruhi anda dalam memilih konveksi?	- 52,6% memilih kualitas jahitan - 36,8% memilih harga yang terjangkau - 5,3% memilih lain-lain
Masalah apa yang dihadapi ketika anda akan memesan pakaian?	Harga yang tidak terjangkau
Apa yang memudahkan anda dalam memilih kriteria (bahan) pakaian?	- Melihat contoh bahan dan hasil jahitan secara langsung - kualitas bahan yang diinginkan - Informasi terkait bahan pakaian
Apakah anda memerlukan suatu platform yang dapat digunakan untuk mencari konveksi pakaian di jabodetabek dan mengedukasi dalam hal seputar pakaian?	Dalam 100% pelanggan perlu <i>platform</i> untuk mencari konveksi di jabodetabek dan mengedukasi dalam hal seputar pakaian

Dari kesimpulan diatas bisa dianalisis bahwa dalam tahapan ini banyak kecenderungan pada pihak konveksi Dea Gusti Konveksi dan Sigma Konveksi hampir sama dari hasil respondennya. Adanya proses *empathize* dengan hasil riset pada pelanggan memiliki hasil responden yang sama dengan susahny mencari konveksi yang pasti dan memuaskan bagi mereka.

Berikut adalah tabel 2 yang menjelaskan hasil dari proses *empathize* yang dilakukan tim peneliti dengan target responden adalah calon pelanggan :

Tabel 2. Hasil *empathize* calon user

Pertanyaan Riset	Jawaban
------------------	---------

### 3.2. Define Problem (analisa berdasarkan pengamatan permasalahan, *problem statement*)

Berdasarkan dari pengumpulan selama tahap *empathize* akan dianalisis dan disintesis untuk bisa menentukan masalah pada pihak konveksi dan calon pelanggan. Gambar 2 berikut adalah masalah yang telah didefinisikan untuk masing-masing *object research*:



Gambar 2. Define Problem

Tabel 3. Tabel masalah pihak konveksi

User	Masalah
Dea Gusti Konveksi	Mempromosikan produk di internet
Sigma Konveksi	Mempunyai <i>sales</i> satu per satu pada calon <i>user</i> dan menunjukkan <i>design</i> dan contoh kualitas bahan yang dimiliki oleh perusahaan
Sigma Konveksi	Kurangya pengetahuan mengenai promosi <i>online</i>
Sigma Konveksi	Pengelolaan website dan kesulitan dalam menampilkan media promosi yang menarik ( <i>desain feeds</i> )

Dari kesimpulan tabel 3 diatas bisa dianalisis bahwa dalam tahapan ini banyak sekali **problem** pada pihak konveksi Dea Gusti Konveksi dan Sigma Konveksi. Tetapi dalam *problem* tersebut banyak kesamaan pada keluhan kesah saat melakukan perbisnisan dengan hal ini memiliki *problem* harus bisa memecahkan permasalahan dengan hal ini akan kami membuat konveksi.kuy untuk bisa memecahkan masalah tersebut.

### 3.3. Ideate (solusi yang ditawarkan, jelaskan lari dan fiturnya)

Adapun beberapa ide dari solusi pada gambar 3 yang akan berhasil dalam setiap penelitian.



Gambar 3. Ideate

Keberhasilan untuk bisa didefinisikan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh 2 permasalahan baik dari sisi pihak konveksi dan pelanggan dijelaskan dalam tabel 4 dan 5 berikut:

Tabel 4. Tabel solusi pihak konveksi

User	Problem	Solusi
Dea Gusti Konveksi	Mempromosikan produk di internet	Merekruit admin untuk mengelola <i>website</i>
Sigma Konveksi	Mempunyai <i>sales</i> satu per satu calon <i>user</i> dan akan menunjukkan <i>design</i> dan contoh bahan yang sudah dimiliki oleh perusahaan	Memberikan referensi pakaian dengan menampilkan katalog
Sigma Konveksi	Kurangya pengetahuan mengenai promosi <i>online</i>	Membantu pemilik konveksi dalam promosi <i>online</i>
Sigma Konveksi	Pengelolaan <i>website</i> dan	Menyediakan desain (UI/UX)

	kesulitan dalam menampilkan media promosi yang menarik (desain feeds)	yang menarik
--	---	--------------

