



PROSIDING

SEMILAR NASIONAL MAHASISWA FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI (SENAFTI)

PERANAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE
YANG CERDAS BERBUDI LUHUR
DALAM MENGHADAPI ERA SOCIETY 5.0



INFORMATION SYSTEM

ISSN 2962-8628



9

772962

862002

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR**

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

<https://senafti.budiluhur.ac.id/>

DAFTAR ISI

<i>Muchammad Rifai Hidayat, Deni Mahdiana</i> Implementasi Content Management System Wordpress Pada E-Commerce Untuk Toko Perdagangan Kaos.....	1297
<i>Bagusti Nurhalim, Dian Anubhakti</i> Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Pada PT Gelora Baraka Utama Menggunakan Metode Profile Matching.....	1306
<i>Arif Gunawan, Grace Gata</i> Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System Pada Toko Peralatan Komputer Neotech	1316
<i>Muhamad Arfan, Agus Umar Hamdani</i> Penerapan Metode Simple Additive Weighting Untuk Pemilihan Pegawai Terbaik Pada PT. XYZ	1324
<i>Pramudya Wahyu Riskiantoro, Deni Mahdiana</i> Penentuan Karyawan Terbaik CV Jaya Abadi Dengan Metode Analytical Hierarchy Process Dan Simple Multi Attribute Rating Technique	1334
<i>Muhammad Ihsan Tritama, Agus Umar Hamdani</i> Penerapan E-Commerce Berbasis E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Sebuah Kafe	1344
<i>Rahma Putri Purnamasari, Agus Umar Hamdani</i> Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System Untuk Menunjang Penjualan Produk Pada Konveksi XYZ.....	1353
<i>David Indra Irawan, Humisar Hasugian</i> Pemilihan Guru Terbaik Di SDN Bintaro 04 Pagi Menggunakan Simple Additive Weighting (SAW)	1363
<i>Hadhy Ranuwinata, Lis Suryadi</i> Penerapan Metode Topsis Untuk Pemberian Beasiswa Murid Tahfidz Pada SDIT Stabit Keis	1370
<i>Rizki Pandiwa, Ita Novita</i> Penerapan Metode Analytical Hierarchy Process Dan Simple Additive Weighting Untuk Pemilihan Guru Terbaik Pada SDN Jurumudi 1.....	1379
<i>Tyas Puri Mahanani, Hestya Patrie</i> Penerapan E-Commerce Untuk Membantu Penjualan Pada Toko Hidup Segar	1389
<i>Tasya Elsa Nurfaizilah, Bullion Dragon Andah</i> E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Pada Lazy	1398
<i>Bayu Rahmat Fitriono, Gandung Triyono</i> Implementasi E-Commerce Pada Website Berbasis CMS Di MJ Shop	1406
<i>Muhammad Faiz Wihandoko, Agus Umar Hamdani</i> Implementasi Model E-Commerce Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dan Content Management System Pada Toko Tanaman Hias.....	1416
<i>Septi Anggaraeni, Hestya Patrie</i> Penerapan Website E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Vestitiufficiale	1426

<i>Ardin Noor Hamsha, Humisar Hasugian</i>	
Penerapan Metode Model Business Canvas Untuk Membuat Website E-Commerce Pada Kedai Ganema	1436
<i>Muhammad Reza Nur Toyib, Humisar Hasugian</i>	
Implementasi Sistem Penjualan Online Pada Toko Samudra Jaya Ban Berbasis E-Commerce	1445
<i>Riffa Khalaf, Anita Diana</i>	
Perancangan Sistem E-Commerce Dengan Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Untuk Penjualan Pakaian Pada Exsthrift_.....	1453
<i>Adam Mulyawan, Goenawan Brotosaputro</i>	
Membangun E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas (BMC) Pada Toko Jaya Frame Cilandak.....	1463
<i>Kuswanto, Lis Suryadi</i>	
Implementasi E-Commerce Pada Toko Hbcollection.....	1473
<i>Rayhan Naufal, Bima Cahya Putra</i>	
Penerapan Metode Simple Additive Weighting Untuk Mendukung Keputusan Guru Terbaik Pada Yayasan Soebono Mantofani	1480
<i>Laurenci Sirait, Agus Umar Hamdani</i>	
Penerapan Metode Simple Additive Weighting Untuk Seleksi Calon Karyawan Baru Pada PT. XYZ.....	1488
<i>Muhammad Ilham Assidiqi Nur, Bima Cahya Putra</i>	
Penerapan E-Commerce Content Management System Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Toko Gex Eyewear	1499
<i>Soni Rifqi Priyono, Lauw Lihin</i>	
Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Pada PT Aerofood Acs Jakarta Level Manager Dengan Metode Weighted Product Berbasis Web.....	1509
<i>Aldiansyah Darmawan, Goenawan Brotosaputro</i>	
Penerapan Busines Model Canvas Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Segmen Konsumen Studi Kasus Toko Milih Bako.....	1518
<i>Bimo Esthi Suprobo, Ita Novita</i>	
Penerapan Metode Simple Additive Weighting (SAW) Untuk Penilaian Karyawan Terbaik Pada PT Mahameru Media Nusantara	1527
<i>Mirza, Dian Anubhakti</i>	
Analisa & Perancangan Website E-Commerce Kegiatan Penukaran Valuta Asing Pada PT. Do It Valasindo.....	1536
<i>Muhammad Akrom, Lauw Li Hin</i>	
Penerapan Sistem Penunjang Keputusan Dalam Menentukan IT Support Terbaik Untuk Pemberian Reward Menggunakan Metode SAW (Simple Additive Weighting)	1543
<i>Aji Cahyo Wibowo, Joko Sutrisno</i>	
Analisa Dan Pemanfaatan E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Pada PT Karya Sarana Cipta Mandiri	1550
<i>Angga Nofariwanto, Agus Umar Hamdani</i>	
Penerapan Model E-Commerce Dengan Metode Business Model Canvas Dan Content Management System Untuk Menunjang Penjualan Produk Pada Kedai Kopi XYZ..	1559

Ilham Fadhil Muhammad, Goenawan Brotosaputro

Penerapan E-Commerce Berbasis Contentmanagement System (CMS) Untuk Meningkatkan Penjualan 1568

Muhammad Fathoni Dermawan, Gandung Triyono

Sistem Penunjang Keputusan Metode Simple Additive Weighting (SAW) Untuk Penilaian Kinerja Guru Pada SDN Joglo 08 Pagi 1574

Achmad Fadhli, Samsinar

Pengembangan Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) Studi Kasus: PT. Telkom Akses 1582

