

Idealis

Indonesia Journal Information System

Vol. 2 No.5, September 2019



Diterbitkan oleh:
Program Studi Sistem Informasi, Manajemen Informasi
dan Komputer Akuntansi, Universitas Budi Luhur

JURNAL IDEALIS
Indonesia Journal Information System

Pelindung

Rektor Universitas Budi Luhur
Direktur Riset dan PPM

Penanggung Jawab

Dr. Deni Mahdiana, S.Kom., M.M., M.Kom
(Dekan Fakultas Teknologi Informasi)

Editor in Chief

Dr. Rusdah, S.Kom., M.Kom

Assistant Journal In Chief

Safitri Juanita, S.Kom, M.T.I

Associate (Handing) Editor :

Grace Gata, S.Kom, M.Kom
Yuliazmi, S.Kom, M.Kom
Samsinar, S.Kom, M.Kom
Rahma Farahningrum, S.Kom, M.Kom

Alamat Redaksi

Kantor Fakultas Teknologi Informasi
Jl. Ciledug Raya No.99, RT.10/RW.3, Petukangan Utara
Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12260
email : idealis.fti@budiluhur.ac.id

Indonesia Journal Information System (IDEALIS) adalah Jurnal ilmiah yang diterbitkan secara berkala oleh Program Studi Sistem Informasi, Program Studi Manajemen Informatika dan Komputerisasi Akuntansi di Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga Jurnal Ilmiah Idealis Volume 2 Nomor 5 September 2019 dapat terbit sesuai yang direncanakan.

Jurnal penelitian ini terbit sebagai bentuk kepedulian Universitas Budi Luhur (UBL) dalam meningkatkan mutu penelitian dan publikasi yang dilakukan oleh Dosen, mahasiswa ataupun praktisi di perguruan tinggi. Semoga Jurnal Idealis dapat menjadi referensi bagi para peneliti di Indonesia dan meningkatkan kualitas dari publikasi penelitian di Indonesia.

Seluruh personalia Jurnal Idealis mengucapkan terima kasih kepada penulis sebagai penyumbang artikel ilmiah, karena tanpa sumbangan artikel ilmiah dan penelitian dari penulis maka mustahil jurnal ilmiah Idealis dapat diterbitkan, terima kasih juga kepada semua pihak yang selalu memberikan dukungan kepada jurnal Idealis sehingga dapat hingga saat ini.

Terima kasih dan selamat membaca.

Jakarta, September 2019

Editor in Chief
Jurnal Idealis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
Perancangan E-Commerce Menggunakan Content Management System (CMS) Wordpress Pada PT. Poliprint Mukti Media	
Abie Mei Rizky, Dian Dian Anubhakti.....	1 - 8
Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Menggunakan Business Model Canvas Pada Cosy Distro	
Aditya D Dimas Saputra, Ady Widjaja	9 - 15
Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System (Cms) Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Pada Konveksi Gamis Tawakal	
Aji Guntoro, Gandung Triyono	16-22
Penerapan E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas Untuk Peningkatan Penjualan Pada Mira Branded Kids	
Alamsyah Catur Tahta Hartono, Humisar Hasugian.....	23-30
Perancangan Sistem Informasi Inventory Barang Berbasis Web Pada Universitas Budi Luhur	
Alfath Dioni, Bullion Dragon Andah	31-38
Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Wordpresspada Toko Deltas Baby Shop	
Alfi Romdhoni, Lauw Lihin.....	39-46
Analisa Dan Perancangan E-Commerce Pada CV. Hego Adventure Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan	
Alfian Dwi Nugroho, Joko Sutrisno.....	47 - 53
Implementasi Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Pada Pt.Alam Media Sejahtera	
Alifiananda Rahmat Susilo, Lauw Li Hin	54-60
Penerapan Metode Simple Additive Weighting(Saw) Untuk Penilaian Kinerja Karyawan Dalam Menentukan Karyawan Terbaik Pada Pt Giri Mukti Jaya	
Andrean Rizki Ramadan, Anita Diana	61-68
Penerapan E-Commerce Pada Toko Gentleman Clothing Menggunakan Business Model Canvas Guna Meningkatkan Penjualan Produk	
Ari Pratama Pratama, Samsinar Samsinar	69-76
Penerapan Sistem Penjualan Berbasis E-Commerce Pada Toko Kurnia Collection	
Bipa Muqsit Firdaus, Bima Cahya Putra.....	77-83
Penerapan E-Commerce Pada Prima Jaya Furniture Dengan Business Model Canvas untuk Meningkatkan Penjualan	
Caroline Lumbanita Marpaung, atik ariesta.....	84-90

