

E-Commerce Toko Muslim An-Nur Berbasis Web Menggunakan Metode Up Selling dan Safety Stock

Widia Putri Amanda¹, Samsudin²

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Jl. Lap Golf No 120, Kp. Tengah, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Indonesia, 20353
e-mail: ¹widiaputriamanda@gmail.com, ²samsudin@uinsu.ac.id

Submitted Date: October 11th, 2024
Revised Date: October 27th, 2024

Reviewed Date: October 24th, 2024
Accepted Date: October 31st, 2024

Abstract

E-commerce is changing the traditional way of commerce, allowing customers to shop easily and safely. The upselling method is applied to increase sales by offering similar products that have higher value, which is expected to encourage customers to buy more products. Up Selling works by sorting products from lowest to highest price and offering discounts and special promotions on products that meet the criteria. In addition, the concept of safety stock is used to manage inventory more efficiently. Safety stock helps anticipate demand and delays in receiving raw materials, maintaining optimal stock levels. With this approach, An-Nur Muslim Store can maintain low stock levels to reduce inventory management costs and arrange new orders only when stocks are running low. The proposed e-commerce system will allow users to search for products, review descriptions and prices, and make purchases easily through a user-friendly web interface. The upselling method helps in increasing sales by offering relevant and better products to customers, while safety stock helps in managing inventory optimally, preventing stock shortages that can disrupt the smooth operation of the store. The implementation of the e-commerce system also allows An-Nur Muslim Store to reach a wider market, increase product affordability, and provide more responsive customer service.

Keywords: E-Commerce; Hajj and Umrah Equipment; Muslim Shop; Up Selling; Safety Stock

Abstrak

E-commerce mengubah cara tradisional perdagangan, memungkinkan pelanggan berbelanja dengan mudah dan aman. Metode *up selling* diterapkan untuk meningkatkan penjualan dengan menawarkan produk serupa yang memiliki nilai lebih tinggi, yang diharapkan dapat mendorong pelanggan untuk membeli lebih banyak produk. *Up Selling* bekerja dengan mengurutkan produk dari harga terendah ke tertinggi dan menawarkan diskon serta promo spesial pada produk yang memenuhi kriteria. Selain itu, konsep *safety stock* digunakan untuk mengelola persediaan dengan lebih efisien. *Safety stock* membantu mengantisipasi ketidakpastian permintaan dan keterlambatan penerimaan bahan baku, menjaga tingkat stok tetap optimal. Dengan pendekatan ini, Toko Muslim An-Nur dapat menjaga tingkat stok rendah untuk mengurangi biaya manajemen inventaris dan mencocokkan pesanan baru hanya saat stok hampir habis. Sistem *e-commerce* yang diusulkan akan memungkinkan pengguna untuk mencari produk, meninjau deskripsi dan harga, serta melakukan pembelian dengan mudah melalui antarmuka web yang ramah pengguna. Metode *up selling* membantu dalam meningkatkan penjualan dengan menawarkan produk yang relevan dan lebih baik kepada pelanggan, sedangkan *safety stock* membantu mengatur persediaan barang dengan optimal, mencegah kekurangan stok yang dapat mengganggu kelancaran operasional toko. Penerapan sistem *e-commerce* juga memungkinkan Toko Muslim An-Nur untuk mencapai pasar yang lebih luas, meningkatkan keterjangkauan produk, dan memberikan layanan pelanggan yang lebih responsif.

Kata kunci: E-Commerce; Perlengkapan Haji dan Umrah; Toko Muslim; Up Selling; Safety Stock



1 Pendahuluan

Electronic commerce (E-Commerce) adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis (Muhammad, 2020). Konsep ini telah mengubah cara tradisional perdagangan dilakukan, memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional mereka (Prasetyo, 2023).

Toko Muslim An-Nur merupakan toko yang menjual perlengkapan haji dan umrah, untuk memperluas cakupan pasar di luar wilayah fisik toko dan meningkatkan keterjangkauan bagi pelanggan yang berada di lokasi yang jauh. Melalui perkembangan teknologi *platform e-commerce*, pelanggan dapat dengan mudah menjelajahi berbagai produk yang ditawarkan oleh toko, melakukan pembelian dengan cepat dan aman, serta mendapatkan layanan pelanggan yang responsif.

E-commerce ini memang sangat memberikan kenyamanan bagi pelaku ekonomi. Apabila rukun dan syarat jual beli sudah benar-benar diterapkan, maka pelaku *e-commerce* sudah menjalankan nilai-nilai ajaran Islam (Pangestuti et al., 2023). Dengan memanfaatkan teknologi digital dengan baik, toko Muslim An-Nur dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan mereka dan memperkuat posisi mereka di pasar. Secara keseluruhan untuk toko Muslim An-Nur, konsep ini menjadi landasan untuk memperluas bisnis mereka dan menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi pelanggan mereka (Monady et al., 2019).