Daffa Ramadhana Pradesta, Lauw Li Hin

Penerapan Website E-Commerce Berbasis Sistem Manajemen Konten (CMS) Pada Apotik Riski Sehat 1592

Siska Indria Alifah

Sistem Informasi Penyewaan Playstation Di Rental Playstation Zhagon Berbasis Java 1600

Choudri Mubarak Ahmad, Muhammad Ainur Rony

Implementasi E-Commerce Menggunakan Wordpress Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Mamam Snack Frozen 1609

Syahril Prastomo, Lis Suryadi

Sistem Informasi Penunjang Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Pada PT Adira Dinamika Multi Finance Menggunakan Metode Profile Matching 1617

Femi Kurniawati, Goenawan Brotosaputro

Menentukan Sales Terbaik Pada PT Sejahtera Buana Trada Dengan Metode Analytical Hierarchy Process 1626

Gibran Bima Laksono, Gandung Triyono

Penerapan Metode Simple Additive Weighting (SAW) Pada Pemilihan Karyawan Terbaik PT. Bandar Trisula 1635

Tsanja Junaida, Bullion Dragon Andah

Penerapan Technopreneurship Melalui Implementasi Aplikasi E-Commerce Pada Katering Hamidah Kitchen 1644

Respati Adhitya, Atik Ariesta, Ika Susanti

Perancangan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Toko Alinno Dengan Menggunakan Unified Modeling Language 1653

Dede Firmansah, Yuliazmi

Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Ebook Metode Moora Pada Alfa Library .. 1661

Cheva Al-guffron Putra Pratama, Lauw Li Hin

Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System Dalam Meningkatkan Penjualan Tembakau Pada Fuadbako 1669

Aldo Galih Rakasiwi, Lis Suryadi

Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Supplier Menggunakan Metode Weighted Product Pada Toko Krucil Beef 1678

Ilyas Triastomo, Ady Widjaja

Penerapan Metode AHP Untuk Menentukan Pemilihan Guru Terbaik Pada SDN Rawabuntu 03 1689

Boby Pratama, Ardhi Dinullah Baihaqie

Sistem Informasi Penyewaan Lapangan Dan Perlengkapan Pada Viva Futsal Kebagusan Berbasis Java 1695

Gandung Permadi, Ika Mei Lina

Perancangan Sistem Informasi Simpan Pinjam Pada Koperasi Nusantara Berbasis Java 1704

Gian Rifai

Perancangan Sistem Aplikasi Pengadaan Barang Pada Puskesmas Berbasis Java Netbeans 1714

Ilham Farros, Deni Mahdiana, Ani Dijah Rahajoe

Penerapan Algoritma K-Nearest Neighbor Untuk Analisis Sentimen Ulasan SiCepat Ekspres Pada Twitter..... 1723

Muhammad Rizal Anshurulloh, Deni Mahdiana

Penerapan E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Nani H. Dudung Menggunakan Content Management System..... 1731

Daniel Pardomuan Manurung, Grace Gata

Penerapan E-Commerce Dengan Content Management System Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Herzy Online Shop 1739

Agung Febryanto, Atik Ariesta

Penerapan Metode Simple Additive Weighting Untuk Pemilihan Guru Terbaik Pada SDN 1 Bambu Apus Pamulang 1749

Yudha Pratama Panigoro, Ita Novita

Pengembangan Situs E-Commerce Dengan Content Management System (CMS) Berbasis Wordpress Pada Toko Abadi Electronic 1759

Muhamad Farhan, Gandung Triyono

E-Commerce Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Pada Cisadane Thrift 1769

Sarah Abdul Hakim Munabari, Agus Umar Hamdani

Model E-Commerce Berbasis Content Management System Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Parfum Herbal XYZ 1777

Raihan Arrafidan, Samsinar

Desain Dan Implementasi E-Commerce Dengan Business Model Canvas (BMC) Guna Meningkatkan Penjualan Pada Jayyid Shop..... 1787

Muhamad Aditya, Bima Cahya Putra

Penerapan SPK Metode SAW dalam Memilih Karyawan Terbaik pada PT Snapindo Warlab Sukses 1796

Eldo Nur Muhamad, Anita Diana

Penerapan E-Commerce Berbasis Web Dengan Business Model Canvas (BMC) pada Toko Indah Fashion ITC Cempaka Mas 1805

Kamal Lazuardi, Bima Cahya Putra

Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Guru Terbaik pada SDN Kelapa Dua 03 Menggunakan Metode SAW 1814

Reza Bayu Perdana, Bruri Trya Sartana, Ririt Roeswidiah

Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Wordpress Pada Toko Choosejoy_Coo 1823

Muhammad Aqsal, Joko Sutrisno

Analisa dan Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Wordpress Pada Bengkel Madmen Motogarage..... 1831

August Dorlas, Adi Widjaja

Penerapan E-Commerce Pada UD Asia Jaya..... 1840

Aditiya, Gandung Triyono

Sistem Penunjang Keputusan Pemilihan Guru Terbaik Dengan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW) Pada SLB Negeri 5 Jakarta 1848

Muhammad Zaidan Aqil, Deni Mahdiana

Penerapan Metode AHP Dan WP Untuk Menentukan Karyawan Terbaik Pada PT. Arwana Citramulia Tbk 1857

Sigit Hasudungan Bremana Sitorus, Humisar Hasugian

E-Commerce Dengan Metode Content Management System Untuk Penjualan Pada Toko Refa Foto Copy 1865

Rizky Ramadhani, Bima Cahya Putra

Penerapan Metode Simple Additive Weighting Pada PT. Lasa Laju Utama Untuk Pemilihan Supplier 1875

Rizky Adhi Prawitama, Anita Diana

Implementasi Website E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Wordpress Pada Toko Tanaman Anmuta 1883

Cohan Ridho Widestyanto, Samsinar

Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Pada PT. Menara Depok Asri Menggunakan Metode Profile Matching 1883

Cohan Ridho Widestyanto, Samsinar

Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Pada PT. Menara Depok Asri Menggunakan Metode Profile Matching 1893

Feris Aditya Nur Akbar, Hestya Patrie

Implementasi E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bundys Cake And Kitchen 1904

Layla Tri Lestari, Dyah Rhetno Wardhani, Fitriyah Puspita

Rancang Bangun Sistem Aplikasi Kasir UMKM Berbasis Java Pada Kikifruits..... 1913

Yoga Aria Pamungkas, Lis Suryadi

Penerapan Metode Weighted Product Untuk Pemilihan Siswa Berprestasi Pada SMAIT Insan Madani 8..... 1921