Pembuatan Website E-Commerce Menggunakan Pendekatan Interaction Flow Modeling Language Dan Business Model Canvas Pada Toko Istana Mahar	
Deby Yoga Priatama, Samsinar Samsinar	91-97
Analisa Dan Rancangan Sistem Informasi Penjualan Parfum Berbasis E-Commerce Pada Toko Seruni Parfum	
Deni Putra Jailani, Hestya Patrie	98-105
Peningkatan Penjualan Menggunakan Content Management System Dengan Metode Search Engine Optimization Pada Distro Heyhello	
Devina Arie Kurnia, samsinar samsinar	106-113
Sistem Penunjang Keputusan Dalam Pemilihan Guru Terbaik Pada SMA Cenderawasih II Dengan Menggunakan Metode Perbandingan Eksponensial	
Djuan Narita, Deni Mahdiana	114-119
Rancangan Sistem Informasi Pengadaan Barang Pada Pt Lintas Cipta Media Dengan Metodologi Berorientasi Obyek	
Dufan Aditya Putra, lis suryadi	120-126
Implementasi E-Commerce Berbasis CMS (<i>Content Management System</i>) Wordpress Pada Toko Ina Kusine	
Dwi Vina Fauzia, Yudi Santoso	127-133
Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System Untuk Menjangkau Wilayah Pemasaran Lebih Luas Pada Toko Wijaya Outdoor	
Ednan Maulana, Joko Sutrisno	134-139
Penjualan Online Berbasis E-Commerce Menggunakan Business Model Canvas Pada Coolkids Club Fashion	
Fauzi Ramdani, Ady Widjaja	140-147
Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System (Cms) Untuk Pelayanan Penjualan Kusen Pada Toko Pd. Jaya Lestari	
Febri Maulana, Gandung Triyono	148-154
Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Menggunakan Konsep Business Model Canvas Studi Kasus: Toko Oki Bike	
Gadis Ayu Wandira, Dian Anubhakti	155-161
Pembangunan E-Commerce Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Pada Toko Bani Ridjin Sport	
Gema Takbir Febriyanto, Lauw Li Hin	162-168
Perancangan Sistem Informasi Penjualan Bahan Bangunan Pada Tb. Cahaya Abadi Dengan Metodologi Berorientasi Obyek	
Handoko Gunawan, Lis Suryadi	169-175

Penerapan Sistem E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Toko Pada Febri Elektronik

Helmi Banu Adam, Humisar Hasugian..... 176-182

Penerapan Metode Elimination And Choice Translation Reality (Electre) Untuk Penentuan Guru Terbaik Pada Smp Mazroatul Ulum

Irgi Arifal Nulhakim, Deni Mahdiana..... 183-1990

Penerapan E-Commerce Untuk Pelayanan Katering Menggunakan Berbasis Content Management System(Cms) Pada Pt Selera Amanah Indonesia

Jotri Firdani Maharaja, Gandung Triyono 191-197

Perancangan Sistem Informasi Penjualan Bahan Bangunan Pada Toko Bintaro Bangunan Dengan Metodologi Berorientasi Obyek

M Shafwan Al Farisy, Yudi Santoso..... 198-203

Model Keputusan Maskapai Kargo Terbaik Pt. Budi Mandiri Cargo Metode Analytical Hierarchy Process Dan Simple Additive Weighting

Muhammad Abduh Khairullah, Deni Mahdiana..... 204-209

Sistem Penunjang Keputusan Untuk Menentukan Pegawai Berkinerja Terbaik Menggunakan Metode Simple Additive Weighting Pada Smp Negeri 110 Jakarta

Marcello Patrik Liklikwatil, Humisar Hasugian..... 210-215

Penerapan Content Management Systemwordpress Dan Business Model Canvas Untuk Mengembangkan Website E-Commerce Pada Toko Khayangan Outdoor

Meydiana Putri, Bima Cahya Putra 216-223

Penggunaan E-Commerce Berbasis Content Management System (Cms) Untuk Pelayanan Pakaian Pada Merakuni

Moch. Rezaf Ivanka Haris, Gandung Triyono 224-229

Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Guru Terbaik Dengan Menggunakan Ahp Di Sma Negeri 108 Jakarta

Mochamad Fajri Taufik Malindra, Goenawan Brotosaputro 230-236

Penerapan E-Commerce Berbasis Web Dengan Content Management System (Cms) Wordpress Pada Toko Lumi Clothing

Muhamad Armanditto, Yudi Santoso 237-244

Penerapan E-Commerce Guna Meningkatkan Penjualan Pada Distro Aggregate Store

Muhamad Faris Sadikin, Ita Novita 245-252

Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process Dan Profile Matching Untuk Penerimaan Karyawan Pada Pd. Tiaramas Glassindo

Muhamad Sobirin Jamil, Rusdah Rusdah..... 253-259

Implementasi Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dan Profile Matching Dalam Sistem Penunjang Keputusan Penerimaan Karyawan Baru Pada Pt. Tempo Inti Media Tbk

Muhammad Fauzan Hadi Saputra, Rusdah Rusdah..... 260-267

Penggunaan Metode Simple Additive Weighting (Saw) Guna Memilih Guru Terbaik Pada Sma Muhammadiyah 18 Jakarta

Muhammad Ivan Fadillah, Ita Novita..... 268-274

Rancangan Sistem Informasi Helpdesk Untuk Meningkatkan Loyalitas Dan Pelayanan Terhadap Pelanggan Pada Kantor Penjualan Sinar Sosro Lenteng Agung

Muhammad Naufal, Hestya Patrie 275-280

Pemilihan Mekanik Terbaik Menggunakan Metode Topsis Pada Toyota Auto2000 Cabang Ciledug

Muslim Rohadi, Lis Suryadi..... 281-288

Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Pegawai Terbaik Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process Dan Simple Additive Weighting Studi Kasus : Pt. Gading Murni Cabang Jakarta

Muzdalifah Muzdalifah, Safitri Juanita..... 289-297

Perancangan Website E-Commerce Berbasis Wordpress Pada Sempurna Jaya Aluminium Product

Nabilah Ayu Martiana, Lusi Fajarita..... 298-305

Rancang Bangun Sistem Informasi Pengarsipan Dokumen Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Dosen Berbasis Web Pada Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur

Nikko Handiarto, Hendri Irawan 306-313

Penerapan Aplikasi Penjualan Online Menggunakan Content Management System Pada Toko Al Haj Collection

Putri Safitri, Lusi Fajarita..... 314-320

Rancangan Sistem Informasi Jasa Service Mobil Dan Jual Beli Suku Cadang Pada Bengkel Pt. Triwa's Auto Body Shop