Tabel 5. Tabel solusi *user*

User	Problem	Solusi
Pelanggan	Harga yang tidak kompetitif antar konveksi (terlalu mahal/murah)	Menentukan proses ukuran sehingga akan berpengaruh pada harga dari pada jumlah bahan
Pelanggan	Tidak mengetahui jenis bahan yang sesuai	Membuat fitur rekomendasi bahan untuk pakaian yang dibutuhkan

Dari kesimpulan tabel 4 dan 5 di atas bisa dianalisis bahwa dalam tahapan ini banyak sekali problem dan solusi pada pihak konveksi Dea Gusti Konveksi dan Sigma Konveksi dengan hal itu pada konveksi.kuy ini akan membuat sebuah fitur kriteria pada karakter yang berupa referensi pakaian dan katalog yang berupa pilihan ukuran, pilihan warna dan jumlah, ada juga dari pelanggan yang mempunyai problem dan solusi yang berbeda-beda dengan hal itu didalam fitur rekomendasi ini juga pelanggan bisa melihat referensi dan rekomendasi pakaian yang dibutuhkan oleh pelanggan bahkan bisa melakukan proses ukuran sehingga akan berpengaruh pada harganya dan filter pada pencarian biar bisa menambah pilihan konveksi dari segi ukuran baju dan warna. Bahkan di rekomendasi ini pelanggan bisa melakukan *upload* contoh dan *upload* desain *custom* (Jika pelanggan ada dalam dua hal tersebut).

### 3.4. *Prototype* (desain produk, tampilan utama, sub tampilan utama)

Pembangunan *prototype* sebagai implementasi dari proses sebelum yang telah dilakukan sebagai berikut.

#### a. Landing page

Halaman ini ialah tampilan awal *website*.

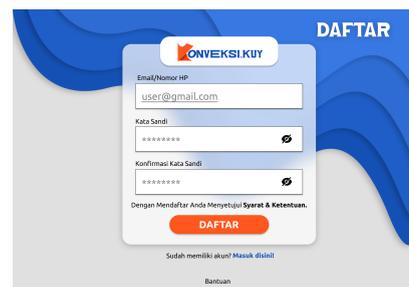


Gambar 4. Halaman landing Page

Pada halaman yang tercantum dalam gambar 4 ini terdapat tombol gabung, tentang kami, bantuan, masuk dan juga kontak.

#### b. Daftar

Di laman di gambar 5 ini pengguna harus registrasi menggunakan *email* dan juga membuat kata sandi.



Gambar 5. Halaman Daftar

Selain itu disediakan pula *link* menuju syarat dan ketentuan untuk pedoman menggunakan *website konveksi.kuy*, ada pintasan menuju masuk (apabila sudah memiliki akun) dan juga *link* bantuan.

#### c. Masuk

Pada laman gambar 6 ini dikhususkan untuk pengguna lama yang sudah memiliki akun pada *website konveksi.kuy*.

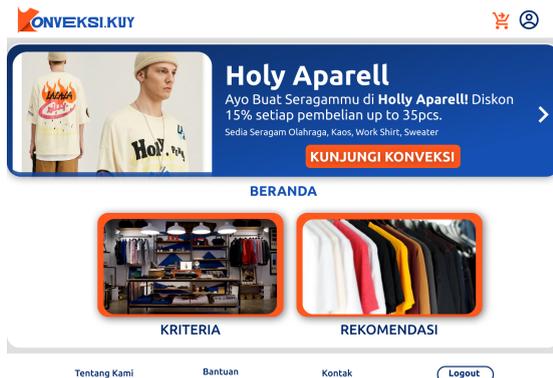


Gambar 6. Halaman Masuk

Tersedia fitur nyalakan notifikasi pemberitahuan, lupa kata sandi, tentang kami dan bantuan.

d. Beranda

Di beranda pada gambar 7 memuat *banner* promosi konveksi yang telah melakukan promosi berbayar.