Ahmad Riadi Nasution, Lis Suryadi

Penerapan Metode Profile Matching Untuk Penentuan Kinerja Guru Pada SDN Pinang 4 Kota Tangerang..... 1930

Carolus Subroto, Lis Suryadi

Perancangan E-Commerce Pada Benvicastore Untuk Pengembangan Bisnis..... 1939

Nino Karlito Parsaulian Simatupang, Bima Cahya Putra

Penerapan Website E-Commerce Berbasis CMS pada Toko Mumtaz..... 1949

Iqbal Pandu Pujiyanto, Atik Ariesta

Perancangan E-Commerce Penjualan Air Conditioner pada CV Pepy Tehnik Indonesia dengan Unified Modeling Language..... 1958

<i>Risyaldi Pangestu, Indra</i>	Implementasi Algoritme Apriori untuk Memprediksi Pola Penjualan Barang pada PT. Bino Mitra Sejati	1968
<i>Adi Setyo Nugroho, Lau Li Hin</i>	Implementasi Website Penjualan Berbasis E- Commerce untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Berkah Menggunakan CMS Wordpress	1976
<i>Johan Santos, Yuliazmi</i>	Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada PT Lamp Entertainment	1985
<i>Raihan Maliki Arrafla, Lauw Li Hin</i>	Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Abiie Frozen Food	1994
<i>Renaldy Yusuf, Gandung Triyono</i>	Sistem Penunjang Keputusan Menggunakan Metode SAW di PT Gracias Mitra Selaras	2003
<i>Muhammad Faqih Firdaus, Atik Ariesta</i>	Perancangan E-Commerce untuk Meningkatkan Target Penjualan pada Toko Meryza.S	2011
<i>Tyasto Ardi Anggoro, Wahyu Nur Cholifah</i>	Perancangan Sistem Informasi Manajemen Keluhan dan Pelayanan IT pada PT Wijaya Karya (Persero) TBK.....	2020
<i>Risma Nadia, Dian Anubhakti</i>	Penerapan Metode Simple Additive Weighting (SAW) Untuk Pemilihan Guru Terbaik Pada SMA Negeri 101 Jakarta.....	2030
<i>Anisa Fajar Nuryani, Agus Umar Hamdani</i>	Model Sistem Penunjang Keputusan untuk Menentukan Karyawan Berkinerja Terbaik Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW) pada PT. FCL Internasional Indonesia	2038
<i>Devi Angraini, Humisar Hasugian</i>	Penerapan E-Commerce untuk Memperluas Penjualan pada Kekey Shop.....	2047
<i>Gallant Abilawa, Dian Anubhakti</i>	Sistem Penunjang Keputusan dalam Seleksi Pelamar Kerja pada PT. Sinar Agung Mataram dengan Metode Profile Matching	2055
<i>Amalia Ramadanti, Bullion Dragon Andah</i>	Penerapan E-Commerce Berbasis Content Management System untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Jagat Kolor	2064
<i>Anindifa Syawali, Hestya Patrie</i>	Penerapan E-Commerce Untuk Membantu Penjualan Pada Toko Nay Store	2073
<i>Unggul Tri Djayashakti, Lauw Li Hin</i>	Penerapan Metode Profile Matching untuk Pemilihan Housekeeping Attendant pada Hotel Gran Mahakam Jakarta.....	2080
<i>Muhammad Adityo Fauzan, Agus Umar Hamdani</i>	Implementasi Model E-Commerce Untuk Mendukung Proses Penjualan Produk Pada Toko Pakaian Takashimura.....	2088

Penerapan *E-Commerce* Berbasis *E-Commerce* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Sebuah Kafe

Muhammad Ihsan Tritama¹, Agus Umar Hamdani^{2*}

^{1,2}Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ¹ihsantritama@gmail.com, ^{2*}agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id
(agus.umarhamdani@budiluhur.ac.id : corresponding author)

Abstrak- Kedai kopi atau kafe yang biasa dikenal oleh masyarakat adalah jenis restoran yang pada umumnya menyajikan minuman olahan kopi. Dikenal sebagai ruang lingkungan sosial kasual dimana masyarakat dapat bertukar cerita, bertukar ide, atau hanya sekedar bercengkrama, dan masih banyak kegiatan lainnya. Pada sebuah kafe yang terletak di daerah Jakarta Selatan, sebuah kafe yang menjual produk minuman berbahan dasar kopi dan buah. Saat ini, proses pendataan masih dilakukan secara manual, yang ditulis langsung. Proses pemesanan harus datang langsung atau menggunakan *WhatsApp*. Promosi yang dilakukan terasa belum efektif, hanya dilakukan melalui *FaceBook* dan *Instagram*. Dan tidak mencantumkan katalog produk, yang menyulitkan pelanggan. Dengan menggunakan *website* dan *internet*, yang saling terkoneksi untuk mempermudah setiap individu penggunaanya, apabila digabungkannya sebuah kafe dengan sebuah *website*, maka akan menjadikan proses bisnis toko tersebut menjadi lebih mudah dan dapat menimbulkan rasa kepercayaan serta kepuasan pelanggan dan calon pelanggan baru, maka diperlukan alternatif guna membantu manajemen dan pemasaran toko untuk menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi dengan merancang sistem *E-commerce*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan-pendekatan untuk membantu dalam penelitian ini. Pendekatan *Fishbone* untuk menganalisa masalah pada sistem bisnis yang sedang berjalan, *Bussines Model Canvas* untuk menganalisis serta memetakan analisa model bisnis, Strategi Pemasaran 4P sebagai metode untuk memfokuskan pemasaran guna meningkatkan angka penjualan, dan *Search Engine Optimization* sebagai metode untuk mengoptimasikan pencarian pada *search engine* agar hasil yang keluar optimal. Hasil akhir dari penelitian ini berupa *website e-commerce* yang dapat meningkatkan penjualan produk pada toko sebuah kafe. Hasil dari penelitian ini berupa *website e-commerce* yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan pada sebuah kafe.

