

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

Respati Adhitya<sup>1\*</sup>, Atik Ariesta<sup>2</sup>, Ika Susanti<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Teknologi Informasi, Manajemen Informatika, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Teknologi Informasi, Teknik Informatika, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>respatiadhitya8@gmail.com, <sup>2</sup>atik.ariesta@budiluhur.ac.id, <sup>3</sup>ika.susanti@budiluhur.ac.id  
(\* : corresponding author)

**Abstrak-**Toko Alinno merupakan bisnis yang bergerak dibidang elektronik mulai dari *smartphone aksesoris, outdoors tools* dan *aksesoris computer* ia menjual berbagai jenis *aksesoris computer*, mulai dari *keyboard, mouse, mousepad*. Adapun permasalahan yang dihadapi pada Toko Alinno banyaknya saingan produk serupa pada marketplace tokopedia, kurangnya pemasaran pada toko alinno yang mengakibatkan banyak nya pelanggan yang tidak mengenal toko alinno, banyak stok barang menumpuk karena barang tidak laku terjual. Berdasarkan masalah yang ada, peneliti bertujuan untuk membuat sebuah website e-commerce untuk mengurangi saingan produk serupa dan memperluas jangkauan penjualan. Dalam perancangan *website e-commerce* ini peneliti menggunakan Metode *Business Model Canvas (BMC)* untuk perancangan bisnis, *Fishbone Diagram* untuk analisa masalah, *Unified Modeling Language (UML)* untuk analisa dan perancangan sistem. Pembuatan website yang dirancang berupa *prototipe* menggunakan *Content Management System (CMS)* dan *plugin WooCommerce*. Hasil dari penelitian yaitu dengan adanya *Website* yang dirancang dapat mengurangi biaya pengeluaran pada Toko Alinno, mengurangi saingan produk serupa, dan mengembangkan penjualan pada Toko Alinno selain marketplace tokopedia untuk membangun kepercayaan pelanggan

**Kata Kunci:** *business model canvas (BMC), aksesoris komputer, website, e-commerce, wordpress, woocommerce*

### *E-Commerce Design To Increase Income At Alinno Store Using Unified Modeling Language*

**Abstract-** *Alinno shop is a business engaged in electronics ranging from smartphone accessories, outdoor equipment and computer accessories. He sells various types of computer accessories, ranging from keyboards, mice, mousepads. As for the problems faced at the Alinno store, there are many competitors for similar products in the Tokopedia market, the lack of marketing at the Alinno store which results in many customers who do not know the Alinno store, a lot of stock of goods piling up because the goods are not sold. Based on the existing problems, the researcher aims to develop an e-commerce website to reduce competitors for similar products and expand sales reach. In designing this e-commerce website, researchers use the Business Model Canvas (BMC) method for business design, Fishbone Diagrams to analyze problems, Unified Modeling Language (UML) to analyze and design systems. Making a website designed in the form of a prototype using a Content Management System (CMS) and the WooCommerce plugin. The results of the research are the existence of a website that is designed to reduce expenses at the Alinno Store, reduce competitors for similar products, and develop sales at the Alinno Store in addition to the Tokopedia marketplace to build customer trust.*

**Keywords:** *business model canvas (BMC), accessories computer, website, e-commerce, wordpress, woocommerce*

## 1. PENDAHULUAN

*E-Commerce* digunakan untuk melakukan transaksi jual beli barang untuk memenuhi kebutuhan secara digital. Sistem transaksi jual beli online memudahkan pengguna untuk bertransaksi melalui internet. Beberapa contoh situs transaksi jual beli secara online seperti *tokopedia, shopee, buka lapak, lazada, JD* [1]. Toko Alinno adalah toko *online* yang terbentuk pada tahun 2016. Pada Umumnya toko Alinno ini menyediakan berbagai macam produk *aksesoris komputer seperti mouse, headset, keyboard*. Selain itu Toko Alinno juga menjual *Smartphone Aksesoris, Jam Dinding Minimalis dan Outdoors Tools*. Toko Alinno hadir dengan mempunyai *karakteristik dalam desain Mousepad* dengan kualitas yang bagus. Tidak ada nya proses pemasaran pada Toko Alinno, *Instagram* Toko Alinno mempunyai pengikut sekitar 364 namun *Instagram* tersebut tidak aktif terakhir postingan *Instagram* tersebut pada 2 Oktober 2020. Dalam Penelitian ini bertujuan untuk membangun rancangan *website E-Commerce* untuk menghindari produk serupa yang bermunculan pada Tokopedia, dan memperluas area pemasaran penjualan pada toko alinno agar masyarakat Kurangnya pemasaran pada toko alinno yang mengakibatkan toko alinno kurang dikenal oleh banyak orang, dan banyak stok barang lama menumpuk karna barang tidak laku terjual.