Rachmad Rafliano, Dian Anubhakti 321-326

Spk Penilaian Guru Berkinerja Terbaik Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process Ahp Dan Simple Additive Weighting Saw : Studi Kasus Guru Sman 12 Tangerang

Rafi Naufal Albasri, Rusdah Rusdah 327-333

Electronic Customer Relationship Management Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Rsu.Bhakti Asih Ciledug

Rafly Aswin, Bullion Dragon Andah 334-341

Penjualan Barang Menggunakan Sistem E-Commerce Pada Toko Fianis Florist	
Ria Wahyuni, Agus Umar Hamdani	342-347
Penerapan E-Commerce Pada Kegiatan Penjualan Clothing Betawiboy	
Rinal Nursema, Hestya Patrie	348-353
Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) Dalam Meningkatkan Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pt Multilink Integra Persada	
Riska Fitriani, Yuliazmi Yuliazmi	354-359
Implementasi Electronic Relationship Management (E-Crm) Guna Meningkatkan Loyalitas Wali Murid Pada Yayasan Pendidikan Daya Dutika : Sekolah Cenderawasih	
Rizky Indra Ramadhani, Safitri Juanita	360-366
Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Guru Terbaik Pada Smk Al-Hidayah Cinere Dengan Metode Simple Additive Weighting	
Rudi Adrian, Humisar Hasugian	367-374
Penerapan Sistem Informasi Penggajian Dengan Metodologi Berorientasi Obyek Studi Kasus : Smp Muhammadiyah 26 Jakarta	
Sakinah Sakinah, Agus Umar Hamdani	375-381
Analisa Dan Perancangan E-Commerce Berbasis Web Pada Orange Island Store Menggunakan Metode Business Model Canvas	
Sandy Putra Utama, Yudi Santoso	382-389
Analisis Dan Penerapan E-Commerce Pada Toko Econg Sport Menggunakan Metode Business Model Canvas (Bmc)	
Siska Indrawati, Samsinar Samsinar	390-395
Analisis Dan Desain Sistem Informasi Penggajian Pada Pt.Kinanti Kreasi Indonesia Berbasis Desktop	
Sopan Bukhari Lubis, Safitri Juanita	396-403
Penerapan E-Commerce Dengan Content Management System (Cms) Untuk Pelayanan Penjualan Busana Muslim Pada Toko Noem	
Suriah Setiana Widiastuti, Gandung Triyono	404-411
Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Supplier Terbaik Dengan Metode Analytical Hierarchy Process Pada Praktik Dokter Umum	
Tita Maulita, Lusi Fajarita	412-418
Penerapan Electronic Supply Chain Management Dalam Upaya Mengatasi Terlambatnya Pengiriman Barang Pada Pt. Kusumomegah Jayasakti	
Ulin Nuha, Bullion Dragon Andah	419-426
Penerapan E-Commerce Dalam Menunjang Penjualan Pada Toko Sinar Galuh Battery	
Wahyu Budiarto, Agus Umar Hamdani	427-434

Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System (Cms) Untuk Penjualan Pakaian Pada Toko Chipindwear	
Warih Dwi Cahyo, Gandung Triyono	435-441
Analisis Dan Desain Sistem Penunjang Keputusan Berbasis Web Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dan Simple Additive Weighting (Saw) Untuk Membantu Penentuan Fasilitator Terbaik Pada Yayasan Aids Indonesia	
Widya Pramesti, Hendri Irawan	442-449
Rancang Bangun Aplikasi-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Barang Pada Comet Outdoor	
Yuniar Giffari Bachri, Agus Umar Hamdani.....	450-457
Rancang Bangun Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam Pada Smp Negeri 245 Jakarta Selatan Dengan Metodologi Berorientasi Obyek	
Andika Tri Bandoro, Bruri Trya Sartana	458-465
Pemodelan Sistem Informasi Pengadaan Barang Pada Prasada Mansion Dengan Metode Berbasis Obyek	
Ardy Amir Manggala Putra, Lis Suryadi	466-471
Perancangan Electronic Customer Relationship Management Dalam Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Kelas Karyawan Universitas Budi Luhur	
Ayu Purnama Sari, Bruri Trya Sartana	472-478
Pemanfaatan Aplikasi Akuntansi Zahir Accounting Untuk Menyelesaikan Transaksi Keuangan Pada Anggra Septa Salon	
Azwarni Azwarni, Ferdiansyah Ferdiansyah	479-485
Analisa Sistem Teknologi Informasi Pembelian Dan Penjualan Berbasis Object Oriented Pada Pt. Smiptec Adhitama Gemilang	
Devi Mailariani, Dian Anubhakti	486-491
Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Dan Pembelian Dengan Metodologi Berorientasi Obyek Studi Kasus: Toko Rumah Dannis	
Dony Armando, Samsinar Samsinar	492-497
Rancangan Sistem Informasi Penunjang Keputusan Pemilihan Teknisi Terbaik Pada Pt. Djaya Bersama Putra Prima Menggunakan Metode Profile Matching	
Imelda Felicia, Lis Suryadi.....	598-503
Rancangan Desain Website Resposif Sebagai Sarana Informasi Pada Smk Pustek Serpong	
Indah Liani, Ari Saputro	504-512
Sistem Informasi Manajemen Pertanggungangan Cash And Carry Pt. Telkom Indonesia Dengan Metodologi Berorientasi Obyek	
Inka Rose Purbayati, Dian Anubhakti	513-519

Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Kinerja Karyawan Terbaik Dengan Metode Analytical Hierarchy Process Dan Weight Product Pada Pt. Star Service Indonesia

Janah Purwanti, Deni Mahdiana 520-525

Penggunaan Aplikasi Akuntansi Zahir Accounting Untuk Menyelesaikan Transaksi Keuangan Pada Pt Lauser Mitra Abadi