Kata Kunci: *e-commerce, fishbone, search engine optimization, bussines model canvas, strategi pemasaran 4p*

Implementation Of E-Commerce Based On E-Commerce To Increase Sales At A Cafe Store

Abstract- *A coffee shop or cafe commonly known by the public is a type of restaurant that generally serves processed coffee drinks. Known as a social environment space where people can exchange stories, exchange ideas, or just chat, and many other activities. At a cafe located in the South Jakarta area, a cafe that sells drinking products made from coffee and fruit. Currently, the data collection process is still done manually, which is written directly. The ordering process must come in person or use WhatsApp. The promotions that were carried out were not effective, they were only carried out through FaceBook and Instagram. And not listing product catalogs, which makes it difficult for customers. By using the website and the internet, which are connected to each other to make it easier for each individual user, if you combine a cafe with a website, it will make the store's business process easier and can create a sense of trust and satisfaction for new customers and potential customers, so an alternative is needed to help store management and marketing to solve problems that occur by designing E-commerce systems. In this study, the authors use approaches to assist in this research. Fishbone approach to analyze problems in ongoing business systems, Bussines Model Canvas to analyze and map business model analysis, 4P Marketing Strategy as a method to focus marketing to increase sales figures, and Search Engine Optimization as a method to optimize search on search engines for results. which comes out optimally. The final result of this research is an e-commerce website that can increase product sales at a cafe shop. a cafe. The result of this research is an e-commerce website that aims to increase sales at a cafe.*

Keywords: *e-commerce, fishbone, search engine optimization, bussines model canvas, strategy marketing 4p*

1. PENDAHULUAN

Di era modern sekarang, penerapan teknologi informasi sudah menjadi hal yang wajar. Perkembangan dunia teknologi informasi yang sangat pesat berdampak pada kegiatan sehari-hari masyarakat. Penggunaan teknologi informasi membantu kegiatan menjadi lebih efektif dan efisien, salah satunya pada bidang perdagangan dengan menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* atau Perdagangan Online adalah suatu kegiatan jual, beli, pemasaran, dan penyebaran barang atau jasa yang dilakukan menggunakan jaringan internet[1]. Beberapa penelitian sebelumnya yang peneliti jadikan referensi, antara lain : penelitian ke-1[2] membahas tentang penerapan *Bussines Model Canvas* pada sebuah distro. Penelitian ke-2[3] membahas tentang implementasi *e-commerce* guna meningkatkan penjualan produk-produk buatan tangan. Penelitian ke-3[4] implementasi *e-commerce* menggunakan CMS *WordPress* pada sebuah toko.

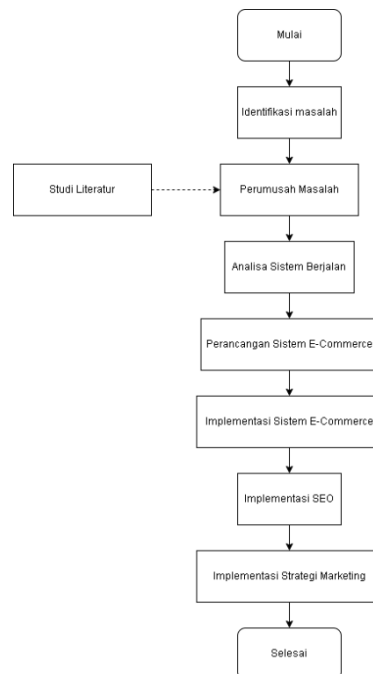
Kafe ini merupakan usaha yang bergerak dibidang makanan ringan serta minuman, spesialis dalam minuman berbasis kopi dan jus. Usaha yang terbentuk saat masa *pandemic* memiliki tantangannya tersendiri, mengandalkan penjualan *face-to-face* dengan pembeli bukan lagi suatu pilihan pasti, tidak adanya e-katalog, pemasaran serta promosi yang dilakukan melalui media sosial *Instagram* dan *mouth-to-mouth*, dan kurangnya penggunaan terkonologi informasi yang menyebabkan pencatatan laporan tidak efektif dan efisien.

Berdasarkan masalah tersebut, penulis ingin membuat situs *web e-commerce* yang dapat melakukan proses pencatatan dan penyimpanan laporan menggunakan database, serta memiliki e-katalog. Situs tersebut akan menggunakan *Search Engine Optimizer* atau SEO sehingga pemasaran lebih mudah. Dengan situs *web e-commerce* yang akan penulis buat, penulis berharap usaha kafe ini akan lebih mudah dikenal masyarakat dan meningkatnya pemasukan.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Rancangan Penelitian

Dalam penelitian terapan ini, peneliti menekankan studi mendalam terhadap masalah bisnis yang sedang berjalan, kemudian memberikan suatu solusi terhadap masalah yang ada, berupa penerapan teknologi *E-Commerce* untuk meningkatkan penjualan.



Gambar 1. Desain Penelitian

Berdasarkan gambar 1 Desain Penelitian, berikut penjabaran mengenai tahapan-tahapan penelitian yang digunakan. :

Tahapan awal : melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi sistem bisnis berjalan dan kondisi sarana atau perangkat teknologi informasi yang ada. **Tahapan kedua** : pengkajian terhadap studi literatur. **Tahap ketiga** : membuat solusi dari permasalahan yang ada. **Tahapan keempat** : menganalisis sistem berjalan menggunakan *Fishbone Diagram*, pemetaan model bisnis menggunakan *Bussines Model Canvas*, serta identifikasi kebutuhan pada sistem *E-commerce*. **Tahapan kelima** : membuat desain database, desain layar, serta desain *input/output* sistem. **Tahapan keenam** : mengimplementasikan sistem usluan menggunakan *Content Management System(CMS) Wordpress*. *CMS* adalah perangkat lunak yang dapat membuat, menerbitkan, serta mengelola informasi[5]. **Tahapan ketujuh** : Pengimplementasian teknik *Search Engine Optimization(SEO)* guna untuk mendapatkan calon pelanggan yang baru, serta menduduki posisi yang optimal pada halaman *search engine*. **Tahapan kedelapan** : Menggunakan strategi marketing guna menimbulkan *brand awarness* yang dijual kepada calon pelanggan baru. **Tahap terakhir** : pengujian terhadap kinerja SEO dan pembuatan kesimpulan dari hasil penelitian.