*Implementasi E-Commerce Business To Costumer (B2C)* sebagai solusi penjualan komputer berbasis web *Content Management System (CMS)* dapat meningkatkan penjualan barang sekaligus sebagai penyedia sarana *market online* yang berguna bagi semua kalangan, dapat mempermudah pembeli dalam berbelanja peralatan

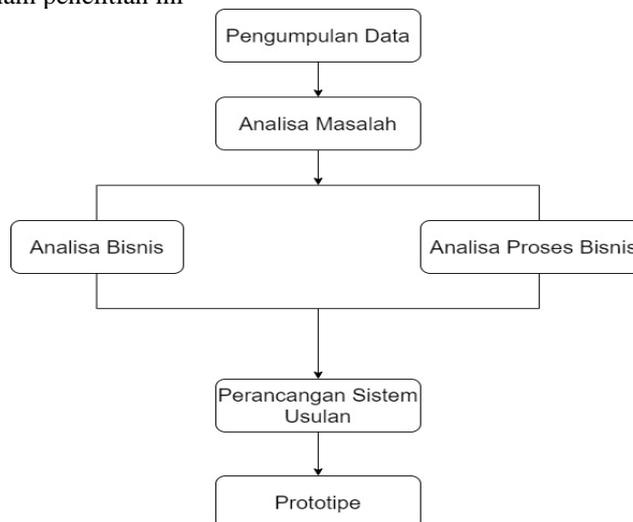
*elektronik* mereka tanpa harus datang ke tempat yang bersangkutan, mempermudah admin dan penjual dalam pengelolaan data laporan penjualan mereka [2]. *E-Commerce* aksesories komputer dapat menangani penjualan secara online maupun secara konvensional dengan pencatatan yang terstruktur [3]. Perancangan dan pembuatan *Website E-Commerce* dapat mendukung dalam persaingan usaha dan pesatnya kemajuan teknologi pada saat ini sehingga website e-commerce dapat menjangkau customer yang berlokasi jauh, berdasarkan pengujian *website E-Commerce* mendapatkan nilai 70% baik [4]. Toko Raja Komputer Bengkulu masih menerapkan prosedur belanja manual atau pelanggan harus langsung datang ke toko tersebut. Serta sistem manual seperti pencatatan data-data dan transaksi penjualannya. Aplikasi *E-commerce* ini dapat membantu pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang produk yang ditawarkan oleh pihak *Distro No Way*, serta mempermudah pelanggan dalam proses pemesanan suatu produk, dan dapat membantu meningkatkan penjualan bagi Toko Raja Komputer Bengkulu.[5]. *Sistem Informasi E-Commerce Pada Toko L-ONE Komputer Tegal Berbasis Website L-One Komputer* merupakan sebuah toko komputer yang sedang berkembang dan bergerak dalam bidang penjualan komputer, *printer*, *sparepart* dan *aksesoris* pendukungnya dan menyediakan pelayanan jasa perbaikan komputer dan perbaikan *printer*. Serta dibutuhkan sebuah sistem informasi yang mempermudah pekerjaan para *admin* dengan model yang sangat sederhana agar mempermudah pengerjaan dan *efisiensi* waktu. *Sistem* ini berbasis *website* dengan tujuan dari penelitian ini adalah sistem ini diharapkan dapat membantu dan meningkatkan kinerja pada *L-One Komputer Tegal* yang khususnya dalam pengolahan data produk, kategori produk, data *customer*, membuat *transaksi* penjualan produk, membuat laporan pendapatan.[6]

Dalam Penelitian ini, peneliti melakukan pembuatan *website E-Commerce* berbasis *CMS* yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan pada Toko Alinno dilakukan dengan pengumpulan data dengan teknik wawancara, observasi, dan studi literatur, kemudian analisa masalah dengan menggunakan *fishbone*, analisa bisnis menggunakan *Busines Model Canvas (BMC)*. *Unified Modeling Language (UML)* untuk analisa proses bisnis, serta perancangan sistem usulan dan *prototype* menggunakan *CMS Wordpress*. Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan, maka peneliti membuat *Website E-Commerce* yang bisa melakukan *transaksi online* dan juga agar memperkecil saingan *produk* serupa dan memperluas penjualan dan membangun kepercayaan pelanggan dengan *Website E-Commerce*.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Langkah – Langkah Pemikiran menjelaskan secara menyeluruh mengenai alur penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yang digambarkan dengan menggunakan sebuah diagram. Berikut adalah Langkah – Langkah Pemikiran yang dibuat dalam penelitian ini



**Gambar 1.** Langkah – Langkah Pemikiran

Pada gambar 1 peneliti menjelaskan langkah – langkah pemikiran untuk menyelesaikan penelitian ini. Untuk menganalisa masalah pada Toko Alinno, maka diperlukan metode penelitian yang dilakukan dengan metode observasi, wawancara, analisa dokumen, dan studi literatur sehingga dapat mengetahui data dan menganalisis proses bisnis yang ada menggunakan *UML Diagram* seperti *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Class Diagram*, *System Sequence Diagram*, dan *Component Diagram*. Untuk memecahkan masalah yang ada pada Toko Alinno maka dibutuhkan tindakan berupa pembuatan *website e-commerce*.