Muhamad Sopandi Diansyah, Lusi Fajarita 526-531

Analisis Dan Desain Sistem Informasi Penjualan Barang, Binatang Dan Penitipan Kucing Pada Petshop Jaya Giri Dengan Metodologi Berorientasi Obyek

Muhamad Syahrul Munawar, Goenawan Brotosaputro 532-538

Penerapan Electronic Customer Relationship Management (E-Crm) Dalam Menumbuhkan Kepuasan Terhadap Pasien Pada Klinik Pratama Mh Thamrin

Muhammad Nurhadi, Bruri Trya Sartana 539-544

Sistem Penunjang Keputusan Dalam Mengarahkan Jurusan Setelah Lulus Smp Di Smp Pgri 396 Kelapa Dua Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dan Simple Additive Weighting (Saw)

Nabhan Husein Muzhaffar Rahman Lubis, Lusi Fajarita 545-550

Penerapan Metode E-Commerce Dan Seo Untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan Pada Toko Biru Royal Atribut

Nur Najma Mulyaningrum, Ady Widjaja 551-555

Penerapan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Toko Sandal & Sepatu Karisa

Pandu Betrian, Lauw Li Hin 556-563

Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pada Pt. Yuga Elektro Tuban Berbasis Object Oriented

Rahmat Afandi, Dian Anubhakti 564-569

Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Pengadaan Barang Menggunakan Metodologi Berorientasi Obyek Studi Kasus : Pt Anugerah Putra Mandiri

Richard Iriandi, Lis Suryadi 570-576

Menggunakan Content Management System Wordpress Untuk Mengembangkan Website Penjualan Berbasis E-Commerce Pada Toko Anakku

Ricky Dwi Purwanto, Bima Cahya Putra 577-583

Analisa Dan Desain Sistem Informasi Penunjang Keputusan Pemilihan Mekanik Terbaik Pada Toyota Auto 2000 Cabang Ciledug Menggunakan Metode Profile Matching

Sidik Abdulah, Lis Suryadi 584-591

Perancangan Sistem Administrasi Rawat Jalan Pada Klinik Taman Aries Berbasis Object Oriented

Ramadhanu Nugraha, Samsinar Samsinar 592-597

PENERAPAN *E-COMMERCE* DENGAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS* UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PADA *MIRA BRANDED KIDS*

Alamsyah Catur Tahta Hartono¹⁾, Humisar Hasugian²⁾

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

E-mail : alamsyahcth@gmail.com¹⁾, humisar.hasugian@budiluhur.ac.id²⁾

Abstrak

Proses jual beli konvensional adalah dimana penjual menjual productnya langsung kepada pembeli. Seiring berkembangnya teknologi, proses jual beli tidak hanya dilakukan langsung secara tatap muka antara penjual dan pembeli, namun dilakukan dengan sistem dan dengan lingkup yang lebih luas. Pada penelitian ini, penulis merancang dan mengembangkan proses jual beli dengan metode toko online atau e-commerce pada Toko Mira Branded Kids. pada toko ini ditemukan beberapa masalah yaitu kurangnya media pemasaran product, sulitnya menemukan product, sulitnya melakukan konfirmasi pembayaran, dan laporan penjualan yang masih manual. Pada penelitian ini, pengembangan dilakukan menggunakan konsep bisnis menggunakan metode Business Model Canvas untuk memudahkan perancangan kebutuhan sebuah bisnis, Pengembangan e-commerce menggunakan jenis B2C atau Business to Customer dimana penjual langsung menjual productnya kepada customer melalui sistem tanpa perantara, untuk pengembangan sistem menggunakan metode berorientasi objek, dan untuk implementasi e-commerce, penulis menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan Framework Codeigniter dan Database MySql. Diharapkan penerapan E-Commerce pada toko Mira Branded Kids dapat mempermudah pemesanan product, mempermudah pencarian product, mempermudah pembayaran dan pengiriman, dan mempermudah pembuatan laporan penjualan product.

Kata kunci: *E-Commerce, Toko Online, Digital Marketing*

1. PENDAHULUAN

Teknologi dan informasi berkembang sangat pesat. Hal itu dapat dilihat dengan munculnya beragam tren teknologi baru yang tujuannya untuk mempercepat dan memastikan validitas informasi yang diperoleh. Salah satu teknologi yang ada saat ini adalah *E-Commerce*.

Menurut Ahmadi dan Hermawan, *E-Commerce* merupakan aktivitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet dimana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui media internet [1]. *E-Commerce* juga merupakan tren yang sedang diminati Usaha Kecil Menengah (UKM). Karena dengan adanya *E-Commerce* ini UKM dapat meluaskan usahanya dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Hal ini yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian ini.

Masalah yang ditemukan pada Toko Mira Branded Kids adalah Pemasaran *product* hanya melalui toko fisik dan media sosial *facebook* pribadi, sehingga penjualan menjadi kurang maksimal. Sulitnya menemukan *product* yang diinginkan calon pembeli, karena *product* hanya ditampilkan di linimasa akun media sosial, Konfirmasi pembayaran hanya melalui fitur *chat* media sosial, yang menyebabkan menumpuknya *chat* dan terlambatnya proses pengiriman *product*, Laporan penjualan masih dicatat secara manual, sehingga meningkatkan resiko ketidakakuratan data.