2.2 Analisa Model *Bussines Model Canvas*(BMC)

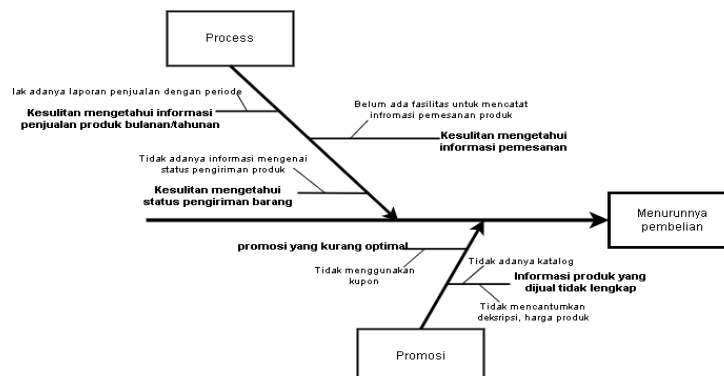
Bussines Model Canvas(BMC) merupakan suatu analisa model bisnis yang ditampilkan secara visual berupa lukisan canvas , supaya mudah dimengerti dan mudah dipahami, yang bertujuan untuk memvisualisasikan, menjelaskan, serta menilai agar memberikan hasil yang optimal[6]. Dalam *Bussines Model Canvas* terdapat beberapa komponen-komponen, meliputi : **Key Partner**, mitra yang berkerja sama dengan toko kafe ini, yaitu pemasok biji kopi, buah, serta bahan baku pembuatan produk. **Key Activity**, kegiatan inti yang dilakukan kafe ini dalam proses bisnisnya, kegiatan tersebut meliputi penjualan dan promosi produk. **Key Resources**, merupakan sumber daya yang digunakan dalam proses bisnis, sumber daya yang digunakan adalah mesin kopi, mesin jus, komputer, serta tenaga karyawan. **Value Propotion**, keunggulan bisnis yang dimiliki toko kafe ini, keunggulan yang diberikan antara lain dapat melakukan *costumize* pada produk, produk menggunakan bahan dengan kualitas mutu, serta rasa terjamin. **Customer Relationship**, demi menjaga hubungan atau relasi dengan pelanggan agar meeningkatnya kepercayaan serta kepuasan pelanggan, dengan memberikan voucher, diskon, meberikan gratis ongkir, serta mempromosikan. **Channel**, media yang digunakan kafe ini dalam mempromosikan produknya, promosi dilakukan melalui media sosial *Instagram*, *Facebook*, serta *website*. **Customer Segments**, target penjualan kafe ini dalam menjual produknya, target pelanggan yang difokuskan adalah para penikmat jus, penikmat kopi, pekerja, wanita remaja dewasa, serta siswa sekolah menengah pertama hingga sekolah menengah akhir. **Cost Structure**, biaya yang dikeluarkan toko ini untuk menjalankan proses bisnisnya, biaya yang dikeluarkan adalah biaya bahan baku produk, membayar sewa tempat, membayar listrik, menggaji karyawan, serta biaya teknologi informasi. **Revenue Stream**, aliran profit yang dihasilkan, profit didapatkan dari hasil penjualan produk kopi dan jus.

Key Partner	Key Activity	Value Propotion	Customer Relationship	Customer Segments
1. Supplier biji kopi 2. Supplier buah 3. Supplier bahan baku 4. Bank	1. Penjualan 2. Pemasaran	1. Menggunakan produk dengan kualitas mutu 2. Produk terjamin rasanya 3. Harga yang terjangkau 4. Dapat melakukan <i>customization</i> pada produk jus	1. Kupon 2. Diskon 3. Promosi 4. Gratis Ongkos Kirim	1. Siswa sekolah usia 14-19 2. Para pekerja 3. Wanita remaja dan dewasa 4. Penikmat Kopi 5. Penikmat Jus
	Key Resources		Channels	
	1. Pegawai 2. Mesin kopi 3. Mesin jus 4. Komputer		1. Media sosial 2. Website E-Commerces	
Cost Structure		Revenue Stream		
1. Biaya pembelian bahan kopi 2. Biaya pembelian bahan jus 3. Biaya sewa tempat 4. Biaya IT 5. Biaya pegawai		1. Penjualan produk Seqapla		

Gambar 2. Hasi Model Bisnis Analisa *Bussines Model Canvas*

2.3 Analisa Masalah *Fishbone Diagram*

Fishbone Diagram adalah diagram yang berbentuk seperti tulang ikan yang menampilkan sebab akibat untuk memecahkan masalah[7]. Pada gambar 3 merupakan hasil dari analisis masalah yang digambarkan dengan *Fishbone Diagram*.



Gambar 3. *Fishbone Diagram* Analisa Masalah

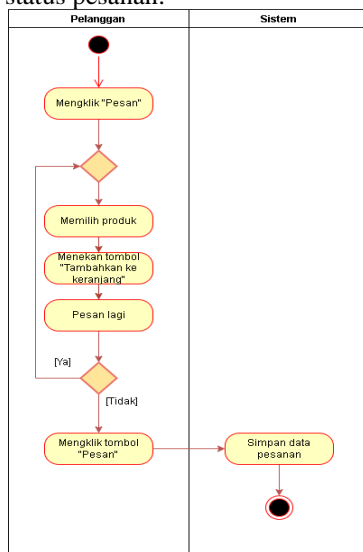
Dari hasil analisa masalah yang sudah didapat, peneliti memberi solusi terhadap pengidentifikasi kebutuhan sistem usulan terdapat pada tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi Kebutuhan Sistem Usulan

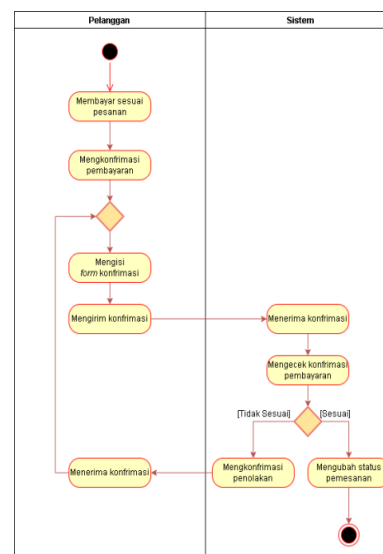
Masalah	Uraian Masalah	Penyebab	Akibat
Proses(<i>Process</i>)	Kesulitan mengetahui informasi penjualan produk bulanan/tahunan	Tidak adanya laporan penjualan dengan periode	<ul style="list-style-type: none"> Sulit dalam pengambilan keputusan Sulit untuk melakukan analisis penjualan
Proses(<i>Process</i>)	Kesulitan mengetahui status pengiriman barang	Tidak adanya informasi mengenai status pengiriman produk	<ul style="list-style-type: none"> Tidak diketahui status penerimaan barang
Proses(<i>Process</i>)	Kesulitan mengetahui informasi pemesanan produk yang dibeli	Belum ada fasilitas untuk mencatat informasi pemesanan produk	<ul style="list-style-type: none"> Sulit mengetahui informasi penjualan produk
Promosi(<i>Promotion</i>)	Informasi produk yang dijual tidak lengkap	Tidak mencantumkan deksripsi harga produk Tidak ada katalog	<ul style="list-style-type: none"> Kesulitan mengetahui informasi produk yang dijual
Promosi(<i>Promotion</i>)	Promosi yang kurang optimal	Tidak menggunakan kupon Promosi melalui media sosial yang kurang optimal	<ul style="list-style-type: none"> Usaha tidak dikenal luas Sulit mencari calon pembeli