## 2.2 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini antara lain: Observasi Metode ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang akurat dengan cara terjun langsung dan mengamati apa saja yang ada pada Toko Alinno untuk menemukan data, dan informasi yang diperlukan dalam penelitian seperti dokumen masukan keluaran, dan proses bisnis berjalan. Wawancara Metode ini dilakukan dengan cara kegiatan tanya jawab secara langsung kepada pihak yang terkait dalam penelitian seperti pemilik Toko Alinno. Dengan metode ini, peneliti mendapatkan informasi tentang proses bisnis berjalan dan permasalahan yang dihadapi baik oleh Toko Alinno dan pelanggan. Analisa Dokumen Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen dokumen dari catatan, nota, dan laporan-laporan yang ada pada Toko Alinno serta menganalisa dokumen berjalan agar diperoleh informasi yang terkait dengan sistem yang akan dibuat. Studi Literatur Metode ini dilakukan dengan cara melakukan studi literatur dari berbagai *referensi* yang sesuai dengan permasalahan yang diamati dan topik yang dibuat. Studi literatur ini dilakukan melalui *referensi* jurnal dan *referensi* lainnya seperti buku, artikel, dan situs-situs yang dijadikan sebagai acuan pada kegiatan penelitian ini.

## 2.3 Teknik Analisa Masalah

Teknik analisa masalah yang dilakukan ialah dengan menggunakan *fishbone diagram* yang berfungsi untuk mengidentifikasi masalah masalah yang terdapat pada Toko Alinno. *Fishbone diagram* merupakan metode yang digunakan untuk melakukan *identifikasi* masalah [7].

## 2.4 Teknik Analisa Bisnis

Analisa model bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *BMC* dimana menggambarkan perencanaan proses bisnis yang akan diterapkan dan menetapkan serta memvalidasi poin penting dalam bisnis seperti; sumber daya, aktivitas, hubungan dengan pihak terkait, pendapatan, hingga pengeluaran. Sembilan poin yang terdapat pada *BMC*. Pada *Value Propositions*, difokuskan pada mengidentifikasi kemampuan Toko Alinno menerapkan nilai (*value*) untuk kebutuhan pelanggan. Pada *Customer Segments*, difokuskan untuk mengidentifikasi kelompok konsumen yang dituju oleh Toko Alinno sebagai target penjualan. *Customer Relationships*, difokuskan pada pola hubungan Toko Alinno dengan pelanggan. Pada *Customer Relationships*, difokuskan pada pola hubungan Toko Alinno dengan pelanggan sehingga mendapatkan pelanggan terkait *Value Proposition*. Pada *Channels*, difokuskan mengenai jenis proses untuk menjangkau pelanggan atau media yang digunakan untuk mengkomunikasikan *Value Propositions* kepada pelanggan. Pada *Revenue Streams*, difokuskan pada sumber pendapatan atau keuntungan Toko Alinno. Pada *Key Resources*, difokuskan pada jaringan pemasok (*supplier*) dan mitra yang membuat model bisnis yang dibuat dapat berjalan. Pada *Key Activities*, difokuskan mengenai gambaran aktivitas Toko Alinno dan efektivitas dari aktivitas yang dijalankan dalam menciptakan *Value Proposition*. Pada *Key Partners*, difokuskan pada mitra usaha Toko Alinno untuk memberikan sumber daya yang dibutuhkan. Pada *Cost Structure*, difokuskan pada jenis-jenis dan sumber biaya Toko Alinno atau biaya apa saja yang akan muncul agar *produk* dan layanan tercipta

## 2.5 Teknik Analisa Proses Bisnis

Teknik Analisa Proses Bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *activity diagram* untuk merancang sistem usulan secara rinci berdasarkan hasil analisa terhadap sistem yang ada. *Diagram* aktivitas menggambarkan proses bisnis dan urutan aktivitas dalam sebuah proses. Tindakan dilukiskan dengan cabang (*branch*) dan penyatuan (*merge*). Sebuah *branch* memiliki sebuah *transition* masuk atau yang disebut dengan *incoming transition* dan beberapa *transition* keluar atau yang disebut dengan *outgoing transition* dan *branch* yang disebut keputusan-keputusan [7].

## 2.6 Teknik Perancangan Sistem Usulan

Teknik analisa perancangan sistem yaitu untuk merancang sistem secara rinci berdasarkan hasil analisa terhadap sistem yang ada, sehingga dapat menghasilkan model sistem baru yang akan diusulkan, dengan menggunakan tools untuk perancangan sistem yaitu *use case diagram* untuk perancangan sistem usulan, *activity diagram*, rancangan layar dan *system sequence diagram* untuk desain prototipe. *IFML* untuk alur halaman *prototipe* website. *Use case diagram* digunakan untuk menggambarkan interaksi pengguna dengan sistem. *Activity diagram* digunakan untuk menggambarkan aktivitas usulan. *System sequence diagram* digunakan untuk menggambarkan urutan interaksi melalui pesan. *IFML* digunakan untuk pemodelan interaksi pada *front-end* [8].