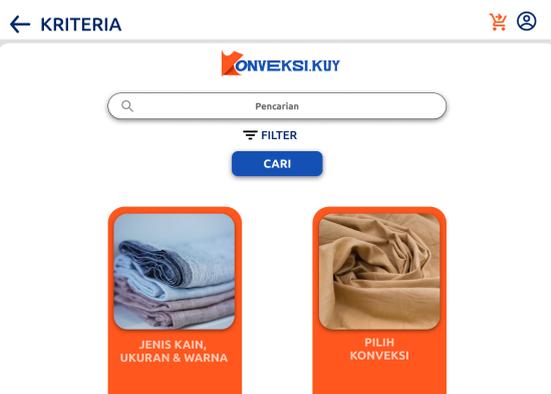


Gambar 7. Halaman Beranda

Kemudian terdapat dua fitur kriteria dan rekomendasi, di *footer* terdapat tentang kami, bantuan, kontak dan *logout*.

e. Kriteria

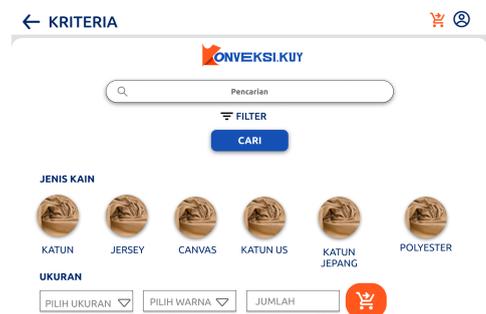
pilihan pada kriteria yang terdapat pada *website* bisa dilihat dalam gambar 8 berikut.



Gambar 8. Kriteria.

Terdapat fitur pencarian, filter pencarian dan dua fitur yakni jenis kain, ukuran & warna serta fitur pemilihan konveksi yang akan dipesan.

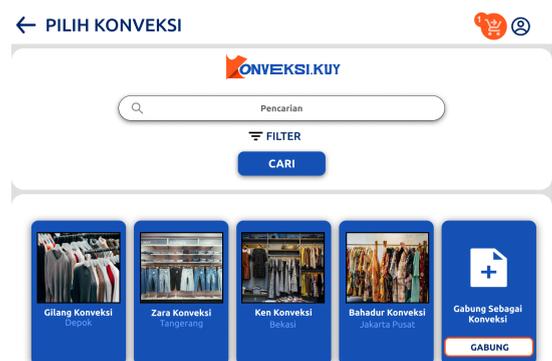
f. Halaman Kriteria



Gambar 9. Halaman Kriteria

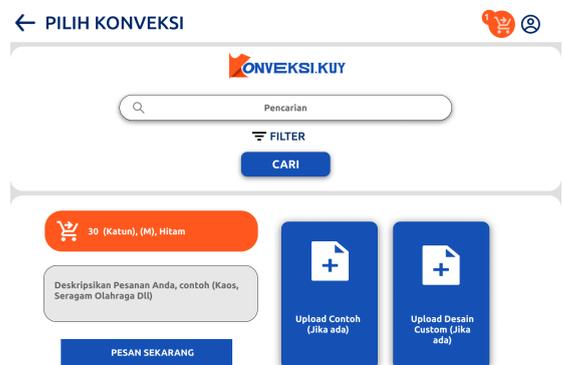
Gambar 9 mempersilahkan pengguna memilih jenis bahan, ukuran, warna serta jumlah baju yang dipesan.

g. Pilih Konveksi



Gambar 10. Halaman Pilih Konveksi

Pada laman gambar 10 ini pengguna harus memilih konveksi yang tersedia serta bisa daftar menjadi pihak konveksi.