Permasalahan utama yang dihadapi Toko Muslim An-Nur adalah bahwa sistem pengelolaan persediaan dan penjualan yang ada saat ini masih dilakukan secara manual, di mana proses pencatatan stok, penghitungan penjualan, dilakukan dengan menggunakan catatan fisik atau *Microsoft Excel* sederhana (Al Aziz et al., 2024). Metode manual ini memiliki banyak kekurangan, seperti risiko kesalahan dalam pencatatan, waktu yang lama untuk memperbarui data, serta kurang efisien dalam memenuhi permintaan pelanggan. Selain itu, metode ini juga membuat pemilik toko sulit mengoptimalkan persediaan, sehingga kerap terjadi kekurangan stok yang dapat mempengaruhi

kepuasan pelanggan (Amanah et al., 2024). Sistem manual juga tidak mendukung metode penjualan modern seperti *up selling*, di mana pelanggan tidak secara otomatis ditawarkan produk serupa dengan nilai lebih tinggi. Implementasi sistem *e-commerce* yang terintegrasi dengan metode *up selling* dan pengelolaan *safety stock* akan membantu toko secara otomatis dalam menawarkan produk kepada pelanggan dan mengatur stok persediaan dengan lebih efisien, mengurangi risiko kekurangan stok serta meningkatkan nilai penjualan (Prabowo, 2022).

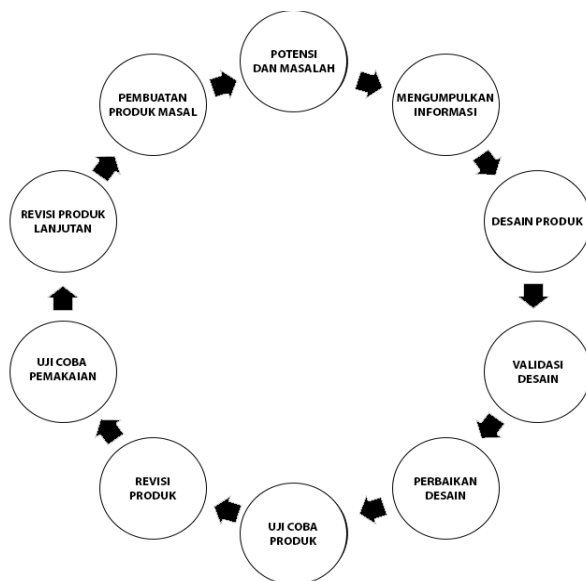
Metode *up selling* merupakan metode penjualan yang digunakan untuk menawarkan produk yang memiliki produk serupa dengan nilai (*value*) yang lebih tinggi dari produk yang lain, salah satu strategi yang dapat meningkatkan penjualan dan menambah jumlah pembelian dari satu produk menjadi membeli banyak produk (Fadillah & Ibrahim, 2023) (Septiani et al., 2024). Cara kerja dari metode *up selling* hanya mengambil data harga yang berada satu level di atasnya. Produk yang ditawarkan pada *up selling* bisa satu barang atau lebih, jika produk yang sedang memenuhi kriteria dari *up selling* maka sistem akan otomatis menampilkan produk yang di *up selling* (Hertita, 2023). Karena pada dasarnya perintah *query* dalam *up selling* itu sendiri adalah menggunakan pengurutan dari yang terkecil yang ke terbesar (*Ascending*) atau dalam *query database* perintahnya adalah *ASC*. Dalam konteks *up selling* sistem menawarkan diskon dan promo spesial. Manajemen pengendalian persediaan hampir dilakukan di seluruh perusahaan salah satunya yang bergerak di bidang penjualan perlengkapan haji dan umrah, faktor penting dalam suatu usaha yang bergerak di bidang penjualan (Lailatus Sa'adah & Indriyani, 2021).

Maka dari itu setiap pelaku usaha perlu adanya pengendalian persediaan untuk mendapatkan sebuah tingkat persediaan yang lebih optimal. Pengelolaan yang dilakukan adalah selalu menjaga tingkat stok rendah untuk meminimalkan biaya manajemen inventaris, dan mencocokkan pesanan baru hanya saat stok habis. *Safety stock* merupakan stok pengaman untuk mengantisipasi adanya ketidakpastian permintaan. *Stock* didapat dengan memperkirakan persediaan pengaman dari data penjualan harian bulan sebelumnya (Mikharani et al., 2022). Adapun kegunaan

diadakannya *safety stock* adalah memenuhi kemungkinan terjadinya kekurangan bahan baku, karena pemakaian yang lebih besar dari perkiraan semula. Keterlambatan dalam penerimaan bahan baku yang dipesan.

2 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian metode yang digunakan yaitu metode *Research and Development* (R&D). *Research and Development* (R&D) merupakan proses atau langkah-langkah untuk mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada (Setyabudhi & Sanusi, 2020).



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Langkah-langkah yang dilakukan untuk rancangan penelitian *Research and Development* (R&D), yaitu sebagai berikut (Setyabudhi & Sanusi, 2020):

1. Potensi dan Masalah

Pada tahapan ini penulis melakukan pra riset di tempat penelitian untuk memperoleh potensi dan masalah.

2. Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data akan dilakukan dengan tiga tahap yaitu sebagai berikut:

- Observasi ataupun pengamatan ini dilakukan secara sistematis.
- Wawancara dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan.
- Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari banyak penelitian terdahulu, baik berupa

jurnal, skripsi dan juga dengan mempelajari buku-buku terkait permasalahan penelitian ini.

3. Desain Produk

Pada tahap ini, penulis menggunakan metode pengembangan sistem yaitu metode *Rapid Application Development* (RAD) untuk desain produk yang akan menghasilkan produk berupa sistem.

4. Validasi Desain

Setelah desain produk dilakukan tahap validasi desain guna untuk menilai apakah rancangan produk akan lebih efektif dibandingkan dengan cara kerja sistem yang sudah berjalan. Validasi disini masih bersifat penilaian dengan pemikiran dan tanggapan secara rasional, yang artinya produk masih berbentuk perancangan sementara.

5. Uji Coba Pemakaian

Setelah dilakukan uji coba produk dan merevisinya, produk kembali dilakukan uji coba dan setelah produk berhasil melalui beberapa tes-tes, hasilnya yaitu produk yang berupa sistem baru tetapi produk harus tetap dinilai kekurangan atau masalah yang muncul dan kemudian direvisi selanjutnya.

6. Revisi Produk

Dilakukan revisi produk, apabila dalam uji coba pemakaian terdapat masalah dan kekurangan.

7. Uji Coba Produk

Desain produk yang telah dibuat tidak bisa langsung dapat diuji, akan tetapi harus dibuat terlebih dahulu, menghasilkan produk, pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan keefektifan dan keefisienan sistem yang berjalan dengan sistem baru.

8. Revisi Desain

Setelah dilakukannya validasi desain, maka akan dapat diketahui kekurangan-kekurangannya. Setelah diketahui kekurangannya maka berikutnya peneliti menambahkan atau mengurangi pada desain tersebut yang kemudian produk dilakukan ujicoba.

9. Revisi Produk

Dilakukan revisi produk, apabila dalam uji coba pemakaian terdapat masalah dan kekurangan, hal ini harus disesuaikan dengan kebutuhan sistem.

10. Pembuatan Produk Masal

Tahap ini merupakan apabila produk yang telah dilakukan uji coba dinyatakan efektif dan layak untuk diproduksi massal.

Up Selling

Strategi *up selling* sendiri merupakan program penjualan yang digunakan untuk menawarkan produk yang memiliki produk serupa dengan nilai (*value*) yang lebih tinggi dari produk yang lain. Salah satu strategi yang dapat meningkatkan penjualan dan menambah jumlah pembelian dari satu produk menjadi membeli banyak produk adalah *cross selling* dan *up selling* (Yani, 2022). *Cross selling* melakukan penjualan produk tambahan yang berkaitan maupun tidak berkaitan dengan produk yang telah dibeli sebelumnya, sedangkan *up selling* melibatkan peningkatan volume penjualan, misalnya pembeli membeli ulang produk yang sama ataupun menambah produk dengan harga yang lebih mahal dan fitur yang lebih kompleks (Farkhan, 2020).

Safety Stock

Safety stock merupakan stok pengaman untuk mengantisipasi adanya ketidakpastian permintaan. Stok didapat dengan memperkirakan persediaan pengaman dari data penjualan harian bulan sebelumnya. Adapun kegunaan diadakannya *safety stock* adalah memenuhi kemungkinan terjadinya kekurangan bahan baku, karena pemakaian yang lebih besar dari perkiraan semula (Eunike et al., 2021). Keterlambatan dalam penerimaan bahan baku yang dipesan. Untuk menghitung *safety stock* digunakan persamaan *safety stock* sebagai berikut:

$$Safety\ Stock\ (SS) = LT \times CA \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

LT (*Lead Time*) = Waktu Tunggu Pesanan

CA (*Consumption Average*) = Rata-Rata Penjualan

3 Hasil dan Pembahasan

Dengan menggunakan metode *up selling*, penjualan diharapkan meningkat melalui penawaran produk dengan nilai lebih tinggi dan promo spesial (Hertita, 2023). Metode ini memungkinkan sistem untuk otomatis menampilkan produk yang relevan berdasarkan urutan harga. Selain itu, konsep *safety stock* diterapkan untuk mengelola persediaan secara optimal, menjaga stok tetap rendah namun cukup

untuk memenuhi permintaan. Penggunaan kedua metode ini diharapkan tidak hanya meningkatkan penjualan dan efisiensi persediaan, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui layanan yang lebih responsif dan pengalaman belanja yang lebih baik (El Randi & Meirini, 2021).