## 2.7 Prototipe

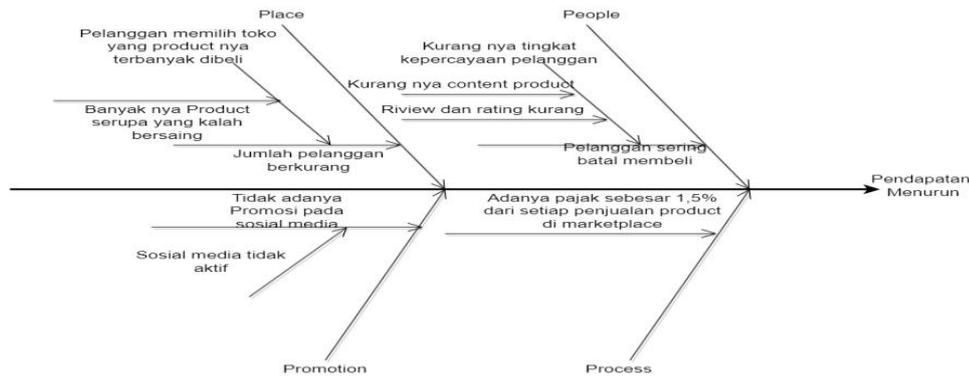
*Prototipe* yang digunakan dengan menggunakan *CMS Wordpress* dan dengan menggunakan *plugin Woocommerce*. *Prototipe* diletakkan dalam sebuah hosting dan memiliki nama domain yang digunakan membuka website. *CMS* digunakan untuk memberikan kemudahan dalam mengelola dan mengatur *website* [9]. *Plugin*

WooCommerce merupakan *plugin e-commerce* yang *fleksibel* dan mudah disesuaikan, serta dapat berjalan dengan baik pada *Wordpress* [10]. *Domain* diperlukan sebagai identifikasi alamat dalam sebuah *website* sebagai pengganti alamat *IP Address* [11]. *Hosting* merupakan layanan di internet yang menyediakan penyewaan sumber daya *server* [12].

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisa Masalah

*Fishbone* diagram Gambar 2 terdiri dari beberapa kategori yaitu *Place*, *People*, *Promotion* dan *Process* yang menjelaskan permasalahan yang ada pada Toko Alinno. Akibat utama dari permasalahan adalah pendapatan menurun.



Gambar 2. Cause-Effect Diagram Toko Alinno

#### 3.2 Analisa Model Bisnis

Pada Gambar 3 merupakan *BMC* dari toko Alinno yang diawali dengan menentukan elemen utama terlebih dahulu yaitu *value propositions* dan *customer segments*. Selanjutnya elemen eksternal yaitu *customer relationships*, *channels*, dan *revenue stream*. Kemudian elemen internal yaitu *key activities*, *key partners*, *key resource*, dan *cost structure*.



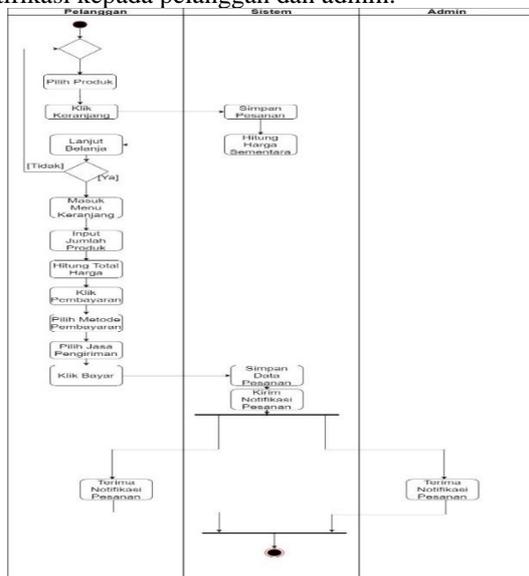
Gambar 3. Kanvas Model Bisnis (BMC) Toko Alinno