2.4 Analisa Proses Bisnis

Analisa proses bisnis berjalan yang terlihat pada gambar 4, pelanggan memesan dengan mengklik tombol “pesan” lalu memilih produk yang diinginkan. Setelah itu klik tombol “masukan ke keranjang”, pelanggan dapat memesan produk lainnya yang nanti akan di simpiian dalam keranjang. Setelah semuanya selesai, lanjutkan dengan mengklik tombol “pesan”. Pada gambar 5, Pelanggan harus membayar sesuai bukti pesanan melalui transfer bank. Pelanggan mengisi *form* konfrimasi pembayaran dan memasukkan bukti foto atau *screenshot* transfer. Setelah melakukan konfrimasi admin akan melakukan verifikasi pembayarannya, apabila tidak valid maka admin akan menolak pembayaran dan pelanggan harus melakukan konfrimasi ulang, dan apabila valid, admin mengubah status pesanan.



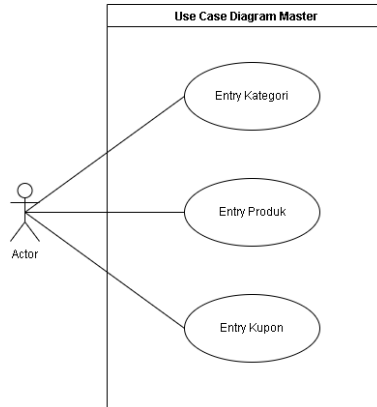
Gambar 4. Proses Pemesanan



Gambar 5. Proses Pembayaran

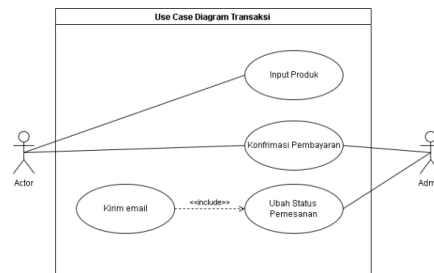
2.5 Pemodelan Sistem

Use Case adalah suatu model diagram yang menggambarkan kegiatan aktor dengan sistem[8]. Pada gambar 6 merupakan *Use Case Master*, terdiri dari : *Entry* Kategori, *Entry* Produk, dan *Entry* Kupon, yang dilakukan oleh aktor Admin.



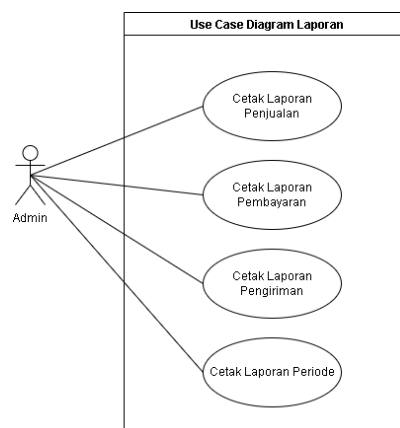
Gambar 6. *Use Case Master*

Pada gambar 7 merupakan *Use Case Diagram* Transaksi yang dijalankan oleh pelanggan, terdiri dari : *Input* Produk dan Konfirmasi pembayaran. Di lain sisi admin melakukan aktifitas, antara lain : Cek Konfirmasi Pembayaran, Ubah Status Pemesanan, dan Mengirimkan E-mail secara otomatis.



Gambar 7. *Use Case Pembelian*

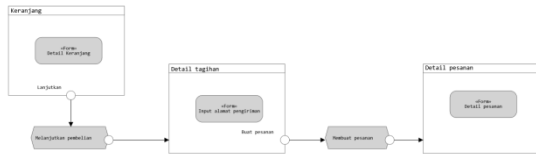
Use Case Diagram Laporan yang dijalankan oleh admin, terdiri dari : Cetak Laporan Penjualan, Cetak Laporan Pembayaran, Cetak Laporan Pengiriman, dan Cetak Laporan Periode dapat dilihat pada gambar 8.



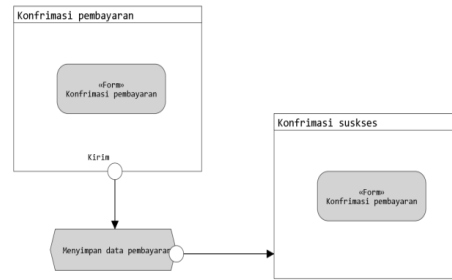
Gambar 8. *Use Case Laporan*

2.6 Model Interaksi Menggunakan *Interaction Flow Modeling Language*(IFML)

Interaction Flow Modeling Language atau IFML adalah sebuah penggambaran terhadap interaksi pengguna serta mengatur perilaku dari *front-end* website[9], dapat dilihat pada gambar 9 dan gambar 10.



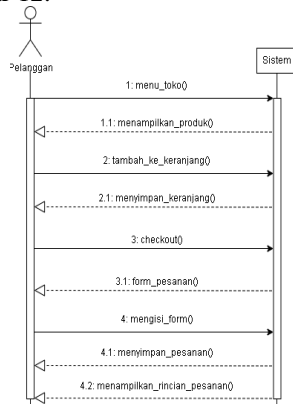
Gambar 9. IFML Pemesanan



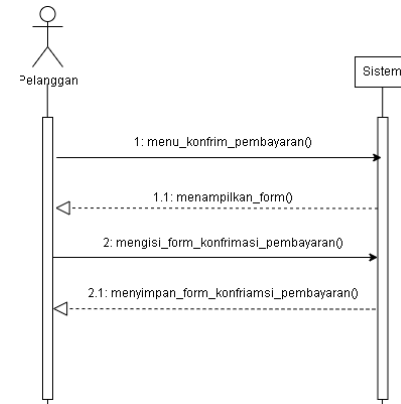
Gambar 10. IFML Pembayaran

2.7 Model Perilaku Sistem Menggunakan Sequence Diagram

Sequence Diagram adalah diagram yang menampilkan interaksi antara aktor dan objek di dalam suatu sistem yang tersusun berurut dalam rangkaian waktu[10]. Berikut adalah Sequence Diagram yang terlihat pada gambar 11 dan gambar 12.