3.1 Pengujian Metode Up Selling

Toko Muslim An-Nur memiliki berbagai jenis barang salah satu contoh barang yang dimiliki Toko Muslim An-Nur adalah mukena dengan variasi bahan seperti katun, sutra, dan brokat. Harga mukena berkisar antara Rp100.000 hingga Rp8.000.000. Produk mukena dikategorikan berdasarkan harga:

Tabel 1. Kategori Harga Mukena

Level 1	Rp. 100.000 s/d Rp.300.000
Level 2	Rp. 300.000 s/d Rp. 500.000
Level 3	Rp. 500.000 s/d Rp. 700.000
Level 4	Rp. 800.000

Mukena di Level 1 memiliki desain sederhana dengan bahan katun, sedangkan mukena di Level 4 memiliki desain mewah dengan bahan sutra dan brokat. Jika pelanggan melihat mukena di Level 1, sistem akan merekomendasikan mukena dari Level 2 yang memiliki desain lebih menarik dan bahan yang lebih berkualitas. Untuk mendorong pelanggan membeli produk *up selling*, Toko Muslim An-Nur memberikan penawaran khusus untuk mukena di Level 2 jika dibeli bersama aksesoris haji lainnya. Saat pelanggan melihat detail mukena di Level 1, antarmuka web akan menampilkan rekomendasi mukena dari Level 2 dengan label "Lebih Nyaman dan Mewah". Penerapan metode *up selling* pada kategori produk mukena di Toko Muslim An-Nur tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan strategi yang tepat dan penawaran menarik, pelanggan terdorong untuk memilih produk dengan nilai lebih tinggi, meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap toko.

3.2 Pengujian Metode Safety Stock

Toko Muslim An-Nur mengumpulkan data penjualan mukena selama enam bulan terakhir. Dari data ini, diperoleh rata-rata penjualan bulanan (CA), adapun datanya dapat dilihat sebagai berikut:



Tabel 2. Data Penjualan Kategori Mukena

No	Periode	Unit	Satuan	Total/ Bulan	
1.	02 Februari 2024	20	pcs	400	
		30	pcs		
		30	pcs		
	09 Februari 2024	20	pcs		
	16 Februari 2024	40	pcs		
		20	pcs		
		20	pcs		
	23 Februari 2024	20	pcs		
		70	pcs		
		30	pcs		
		50	pcs		
		50	pcs		
	2.	02 Maret 2024	40	pcs	400
			60	pcs	
			60	pcs	
		09 Maret 2024	40	pcs	
		60	pcs		
		20	pcs		
		20	pcs		
		23 Maret 2024	20		pcs
			20	pcs	
			80	pcs	
		30 Maret 2024	40	pcs	
		3.	06 April 2024	50	pcs
50	pcs				
	60		pcs		
13 April 2024	50		pcs		
			90	pcs	
			70	pcs	
	20 April 2024		50	pcs	
			50	pcs	
	27 April 2024	80	pcs		
		80	pcs		
	4.	04 Mei 2024	40	pcs	500
			40	pcs	
		10	pcs		
		10	pcs		

No	Periode	Unit	Satuan	Total/ Bulan
		20	pcs	
	11 Mei 2024	10	pcs	
		20	pcs	
	18 Mei 2024	30	pcs	
		20	pcs	
		50	pcs	
		50	pcs	
	25 Mei 2024	40	pcs	
		60	pcs	
		30	pcs	
		70	pcs	
5.	01 Juni 2024	200	pcs	600
	08 Juni 2024	90	pcs	
	15 Juni 2024	90	pcs	
	22 Juni 2024	120	pcs	
	29 Juni 2024	100	pcs	

Sehingga dapat disimpulkan total penjualan bulan terakhir yaitu ada 600 pcs, kemudian hitung nilai rata-rata penjualan bulan terakhir $600/30 = 20$ sehingga didapat.

$$\begin{aligned}
 CA \text{ (Consumption Average)} &= 20 \\
 LT \text{ (Lead Time)} &= 7 \\
 \text{Safety Stock} &= 20 \times 7 \\
 &= 140
 \end{aligned}$$

Sehingga untuk dapat disimpulkan untuk safety stocknya 140/pcs.

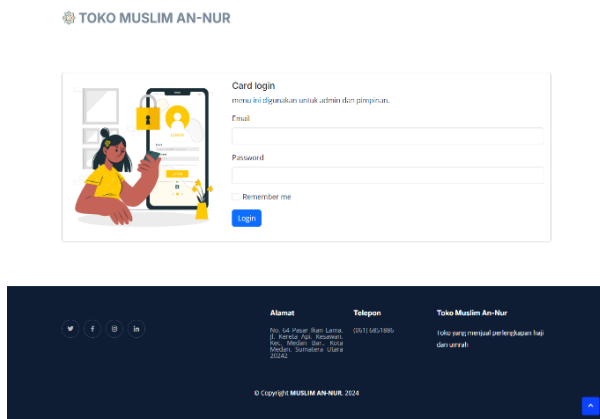
3.3 Tampilan Admin

Berikut adalah tampilan *interface* admin, yaitu sebagai berikut:

1. Tampilan *Login* Admin

Tampilan *Login* Admin adalah antarmuka di mana admin memasukkan kredensial untuk mengakses sistem, memastikan hanya pengguna yang berwenang dapat masuk. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:

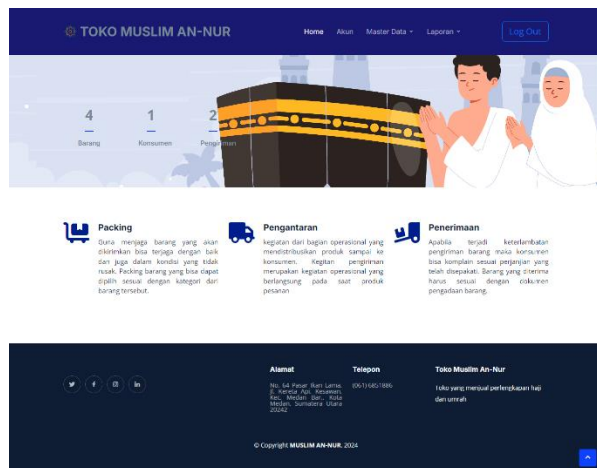




Gambar 2. Tampilan Login Admin

2. Tampilan Home Admin

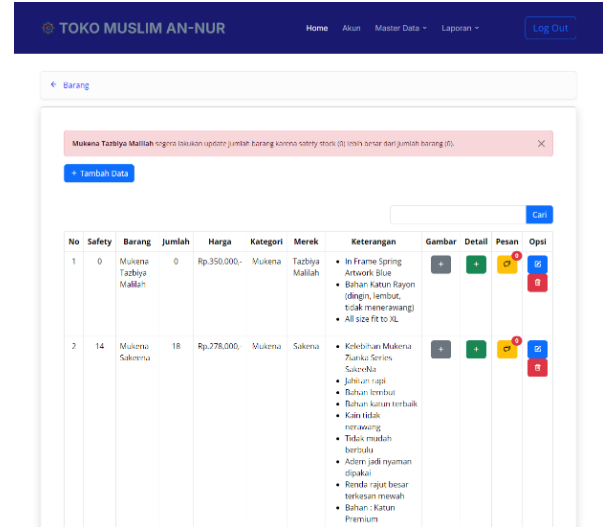
Tampilan *Home* Admin menyajikan *dashboard* utama bagi admin, menampilkan ringkasan data penting seperti jumlah pesanan terbaru, status dan notifikasi penting. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Tampilan Home Admin

3. Tampilan Barang

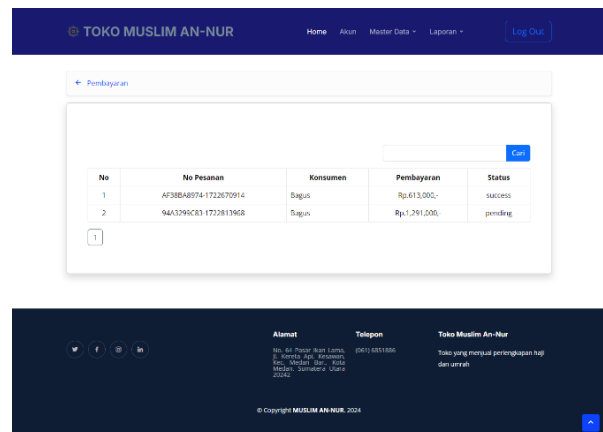
Tampilan Barang menyajikan daftar produk yang tersedia, memungkinkan admin untuk menambah, mengedit, atau menghapus item dari barang. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. Tampilan Data Barang

4. Tampilan Pembayaran

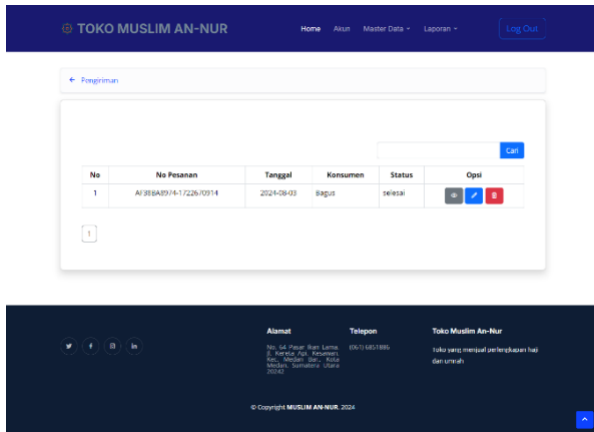
Tampilan Pembayaran memungkinkan admin untuk memantau status pembayaran, mengonfirmasi transaksi, dan menangani masalah terkait pembayaran. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



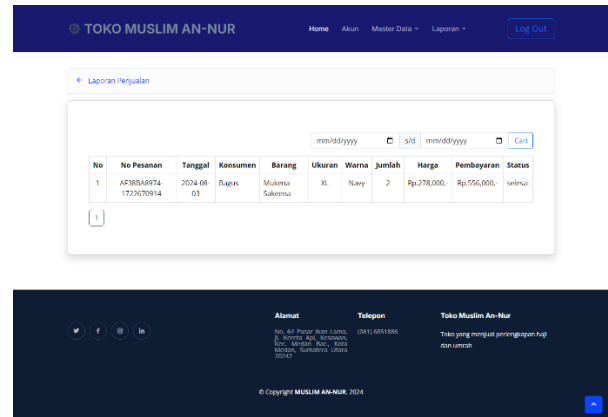
Gambar 5. Tampilan Data Pembayaran

5. Tampilan Pengiriman

Tampilan Pengiriman menunjukkan informasi tentang status pengiriman barang, termasuk nomor pelacakan dan estimasi waktu tiba. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