Pada Gambar 3 *Customer Segments* diisi dengan konsumen yang menjadi target sasaran penjualan pada Toko Alinno, adalah pria dan wanita usia diatas 12 tahun, komunitas gamer, komunitas pecinta computer dan teknisi *computer*. *Customer Relationships* diisi dengan cara yang dilakukan Toko Alinno untuk terus berhubungan dengan konsumen yaitu dengan mengadakan promo diskon, return barang jika mendapatkan barang yang cacat, dan feedback dari pelanggan. *Channels* diisi dengan media yang diperlukan oleh Toko Alinno yaitu situs e-commerce, marketplace, media sosial, dan website untuk mengembangkan penjualan pada toko alinno. *Value Propositions* diisi dengan keunggulan toko Alinno yaitu merupakan salah satu toko aksesoris komputer dengan bahan mousepad berkualitas dan desain yang menarik, bergaransi toko, dengan respon customer cepat dan ramah, dan menggunakan pengemasan yang baik dengan menggunakan *bubble wrap*. *Key Activities* diisi dengan kegiatan yang diperlukan untuk menunjang *value propositions* yang telah ada yaitu pengadaan produk, penjualan produk, pengemasan, pengiriman produk dan pengembangan website E-Commerce. *Key Resource* diisi dengan sumber daya yang

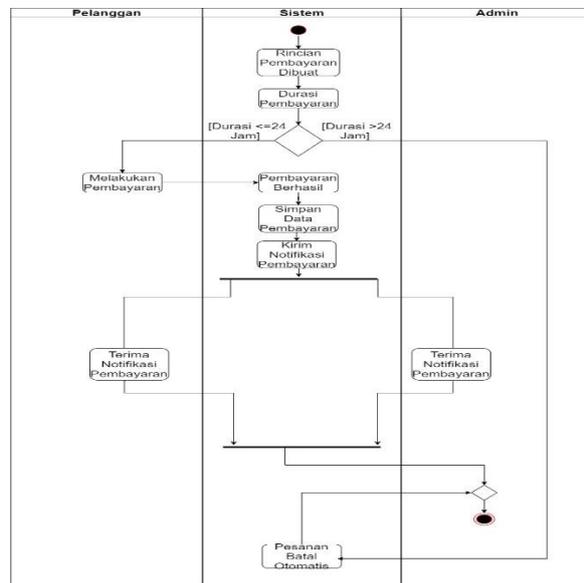
dibutuhkan untuk menjalankan key activities adalah komputer, admin, smartphone, internet, perlengkapan pengemasan. *Key Partners* diisi dengan pihak ketiga yang berhubungan dengan toko Alinno untuk menjalankan bisnisnya yaitu supplier produk, jasa ekspedisi, internet service provider dan penyedia domain hosting. *Cost Structure* diisi dengan biaya yang dikeluarkan oleh Toko Alinno adalah untuk biaya internet dan pulsa, biaya alat pengemasan, biaya pegawai, biaya listrik, biaya pembelian stok produk dan biaya domain hosting. *Revenue Streams* diisi dengan sumber pendapatan yang didapatkan oleh Toko Alinno yaitu seluruh hasil penjualan produk pada Toko Alinno baik di marketplace dan website e-commerce

### 3.3 Analisa Proses Bisnis

Pada Gambar 4 merupakan *activity* diagram proses pemesanan, pelanggan mengunjungi *marketplace* Tokopedia Toko Alinno, lalu pelanggan memilih produk yang ingin dibeli. Setelah itu Klik “+ Keranjang”, Sistem akan menyimpan data pesanan kedalam keranjang, dan sistem akan menghitung total harga sementara produk yang sudah dipilih. Setelah itu pelanggan memilih lanjut belanja atau tidak, jika tidak maka pelanggan akan mengulang tahap dari memilih produk yang ingin dibeli. Jika ya pelanggan masuk ke menu keranjang lalu pelanggan menentukan jumlah produk yang ingin dibeli, Setelah itu Klik Pembayaran. Lalu Pelanggan akan memilih metode pembayaran dan memilih jasa pengiriman, lalu total pembayaran akan terlihat. Selanjutnya pelanggan Klik “Bayar” (dengan metode yang sudah dipilih) lalu sistem akan menyimpan data pesanan dan mengirimkan notifikasi kepada pelanggan dan admin.



Gambar 4. Diagram Aktivitas Sistem Berjalan Proses Pemesanan



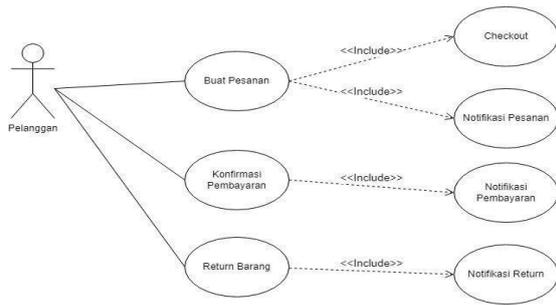
Gambar 5. Diagram Aktivitas Konfirmasi Pembayaran

Pada gambar 5 merupakan *activity* diagram proses pembayaran, pelanggan membayar pesanan dengan rincian pembayaran yang sudah dibuat oleh sistem. Lalu pelanggan harus melakukan pembayaran dalam jangka waktu kurang atau sama dengan 24 jam, apabila melebihi 24 jam maka sistem akan membatalkan pesanan secara otomatis. Setelah pelanggan menyelesaikan pembayaran lalu sistem akan menyimpan data pembayaran dan akan mengirimkan notifikasi pembayaran kepada Admin dan Pelanggan.