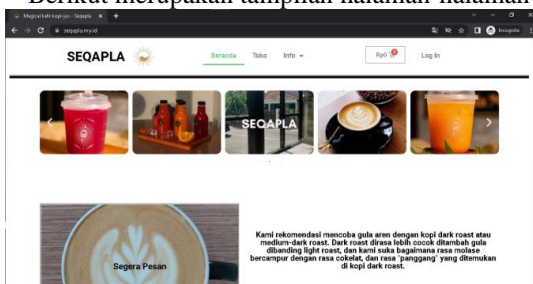
Gambar 11. Sequence Diagram Pemesanan



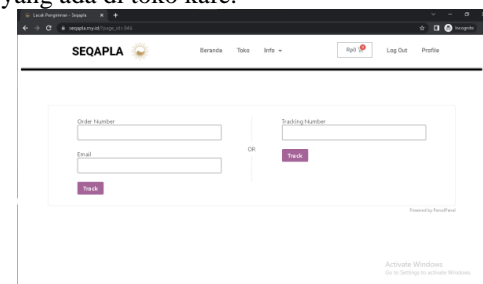
Gambar 12. Sequence Diagram Pembayaran

2.8 Implementasi Sistem

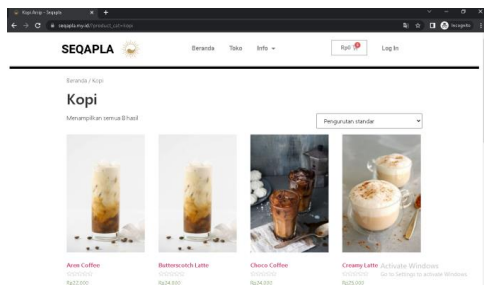
Berikut merupakan tampilan halaman-halaman website yang ada di toko kafe.



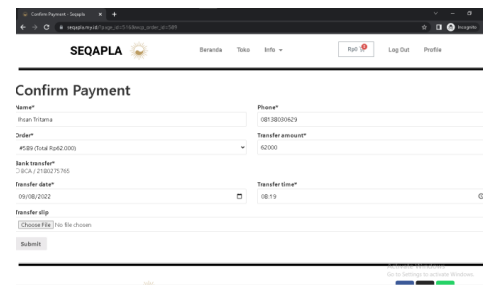
Gambar 13. Tampilan Halaman Beranda website



Gambar 14. Tampilan Halaman Status website



Gambar 15. Tampilan Halaman Produk website



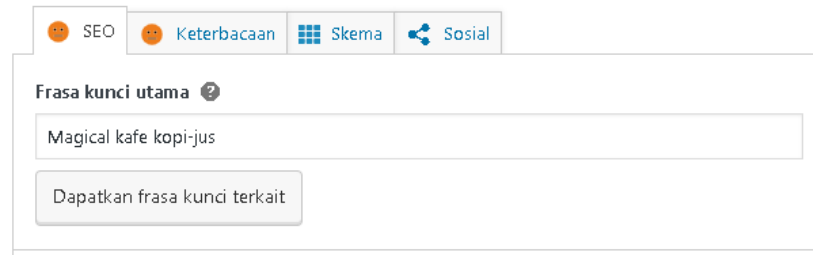
Gambar 16. Tampilan Halaman Pembayaran website

2.9 Implementasi Search Engine Optimization(SEO)

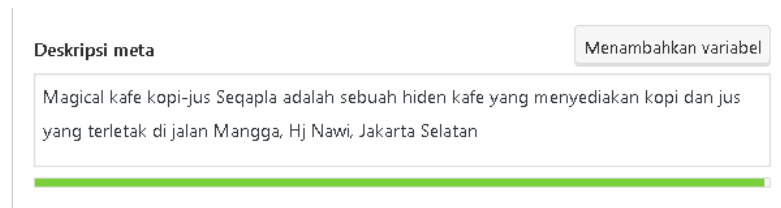
Berikut ini strategi yang digunakan dalam pengoptimalisasi SEO On Page yang diterapkan dalam website yang usulan toko kafe.

a. Membuat Penelusuran Kata Kunci SEO

Peneliti melakukan pengoptimalan pada frasa kata kunci yang menjadi kata kunci utama dalam pencarian *search engine*. Peneliti memakai *Yoast SEO* untuk membantu mengoptimalkan pencarian *website*.



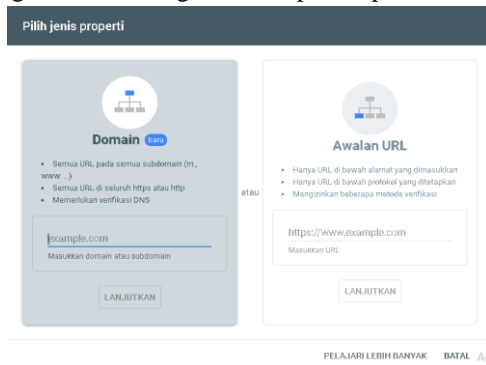
Gambar 17. Pembuatan Frasa Kata Kunci Utama



Gambar 18. Pembuatan Meta Deskripsi

b. Optimasi Pencarian

Peneliti menggunakan *Google Search Console* untuk mengoptimalkan pencarian pada *search engine*. Dilihat pada gambar 19 dan gambar 20 proses pendaftaran pada *Google Search Console*.



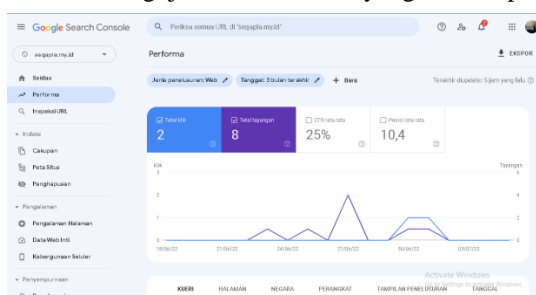
Gambar 19. Pendaftaran Google Search Console



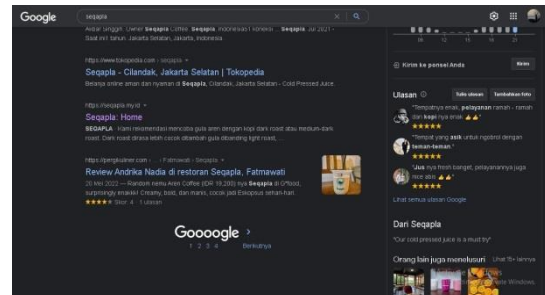
Gambar 20. Melakukan Verifikasi

c. Pengujian *Website E-commerce*

Pengujian *website* toko yang diakses pada 3 Juni 2022.