Pada penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas* sebagai metode perancangan

bisnis dimana *Business Model Canvas* adalah, *Model Canvas* terdiri dari sembilan blok bangunan bisnis. Pendapat Osterwalder, Blok bangunan ini berisikan bagian-bagian penting yang menjelaskan tentang bagaimana organisasi tersebut menciptakan manfaat dan juga mendapat kemanfaatan dari para pelanggannya [2], metode UML sebagai metode perancangan dan analisa sistem. Analisa sistem adalah, kegiatan untuk melihat sistem yang sudah berjalan, melihat bagian mana yang bagus dan tidak bagus, dan kemudian mendokumentasikan kebutuhan yang akan dipenuhi dalam sistem yang baru [3] hal ini berdasarkan pendapat rosa dan shalahuddin, dan metode *waterfall* sebagai metode untuk pengembangan sistem. Juga akan diterapkan strategi SEO, dimana SEO menurut Su Rahman dalam [4] adalah Serangkaian teknik yang dilakukan agar *website* dapat dengan mudah ditemukan oleh mesin pencari informasi melalui *search engine*. Dan juga strategi pemasaran menggunakan media sosial. Dimana, Menurut pendapat Nasrullah, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial [5].

2. METODE PENELITIAN

Tahap awal dalam melakukan penelitian adalah membuat metode penelitian yang fungsinya agar penelitian dapat terorganisir dengan baik. Didalam

penelitian ini menggunakan metode *waterfall* pada tahap pengembangan sistem, di dalam tahap ini terdapat dua bagian yaitu bagian perancangan bisnis menggunakan metode *Business Model Canvas* dan bagian analisa dan perancangan menggunakan metode UML atau *Unified Modelling Language*. Selain itu pada penerapannya pada toko *Mira Branded Kids*, diterapkan juga *Search Engine Optimization* untuk mengoptimasi *website* dan penerapan strategi pemasaran untuk memperluas pasar dari toko *Mira Branded Kids*.

Sebelum masuk pada pengembangan sistem diperlukan proses awal penelitian diperlukan kerangka kerja penelitian. berikut kerangka kerja penelitian pada Toko *Mira Branded Kids*.

Tahapan awal adalah perumusan masalah adalah tahap awal dalam proses penelitian, isi dari perumusan masalah adalah kendala-kendala yang dihadapi oleh Toko *Mira Branded Kids*, yang nantinya akan menjadi dasar dilakukan penelitian. Yang tujuannya adalah dapat menyelesaikan masalah yang ada pada Toko *Mira Branded Kids*.

Selanjutnya penentuan tujuan penulisan penelitian pada tahap ini ditentukan tujuan penulisan penelitian. yaitu tujuan yang akan dihasilkan berdasarkan masalah-masalah yang ada.

Tahap selanjutnya adalah studi literatur Pada tahap ini terdapat landasan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dibuat. Sumber berasal dari buku, jurnal, dan internet agar menghasilkan konsep penelitian yang baik dan sesuai, pada studi literatur ini penulis mengambil acuan pada prosiding dengan judul *Pemodelan Sistem Informasi Pelayanan Jasa Repair Modem Dan Penjualan Modul Vsat Pada PT. Paradise Communications Berbasis Object Oriented Menggunakan Unified Modeling Language* [6] yang sesuai dengan metode yang penulis gunakan.

Tahap selanjutnya adalah pengumpulan data ada tahap ini dilakukan proses pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode pengamatan dan observasi serta analisa sistem berjalan dan analisa kebutuhan pada Toko *Mira Branded Kids*. Sehingga mendapatkan data yang akurat dan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian.

Tahap selanjutnya adalah Analisa, pada tahap ini dibagi menjadi dua yaitu yang pertama analisa kebutuhan bisnis Pada tahap ini dilakukan proses identifikasi bisnis pada Toko *Mira Branded Kids*. identifikasi dilakukan dengan tujuan agar aplikasi yang dibuat dapat memenuhi kebutuhan pasar. Identifikasi dilakukan dengan metode *Business Model Canvas*. Yang kedua adalah analisa kebutuhan sistem, pada tahap ini dilakukan proses identifikasi masalah yang terdapat pada toko *Mira Branded Kids*. Serta analisa kebutuhan pada toko. diharapkan didapatkan temuan kendala-kendala yang terkait dengan penelitian yang harapannya penulis mendapatkan solusi dari kendala-kendala tersebut.

Pada tahap yang selanjutnya ada perancangan terdiri dari dua bagian yang pertama perancangan

basis data. Pada tahap ini informasi yang telah dianalisa akan dirancang untuk menghasilkan alur data yang terstruktur dan menghasilkan data yang baik. Pada tahap ini digunakan diagram UML yaitu *Class Diagram* yang kedua, perancangan layar Pada tahap ini data yang telah dirancang akan di buat rancangan layar yang lebih menunjukan hubungan antara *user* dengan sistem dan sistem dengan data. Untuk hal ini digunakan gambar berupa rancangan layar dan diagram UML yaitu *Interaction Flow Modeling Language* (IFML) dan *Sequence Diagram*

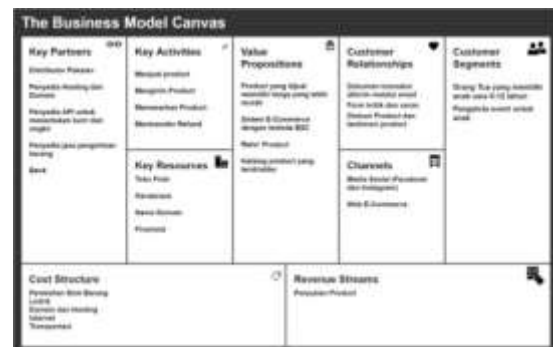
Selanjutnya ada penambahan fitur yang terdiri dari dua bagian, yang pertama Strategi SEO, yaitu pada tahap ini penulis menetapkan strategi SEO yang merupakan cara agar *web* dapat ditemukan mesin pencari dengan kata kunci yang dituju.