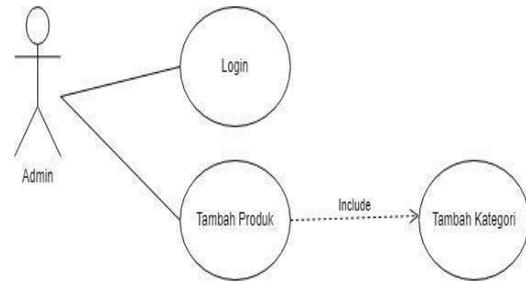
### 3.4 Perancangan Sistem Usulan

#### 3.4.1 Sistem Usulan

Pada gambar 6 merupakan *use case* diagram buat pesanan, konfirmasi pembayaran dan *return* barang yang melibatkan *actor* pelanggan. Pada *use case* buat pesanan terdapat *include use case checkout* dan notifikasi pesanan, pada *use case* konfirmasi pembayaran terdapat *include use case notifikasi pembayaran*, pada *use case return* barang terdapat *include use case notifikasi return*. Pada Gambar 7 merupakan *use case diagram* login dan tambah produk terdapat *include use case* tambah kategori yang melibatkan *actor* Admin.

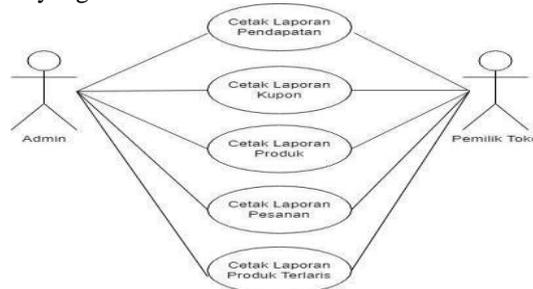


Gambar 6 Use Case Diagram Pemesanan



Gambar 7 Use Case Diagram Data Master

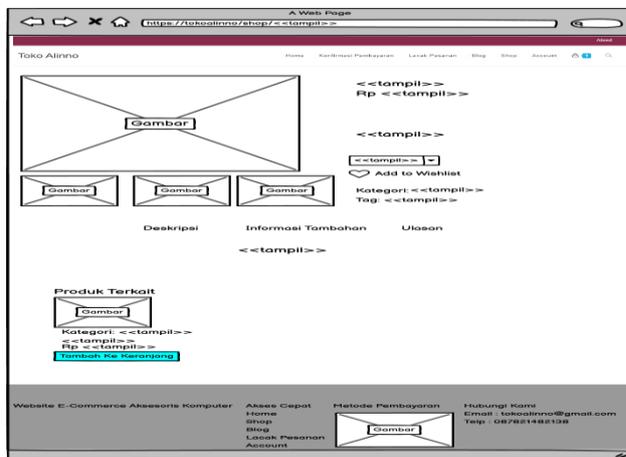
Pada gambar 8 merupakan *use case* diagram laporan pendapatan, laporan produk, laporan pesanan, laporan kupon dan laporan produk terlaris yang melibatkan *actor* Admin dan Pemilik Toko.



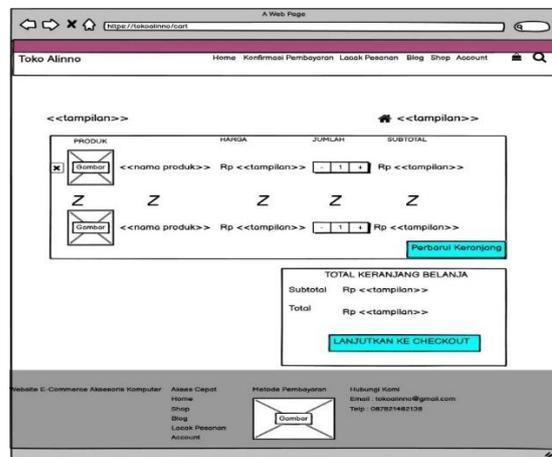
Gambar 8. Use Case Diagram Proses Laporan

### 3.4.2 Desain Prototipe

Pada Gambar 9 rancangan layar *detail produk* berisi mengenai *detail produk* yang di pilih oleh pelanggan dan digunakan untuk mengetahui mengenai *detail* dari *produk*. Pada Gambar 10 rancangan layar keranjang berisi mengenai keranjang belanja yang telah dipilih oleh pelanggan. Pada Gambar 11 rancangan layar *Checkout* berisi Data pelanggan seperti Nama, Alamat, Nomor Telp dan Informasi Pemesanan.