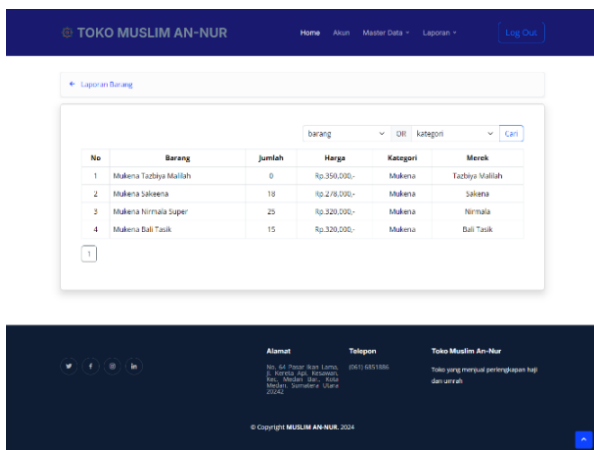
Gambar 6. Tampilan Data Pengiriman



Gambar 8. Tampilan Laporan Penjualan

6. Tampilan Laporan Barang

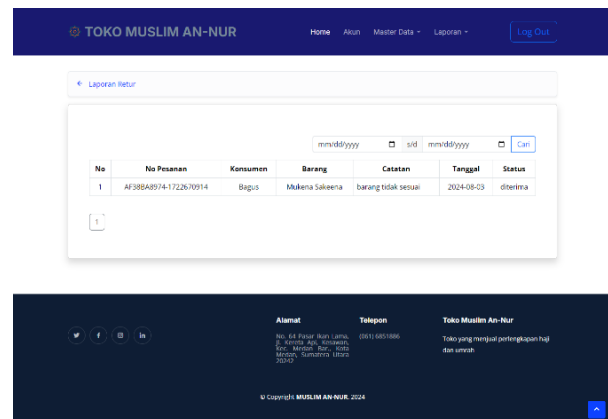
Tampilan Laporan Barang menyediakan data dan statistik mengenai stok barang, membantu dalam analisis dan perencanaan pemesanan barang kembali. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 7. Tampilan Laporan Barang

8. Tampilan Laporan Retur

Tampilan Laporan Retur menyajikan informasi tentang barang-barang yang dikembalikan, alasan pengembalian, dan status proses retur, membantu dalam evaluasi dan perbaikan layanan. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 9. Tampilan Laporan Retur

7. Tampilan Laporan Penjualan

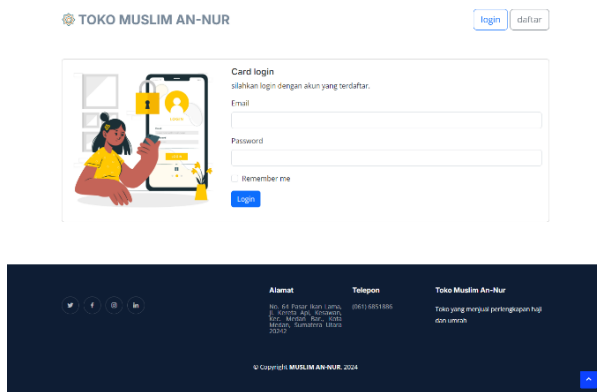
Tampilan Laporan Penjualan menampilkan laporan penjualan yang mencakup volume penjualan, pendapatan, dan tren untuk membantu analisis penjualan. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:

3.4 Tampilan Konsumen

Berikut adalah tampilan *interface* konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Tampilan Login Konsumen

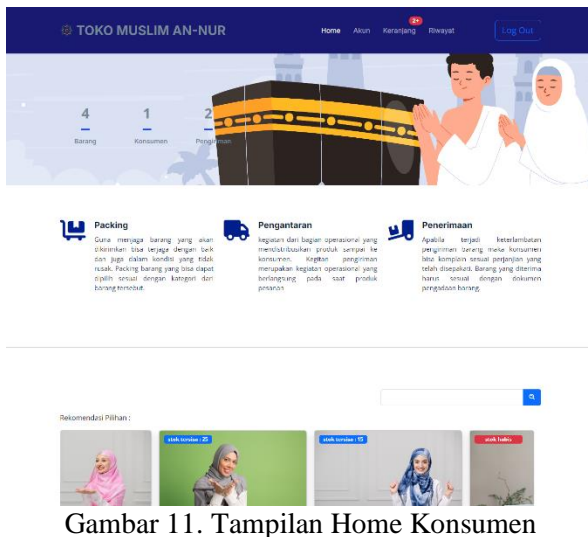
Tampilan *Login* Konsumen adalah antarmuka di mana konsumen memasukkan kredensial mereka untuk mengakses akun mereka dan memulai sesi belanja. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 10. Tampilan *Login* Konsumen