Yang kedua strategi media sosial Pada tahap ini penulis menetapkan strategi media sosial yang mana adalah sebuah cara pemasaran produk menggunakan media sosial yang tujuannya untuk meningkatkan popularitas toko.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisa Perancangan Bisnis Menggunakan *Business Model Canvas*

Berikut perancangan model bisnis menggunakan penerapan metode *business model canvas* pada Toko *Mira Branded Kids* dijelaskan pada gambar 1:



Gambar 1. *Business Model Canvas*

- a. *Customer Segment*
Bagian ini terdiri dari 3 bagian yaitu orang tua yang memiliki anak 0-12 tahun, dan pengelola *event* untuk anak.
- b. *Value Proposition*
Tahap ini terdiri dari 4 bagian yaitu *Product* yang dijual memiliki harga lebih murah, sistem *e-commerce* dengan metode B2C, retur *product*, dan katalog *product* yang terstruktur.
- c. *Channel*
Bagian ini terdiri dari 2 bagian yaitu media sosial (*Facebook* dan *Instagram*) dan *Web E-Commerce*.
- d. *Customer Relationship*
terdiri dari 3 bagian yaitu dokumen transaksi dikirim melalui *email*, form kritik dan saran, dan diskusi *product* dan testimoni *product*.

e. *Revenue Stream*

Pada *revenue stream* terdiri dari 1 bagian yaitu penjualan *product* karena pendapatan utama dari toko ini hanya dari penjualan *product*.

f. *Key Resource*

Key resource atau sumber daya toko, terdiri dari 4 bagian yaitu toko fisik, kendaraan, nama *domain*, dan finansial.

g. *Key Activities*

Bagian ini terdiri dari 4 bagian yaitu menjual *product*, mengirim *product*, memasarkan *product*, dan mentransfer *refund*.

h. *Key Partners*

Pada *key partners* terdiri dari 5 bagian yaitu, distributor pakaian, penyedia *hosting* dan *domain*, penyedia API untuk menentukan kurir dan ongkos kirim, penyedia jasa pengiriman *product*, dan *bank*.

i. *Cost Structured*

Pada *cost structure* terdiri dari 5 bagian yaitu pembelian stok *product*, listrik, *hosting* dan *domain*, internet, dan transportasi.

3.2. *Activity Diagram Usulan*

Dalam penerapan metode pengembangan sistem menggunakan metode *waterfall* terdapat bagian yang disebut tahap analisa perancangan sistem. Untuk tahap awal analisa perancangan sistem menggunakan *activity diagram*. *Activity diagram* merupakan salah satu diagram dalam UML yang menggambarkan proses-proses dan jalur-jalur aktivitas dalam proses bisnis dan urutan aktivitas dalam sebuah proses. Berikut *activity diagram* usulan pada toko Mira Branded Kids.

a. *Activity Diagram Pendaftaran*

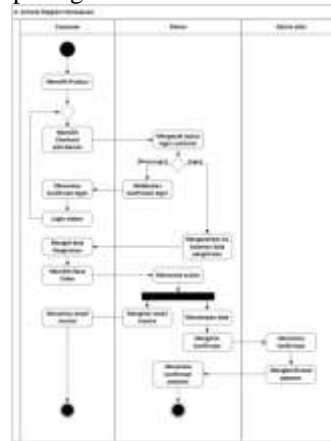
Customer yang belum punya akun *customer* pada toko, harus mendaftar pada *form* pendaftaran, lalu isi seluruh data yang disediakan pada *form* pendaftaran, selanjutnya calon *customer* pilih tombol *Sign Up* untuk melakukan pendaftaran. Setelah itu sistem akan mengecek data akun *customer* tersimpan, jika ditemukan data yang sama maka *customer* harus mengulang pendaftaran, jika tidak sistem akan mengirim *email* konfirmasi pendaftaran, selanjutnya *customer* harus mengecek *email* dan melakukan konfirmasi pendaftaran. Selanjutnya akun *customer* diaktifkan oleh sistem. Digambarkan pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. *Activity Diagram Pendaftaran*

b. *Activity Diagram Pemesanan*

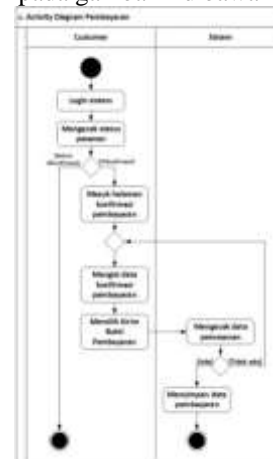
Customer yang sudah memiliki akun dapat memesan *product*. Setelah *customer* memilih *product* yang ingin dipesan, lalu *customer* melakukan *checkout* pemesanan, selanjutnya sistem akan mengecek status login *customer*. Jika belum *login* maka *customer* harus melakukan *login*. Jika sudah, maka *customer* akan di arahkan ke halaman data pengiriman. Disana *customer* harus mengisi data pengiriman yang terdiri dari data alamat pengiriman dan jasa pengiriman. Selanjutnya *customer* memilih *Place Order* untuk menyetujui pemesanan *product*. Lalu sistem akan menyimpan pesanan dan mengirim *email* yang berisi *Invoice* pemesanan. Data yang disimpan akan dikonfirmasi oleh admin toko. Dijelaskan pada gambar 3.