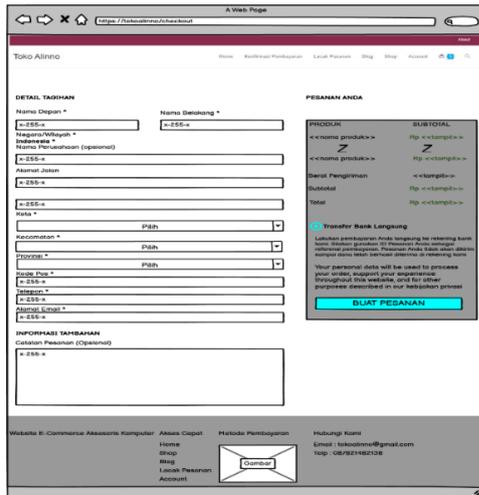


Gambar 9. Rancangan Layar Detail Produk

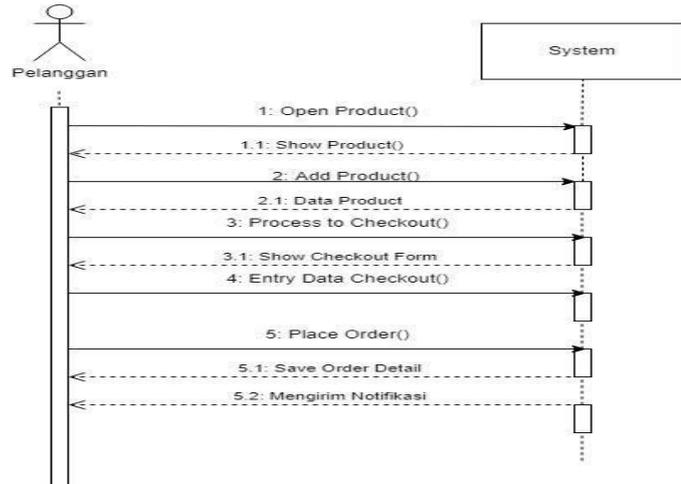


Gambar 10. Rancangan Layar Keranjang

Pada Gambar 12 *system sequence diagram* pemesanan berisi alur pemesanan pelanggan, yaitu pertama pelanggan membuka *produk*, *system* menampilkan produk, pelanggan menambahkan *produk*, *system* mendata *produk*, pelanggan *checkout*, *system* menampilkan form *checkout*, pelanggan memasukkan data *checkout*, pelanggan mengklik *submit* atau *place order*, *system* akan menyimpan order dan mengirim *notifikasi* kepada pelanggan dan *admin*.

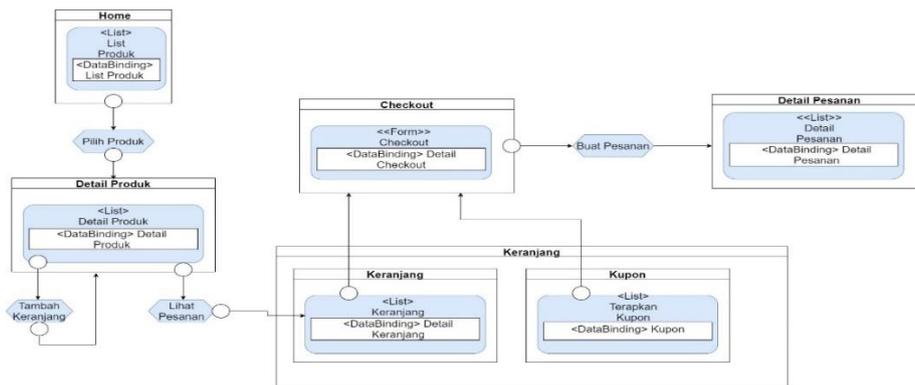


Gambar 11. Rancangan Layar Checkout



Gambar 12. Diagram Urutan Sistem Pemesanan

Pada gambar 13 IFML pemesanan pelanggan pertama mengklik *List Produk* setelah itu diarahkan ke *Pilih Produk*, kemudian ke *detail* produk setelah itu tambah keranjang dan balik ke halaman *detail* produk. Terbuka jendela *Lihat Pesanan* dan diarahkan ke menu *Keranjang* dan *Kupon*, Setelah masuk keranjang dan kupon, kemudian tampil halaman *checkout*. *Buat pesanan* kemudian muncul halaman *detail* pesanan.



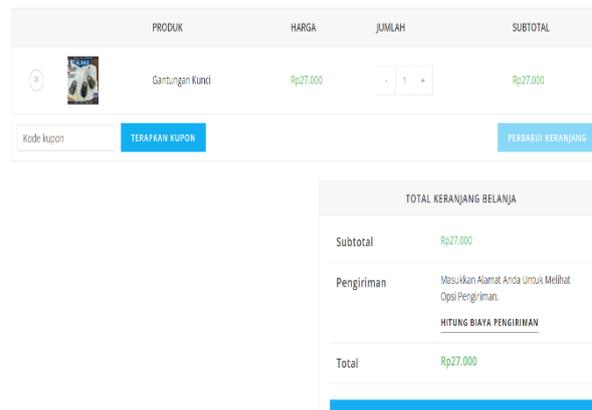
Gambar 13. IFML Pemesanan Produk

### 3.5 Prototipe

Prototipe yang dibuat menggunakan *CMS Wordpress* dengan *plugin e-commerce plug-in*. Prototipe diletakan pada sebuah *hosting* dan memiliki *domain* yang bisa diakses oleh pelanggan. Pada gambar 14 Tampilan Layar Produk merupakan tampilan dari isi produk yang dipilih oleh pelanggan. Pada gambar 15 Halaman Keranjang setelah pelanggan melakukan masukan keranjang barang yang diinginkan oleh pelanggan.