2. Tampilan *Home* Konsumen

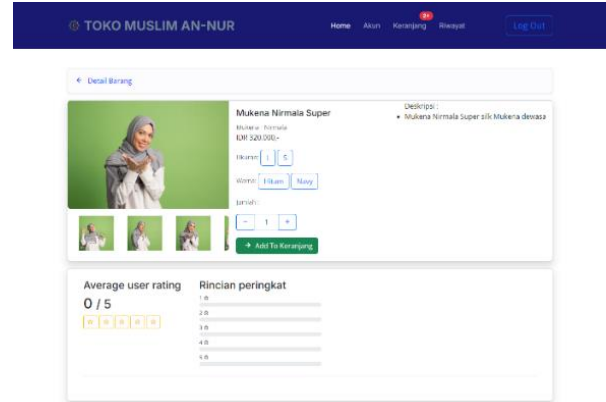
Tampilan *Home* Konsumen menyajikan halaman utama yang menampilkan berbagai kategori produk, promosi, dan informasi terbaru untuk memudahkan konsumen dalam menjelajahi toko. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 11. Tampilan *Home* Konsumen

3. Tampilan *Tambah Barang*

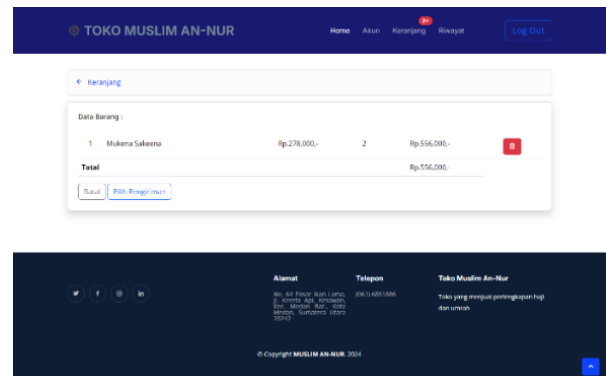
Tampilan *Tambah Barang* digunakan oleh konsumen untuk menambahkan produk ke dalam keranjang belanja, yang terdiri dari detail seperti nama, deskripsi, harga, dan gambar produk. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 12. Tampilan *Tambah Barang*

4. Tampilan *Keranjang*

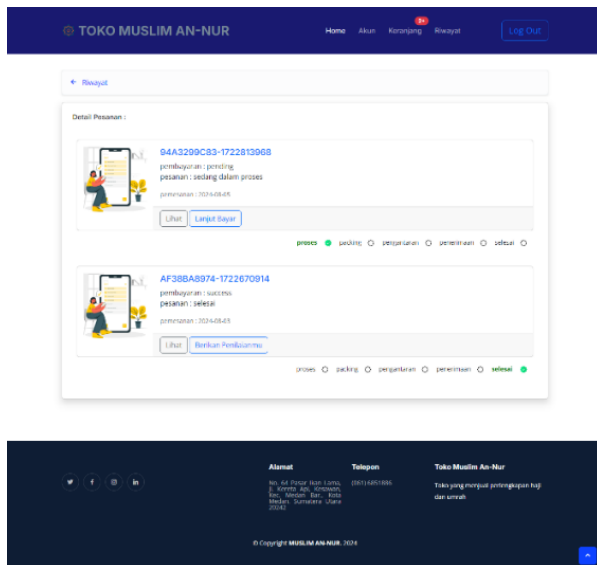
Tampilan *Keranjang* menunjukkan barang-barang yang telah dipilih oleh konsumen untuk dibeli, memungkinkan mereka untuk mengedit jumlah atau menghapus item sebelum *checkout*. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 13. Tampilan *Keranjang*

5. Tampilan *Riwayat*

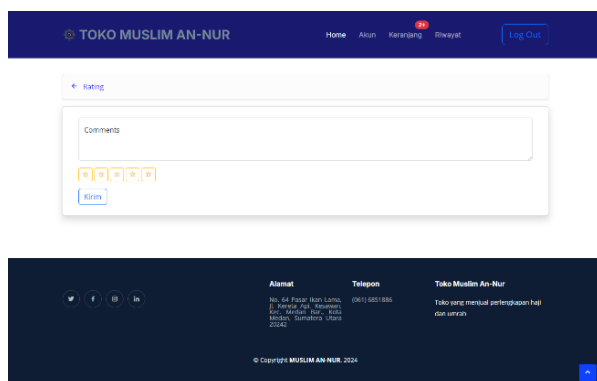
Tampilan *Riwayat* menampilkan daftar pesanan sebelumnya, termasuk detail produk dan status pengiriman, sehingga konsumen dapat melacak riwayat pembelian mereka. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 14. Tampilan Riwayat