Gambar 3. *Activity Diagram Pemesanan*

c. *Activity Diagram Pembayaran*

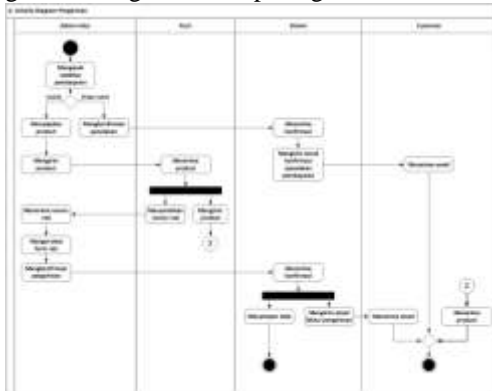
Customer harus login jika akan melakukan konfirmasi pembayaran. *Customer* dapat melakukan pembayaran apabila status pemesanan dalam data transaksi menjadi sudah dikonfirmasi. Jika sudah di konfirmasi, *customer* masuk ke halaman konfirmasi pembayaran untuk mengisi data konfirmasi pembayaran. Jika sudah, *customer* memilih tombol kirim bukti pembayaran. Selanjutnya sistem akan mengecek data pemesanan, apabila tidak ditemukan maka *customer* harus mengisi data pembayaran lagi. Jika ditemukan maka data pembayaran tersimpan. Digambarkan pada gambar 4 dibawah ini.



Gambar 4. *Activity Diagram Pembayaran*

d. *Activity Diagram Pengiriman*

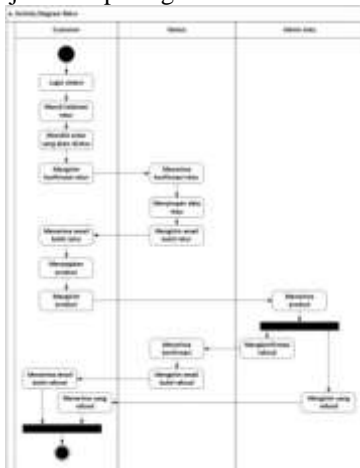
Setelah *customer* melakukan konfirmasi pembayaran, lalu admin toko akan mengecek validitas pembayaran tersebut, jika tidak *valid* maka admin toko akan konfirmasi penolakan pembayaran, lalu sistem akan mengirimkan *email* konfirmasi penolakan pembayaran. Jika *valid*, maka admin toko akan menyiapkan *product*, dan mengirim *product* sesuai alamat kirim kepada kurir, lalu kurir akan memberikan bukti pengiriman berupa nomor resi dan mengirim *product* kepada *customer*, lalu admin toko mengisi *form* resi pengiriman dan konfirmasi pengiriman, lalu sistem akan menyimpan data pengiriman dan mengirim *email* berisi faktur pengiriman. Digambarkan pada gambar 5 berikut ini.



Gambar 5. Activity Diagram Pengiriman

e. *Activity Diagram Retur*

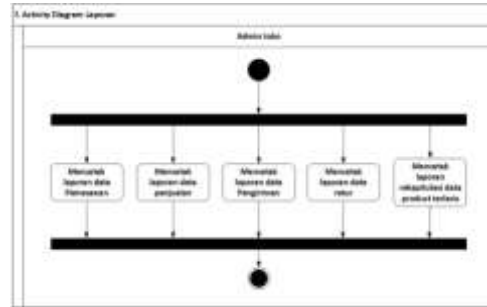
Jika *customer* merasa *product* yang diterima rusak atau tidak sesuai, *customer* dapat melakukan retur *product*. *Customer* harus *login* sebelum meretur *product*. *Customer* masuk ke halaman retur lalu pilih *order* yang akan diretur, setelah itu pilih *product* yang akan diretur, dan isi alasan serta jumlah *product* yang akan diretur, lalu pilih retur. Selanjutnya data retur akan disimpan dan mengirim *email* bukti retur. Selanjutnya *customer* menyiapkan *product* lalu mengirim *product* sesuai alamat toko. jika *product* sudah sampai maka admin toko akan melakukan *refund* uang pembelian kepada *customer* dan konfirmasi *refund*. Lalu sistem mengirim *email* bukti *refund*. Dijelaskan pada gambar 6 berikut ini.



Gambar 6. Activity Diagram Retur

f. *Activity Diagram Laporan*

Setiap bulan admin toko mencetak laporan data pemesanan, laporan data penjualan, laporan data retur, laporan rekapitulasi data *product* terlaris. Dijelaskan pada gambar 7 berikut ini



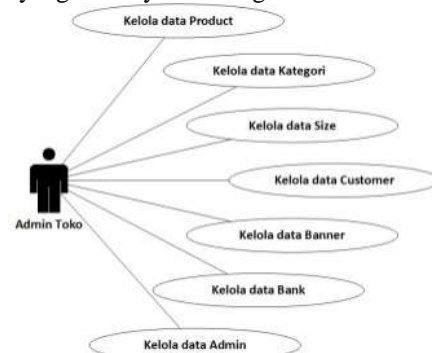
Gambar 7. Activity Diagram Laporan

3.3. Use Case Diagram

Dalam *use case diagram* akan menjelaskan kebutuhan fungsional antara sistem dengan *actor*.

a. *Use Case Package Master*

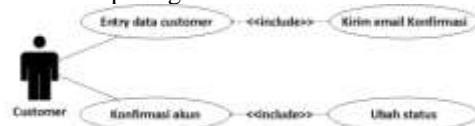
Pada gambar 8 digambarkan use case data master yang nantinya akan digunakan.



Gambar 8. Use Case Package Master

b. *Use Case Package Sign Up*

Use case package ini akan menggambarkan interaksi saat *actor customer* melakukan pendaftaran dan respon sistem terhadap perintah *actor*. Digambarkan pada gambar 9.



Gambar 9. Use Case Package Sign Up

c. *Use Case Package Transaksi Pemesanan*

Dalam *use case package* ini akan dijelaskan proses *actor* dalam membuat pesanan. Digambarkan pada gambar 10 berikut ini.