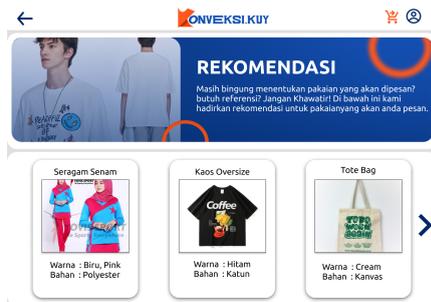


Gambar 11. Pilih Konveksi 2

Setelah melakukan pemilihan pakaian (pada fitur jenis pakaian, ukuran & warna) lalu memilih

konveksi maka akan diarahkan ke laman pada gambar 11 ini untuk mendeskripsikan lebih jelas pesannya sehingga bisa langsung diinformasikan kepada pihak konveksi yang dipilih. disini kita dapat menambahkan contoh serta *custom* desain.

#### h. Rekomendasi



Gambar 12. Halaman Rekomendasi

Laman pada gambar 12 ini memuat contoh - contoh pakaian lengkap dengan deskripsi sebagai referensi pengguna dalam memesan pakaian nantinya.

#### 3.5. Test

Tahap akhir dari perancangan sistem informasi ini adalah pengujian pada pengguna akhir. Suatu sistem yang baru dibuat perlu dilakukan pengujian agar nantinya sistem dapat berjalan sesuai yang diharapkan dan dapat diperbaiki sebelum digunakan secara keseluruhan oleh *user* [6]. Cara yang digunakan untuk pengujian aplikasi ini adalah *usability testing*. *Usability testing* merupakan suatu cara apakah *user* mudah dalam menggunakan aplikasi, mengetahui apakah aplikasi yang telah dibuat efektif dan efisien, serta mengetahui tingkat kepuasan *user* terhadap aplikasi yang telah dibuat.

Dari *usability testing* yang telah dilakukan terhadap beberapa *user*, didapatkan bahwa aplikasi yang dibuat sudah cukup mudah untuk digunakan. Tetapi ada beberapa kesulitan yang dialami *user* saat *usability testing*, seperti *back button* yang seharusnya kembali ke halaman sebelumnya bukan kembali ke halaman beranda. Lalu terdapat beberapa saran dari *user* yang telah melakukan *usability testing* terhadap aplikasi kami, yaitu memperbaiki *button back* pada beberapa halaman, menambah fitur-fitur lain agar lebih lengkap, dan menambah rekomendasi agar lebih menyediakan banyak pilihan untuk *user*.

## IV. PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

Pengembangan website Konveksi.Kuy diharapkan dapat meningkatkan penjualan tiap-tiap konveksi yang bergabung. Dengan mendengarkan keluhan dan saran dari pihak konveksi serta pelanggan, website ini akan menjadi lebih *user friendly*. Tampilan yang mudah dimengerti dan kemudahan dalam mengakses *website* menjadi nilai tambah yang akan menarik banyak pelanggan.

### 4.2 Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan pengembangan *website responsive* agar dapat menyesuaikan semua tampilan layar *device* yang digunakan. Objek survei juga perlu ditambahkan baik dari pihak konveksi ataupun calon pelanggan agar kedepannya website Konveksi.Kuy lebih sesuai dengan keinginan kedua belah pihak.

## V. REFERENSI

- [1] Rachmadi, Tri, and S. Kom. *Pengantar teknologi informasi*. Vol. 1. Tiga Ebook, 2020.
- [2] Erni, Rusyani. "Free trade zone." *Free Trade Zone*. 2021
- [3] Romindo, Romindo, et al. *E-Commerce: implementasi, strategi dan inovasinya*. Yayasan Kita Menulis, 2019.
- [4] Purba, Ramen A., et al. *Aplikasi teknologi informasi: teori dan implementasi*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [5] Anggraini, Katry, and Denok Sunarsih. *Digital marketing*. Pascal Books, 2022.
- [6] Syaparilwadi, Panzy, and Aditya Wardhana. "Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan konveksi fazry." *eProceedings of Management 2.3* (2015).
- [7] Simarmata, Nenny Ika Putri, et al. *Metode penelitian untuk perguruan tinggi*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- [8] Saputra, Nanda. *Penelitian tindakan kelas*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021.
- [9] Andrian, Rian. "Pengantar technopreneurship." *Purwakarta: CV Phika Media* (2021).
- [10] Plattner, Hasso, Christoph Meinel, and Larry Leifer, eds. *Design thinking: understand-improve-apply*. Springer Science & Business Media, 2010.