6. Tampilan Ulasan

Tampilan Ulasan memungkinkan konsumen untuk memberikan ulasan dan penilaian terhadap produk yang telah dibeli, membantu calon pembeli lainnya dalam membuat keputusan. Adapun tampilan dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 15. Tampilan Ulasan

4 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan implementasi aplikasi *e-commerce* Toko Muslim An-Nur berbasis web dengan menggunakan metode *up selling* dan *safety stock*, dapat disimpulkan bahwa pendekatan ini efektif dalam meningkatkan pengalaman berbelanja bagi pelanggan serta mengoptimalkan manajemen persediaan. Metode *up selling* membantu dalam meningkatkan penjualan dengan menawarkan produk yang relevan dan lebih baik kepada pelanggan, sedangkan *safety stock* membantu mengatur persediaan barang dengan optimal, mencegah

kekurangan stok yang dapat mengganggu kelancaran operasional toko. Penerapan sistem *e-commerce* juga memungkinkan Toko Muslim An-Nur untuk mencapai pasar yang lebih luas, meningkatkan keterjangkauan produk, dan memberikan layanan pelanggan yang lebih responsif.

References

- Al Aziz, A., Nasution, O. R. K., & Purba, P. M. (2024). Sistem Informasi Stok Dan Penjualan Kopi Gayo Pada Toko Success Coffee Gayo Menggunakan Metode Forecasting. *Journal of Computers and Digital Business*, 3(2), 59–68.
- Amanah, D., Hafazhah, Z. S., & Harahap, D. A. (2024). Pendampingan Usaha Perabot Rumah Tangga “Toko Perabot IR 48” Rancah, Bandung untuk Meningkatkan Penjualan Usaha. *Prioritas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(02), 1–9.
- El Randi, T. R. S., & Meirini, D. (2021). Analisis Manajemen Persediaan Menggunakan Metode Economic Order Quantity dan Reorder Point Dalam Pengendalian Persediaan Gas LPG 3 Kg Pada SPBE PT. BCP Cirebon. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(4), 1263–1279.
- Eunike, A., Setyanto, N. W., Yuniarti, R., Hamdala, I., Lukodono, R. P., & Fanani, A. A. (2021). *Perencanaan Produksi dan Pengendalian Persediaan: Edisi Revisi*. Universitas Brawijaya Press.
- Fadillah, R. M., & Ibrahim, A. (2023). Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Website Dengan Menggunakan Strategi Up-Selling Dan Cross-Selling. *JOISIE (Journal Of Information Systems And Informatics Engineering)*, 7(1), 85–96.
- Farkhan, M. (2020). *Penerapan Cross-Selling Dan Up-Selling Untuk Sistem Informasi Penjualan Pada Crown Boutique*.
- Hertita, D. (2023). *Setiap Pebisnis Harus Tahu Promo Upselling Cross-selling Ini!* Elex Media Komputindo.
- Lailatus Sa’adah, S., & Indriyani, S. (2021). *Penerapan Customer Relationship Management Pada CV. Zam-Zam*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Mikharani, E., Najib, M., & Satria, D. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Persediaan Obat Menggunakan Metode Safety Stock Berbasis Website (Studi Kasus: Apotek Clara Lampung Selatan). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 3(2), 38–44. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI>
- Monady, H., Mubarak, A., ZA, M. I., Ramadhani, G., & Darwanti, E. (2019). *Etika Bisnis Syariah Dalam*

- Era Digital. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Muhammad, M. M. (2020). Transaksi E-Commerce Dalam Ekonomi Syariah. *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum*, 2(1), 76. <https://doi.org/10.24252/el-iqthisadi.v2i1.14021>
- Pangestuti, K. D., Maghfiroh, Z., & Huda, M. S. (2023). Eksistensi Jual Beli Online Sebagai Daya Tarik Masyarakat Dalam Perspektif Hadis. *UInScof*, 1(2), 1126–1141.
- Prabowo, A. (2022). Implementasi Metode Up-Selling Pada Aplikasi Penjualan Online Berbasis E-Commerce. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(1), 421–438.
- Prasetyo, R. B. (2023). Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(01), 1–11.
- Septiani, D., Ramadini, A. S., & Hayatunupus, Y. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Cross Selling dan UP Selling Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Alfamart Cabang Mareleng. *Journal of Research in Management Business and Social Science*, 2(1), 1–7.
- Setyabudhi, A. L., & Sanusi. (2020). Perancangan Modul Menggambar Teknik Berbasis Kompetensi Untuk Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Ibnu Sina. *Jurnal Teknik Ibnu Sina (JT-IBSI)*, 4(02), 19–25. <https://doi.org/10.36352/jt-ibsi.v4i02.41>
- Yani, S. A. (2022). Penerapan Strategi Penjualan Metode Up Selling Untuk Memaksimalkan Sistem Penjualan. *Jurnal Teknologi Terkini*, 2(12), 1–18. <http://teknologiterkini.org/index.php/terkini/article/view/337%0Ahttp://teknologiterkini.org/index.php/terkini/article/download/337/318>