Gambar 10. Use Case Package Transaksi Pemesanan

b. Halaman *Detail Product*

Gambar 17 menampilkan halaman rancangan layar ini digunakan dari sisi *customer* yang berfungsi untuk menampilkan rincian data *product*, terdiri dari nama, harga, deskripsi, kata kunci, ukuran dan jumlah yang nantinya digunakan untuk proses pemesanan *product*, dan terdapat juga form komentar *product*. Berikut gambar dari halaman *detail product*.



Gambar 17. Halaman *Detail Product*

c. Halaman *Cart*

Gambar 18 menampilkan rancangan layar halaman *cart* digunakan dari sisi *customer*, akan ditampilkan data *product* yang disimpan ke dalam *cart*, berdasarkan data yang dimasukkan dari halaman *detail product*. Pada halaman ini juga ditampilkan, jumlah yang harus dibayar oleh *customer*, dan belum termasuk ongkos kirim. Proses yang bisa dilakukan adalah menghapus *cart*, lanjut belanja untuk menambah *cart* atau menambah jumlah *product* yang tersimpan dalam *cart*, dan *Proceed To Checkout* untuk melanjutkan ke tahap berikutnya. Berikut rancangan layar halaman *cart*.



Gambar 18. Halaman *Cart*

d. Halaman *Checkout*

Gambar 19 adalah rancangan layar halaman *checkout* digunakan dari sisi *customer*, dimana pada halaman ini akan ditampilkan *form* data alamat dan pilihan pengiriman *product*. Selain itu ditampilkan juga tabel berisi data *product* yang di pesan serta harga yang harus dibayar ditambah ongkos kirim. Selain itu, ditampilkan pula data *bank* yang digunakan toko untuk proses pembayaran. berikut rancangan layar halaman *checkout*.



Gambar 19. Halaman *Checkout*

e. Halaman *Detail Order*

Gambar 20 adalah rancangan layar *detail order* merupakan rancangan layar dari sisi *customer*, dimana bagian ini merupakan tahap terakhir dari proses pemesanan *product*. Halaman ini menampilkan *detail order*. Pada halaman ini *customer* dapat mencetak *invoice* atau kembali melanjutkan belanja. Berikut ini rancangan layar *detail order*.



Gambar 20. Halaman *Detail Order*

b. Bagian Penerapan

Pada bagian penerapan, langkah pertama yang dilakukan adalah mencari dan menganalisa kata kunci dasar yang nantinya akan menghasilkan dua kata dasar yang diolah dalam SEO Tools yang nantinya akan didapatkan data kata kunci yang paling sering di cari oleh *user search engine*, dan selanjutnya menganalisa dan memilih kata kunci yang sesuai dengan kebutuhan *website*.

Yang kedua adalah penempatan kata kunci pada penerapannya dalam sistem *e-commerce* pada toko Mira *Branded Kids*, kata kunci yang telah dianalisa tadi di tempatkan pada bagian-bagian yang strategis dalam toko. tempat tersebut berada pada main *content* dan foto *product*.

Langkah ketiga adalah Penulisan. Penulisan yang baik, informatif serta menyisipkan kata kunci pada artikel dengan tempat yang baik akan meningkatkan peluang pada mesin pencari.

3.8. Strategi Pemasaran

Media pemasaran yang diterapkan pada *e-commerce* Toko Mira *Branded Kids* adalah melalui media sosial. Alasan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran adalah karena mayoritas target pasar mempunyai dan aktif dalam media sosial dan jangkauan pemasaran menjadi lebih luas.

Strategi pemasaran menggunakan media sosial baik pada *facebook* dan *instagram* fokus pada pengembangan toko menggunakan akun bisnis, agar terlihat profesional, promosi akun, pengaturan postingan *product*, waktu untuk memposting *product*, strategi penggunaan *hashtag*, *back link website* utama.

4. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah penulis uraikan, maka penulis mendapatkan kesimpulan berikut ini.

- a. Dengan dibuatkan *E-Commerce* pada Toko Mira *Branded Kids*, diharapkan dapat meningkatkan penjualan toko, memudahkan *customer* saat memesan *product*, dan meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap toko.
- b. Dengan pembuatan katalog berdasarkan kategori *product* pada *E-Commerce* Toko Mira *Branded Kids*, diharapkan *customer* dapat menemukan *product* dengan mudah sesuai dengan kebutuhannya.
- c. Konfirmasi pemesanan dibuat berdasarkan *form* yang jelas, dan admin toko hanya menerima data konfirmasi pembayaran dengan data yang jelas, diharapkan dapat mempermudah *customer* dan admin toko dalam proses pembayaran dan pengiriman *product*.
- d. Dengan dibuatkannya laporan data penjualan secara otomatis berdasarkan data penjualan *product*, diharapkan dapat mempermudah toko dalam merekap data penjualan dan mengambil keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmadi, Candra & Hermawan,D, *E-Business dan E-Commerce*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013.
- [2] Osterwalder, A, *Business Model Generation*, cetakan ke-6, alih Bahasa Natalia Ruth Sihandri, Jakarta: Elex Media Kompetindo, 2014.
- [3] Rosa & Shalahuddin, *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek*, Bandung: Informatika, 2013.
- [4] Rahman, Su, *Buku Sakti SEO WordPress dan Joomla*, Jakarta: Elex Media Kompetindo, 2018.
- [5] Nasrullah,Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- [6] Hasugian, H & Salma, V, "Pemodelan Sistem Informasi Pelayanan Jasa *Repair Modem* Dan Penjualan Modul Vsat Pada PT. *Paradise Communications* Berbasis *Object Oriented* Menggunakan *Unified Modeling Language*" in *Proc. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, 2017, pp. 49-55.