Gambar 21. Hasil Kinerja Google Search Console



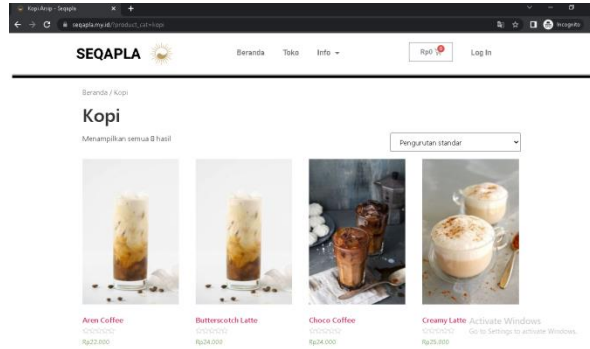
Gambar 22. Hasil Pencarian Kata Kunci.

2.10 Strategi Pemasaran (*Marekting*)

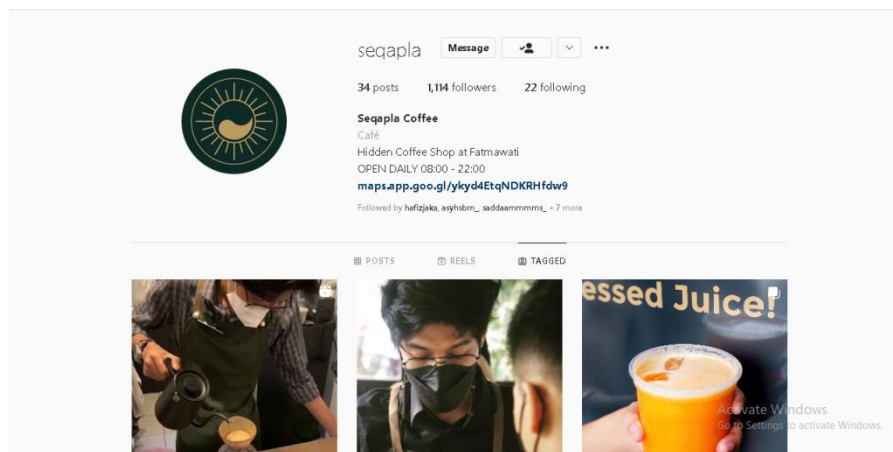
Adapun strategi pemasaran yang peneliti usulkan untuk toko kafe ini dalam peningkatan angka penjualan menggunakan strategi harga (*price*), produk (*product*), dan promosi (*promotion*).

Tabel 23. Strategi Pemasaran yang Digunakan

Kategori	Strategi
Harga(<i>Price</i>)	Memberikan diskon serta voucher kepada pelanggan
Produk(<i>Product</i>)	Membuat katalog produk yang jelas
Promosi(<i>Promotion</i>)	Promosi menggunakan media sosial



Gambar 24. Penggunaan Katalog Produk



Gambar 25. Pengoptimalan Media Sosial

3. KESIMPULAN

Setelah menganalisa dan mempelajari sistem berjalan yang ada, penulis mendapatkan solusi pemecahan masalah yang ditawarkan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut : Menggunakan Strategi *Marketing* dan mengoptimalkan penggunaan media sosial serta kupon dapat membantu menyebarkan promosi. Informasi penjualan produk bulanan/tahunan dapat dibuat dengan mudah dengan memilih laporan apa yang diinginkan dan menentukan periode yang diinginkan. Sistem dengan mudah mengubah serta melacak status pengiriman barang. Sistem dengan mudah mengetahui informasi pemesanan produk yang dibeli oleh pelanggan. Dengan membuat katalog produk, pelanggan dapat mengetahui barang yang ditawarkan, dan dapat mengetahui barang apa yang ingin dibeli. Analisa dan perancangan dengan model *website* e-commerce yang sudah dibuat diharapkan dapat dikembangkan oleh badan usaha toko kafe untuk memudahkan pelanggan. Dengan adanya solusi-solusi tersebut proses bisnis akan terasa efisien, menjangkau pasar yang lebih luas, dan menambah rasa kepercayaan pada pelanggan. Penelitian ini jauh dari kata sempurna, dalam penelitian selanjutnya dapat memberikan penambahan untuk penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Hermiati, A. Asnawati, and I. Kanedi, "Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql," *J. Media Infotama*, vol. 17, no. 1, pp. 54–66, 2021, doi: 10.37676/jmi.v17i1.1317.
- [2] T. dwi Alperdo and G. Gata, "Implementasi E-Commerce Menggunakan Business Model Canvas Dan Ifml Pada Distro Mr Bro," *Jurnal IDEALIS*, vol. 2, no. 6, pp. 369–376, 2019.
- [3] T. Turbudi and A. U. Hamdani, "Penerapan Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Kerajinan Tangan," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, pp. 19–29, 2022, doi: 10.36080/idealis.v5i1.2877.
- [4] E. R. Akbar and H. Irawan, "Analisis Dan Implementasi E-Commerce Menggunakan Cms Wordpress Pada Queenita

- Classic,” *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 1, pp. 107–116, 2021, doi: 10.36080/idealis.v4i1.2768.
- [5] N. Heryana, “Penerapan Knowledge Management System Berbasis Content Management di SMKN 1 Pakisjaya Penerapan Knowledge-Nono Heryana,” no. April, 2018.
- [6] N. Indriany and R. Indriyani, “Analisis Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas pada UD. Mogajaya Surabaya,” *Agora*, vol. 5, no. 2, p. 165, 2017.
- [7] A. V. P. Putra and D. A. Kurniawati, “1 st Conference on Industrial Engineering and Halal Industries (CIEHIS) Packer Machine Pada Bag Transfer System Dengan Menggunakan Metode Fault Tree Analysis (FTA), Failure Mode And Effect Analysis (FMEA), DAN Fishbone Analysis 1 st Conference on In,” pp. 125–132, 2019.
- [8] R. Klimek and P. Szwed, “Formal Analysis Of Use Case Diagrams,” *Comput. Sci.*, vol. 11, no. January, pp. 115–131, 2010, doi: 10.7494/csci.2010.11.0.115.
- [9] M. A. Fariz and L. L. Hin, “Penerapan Bisnis Untuk Pelanggan Menggunakan Content Management System Wordpres Pada Toko Ni-Mar Collection ...,” *IDEALIS Indones. J. Inf. ...*, pp. 326–331, 2019, [Online]. Available: <https://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/1930%0Ahttps://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/download/1930/978>
- [10] Firdaus and Ade Saputra, “Sistem Informasi Manajemen Pendistribusian Barang Bekas Pada UD. Yuli Mutiara Dengan Bahasa Pemograman PHP dan Database MySQL,” *Maj. Ilm. UPI YPTK*, vol. 25, no. 2, pp. 180–188, 2019, doi: 10.35134/jmi.v25i2.14.