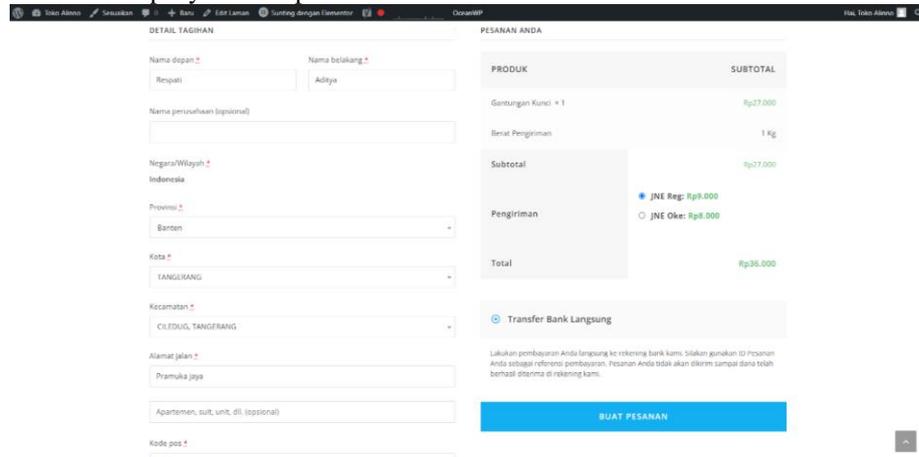


Gambar 14. Tampilan Layar Detail Produk



Gambar 15. Tampilan Keranjang Belanja

Pada gambar 16 Halaman *Checkout* pelanggan mengisi form pemesanan seperti Nama, Alamat, Nomor Telp. Setelah mengisi Detail pesanan lalu pelanggan memilih ekspedisi yang diinginkan. Dan klik lanjutkan buat pesanan untuk melakukan penyelesaian pembelian.



The screenshot shows a checkout interface with two main sections: 'DETAIL TAMBAHAN' and 'PESANAN ANDA'.  
**DETAIL TAMBAHAN:** Fields for Name (Respati Adhitya), Address (Pranika Jaya), City (TANGERANG), and District (CILEDUG, TANGERANG).  
**PESANAN ANDA:** A table showing the order summary:  

PRODUK	SUBTOTAL
Gantungan Kunci * 1	Rp27.000
Berat Pengiriman	1 Kg
<b>Subtotal</b>	<b>Rp27.000</b>
<b>Pengiriman</b>	<b>JNE Reg: Rp9.000</b> <b>JNE Oke: Rp8.000</b>
<b>Total</b>	<b>Rp36.000</b>

Below the table, there is a 'Transfer Bank Langsung' option and a 'BUAT PESANAN' button.

Gambar 16. Tampilan Checkout

#### 4. KESIMPULAN

*Website e-commerce* membantu toko Alinno mengurangi pengeluaran biaya *admin* ke *marketplace*, hanya perlu mengeluarkan untuk keperluan sewa *domain* dan *hosting*. Biaya sewa *domain* dan *hosting* lebih kecil dari pada pengeluaran biaya *admin* di *marketplace*. *Domain* dan *hosting* yang dimiliki dapat mempermudah pelanggan melakukan *transaksi* pada *website e-commerce* sehingga dapat mengurangi persaingan di *marketplace* dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Perlu dikembangkannya teknik *Search Engine Optimization (SEO)* untuk meningkatkan pengunjung *website*. Selain itu, *website e-commerce* juga perlu dikembangkan terkait sistem pembayaran agar lebih memudahkan pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Riswandi, "Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., vol. 13, no. April, pp. 15–38, 2019.
- [2] Budi Setiadi, "Implementasi E-Commerce Business To Costumer (B2C) Sebagai Solusi Penjualan Komputer Pada It Solution Banjarmasin Berbasis Web," *J. Tek. Mesin UNISKA*, vol. 02, no. 02, pp. 103–107, 2017.
- [3] R. Edi, "E-Commerce Aksesories Komputer Pada Toko Utc," vol. 02, no. 02, 2020.
- [4] C. Jardinia Tanuwidjaja and A. Setiawan, "Perancangan dan Pembuatan Website E-Commerce pada Toko Aksesoris Komputer di Surabaya," *J. Infra*, vol. 5, no. 2, pp. 301–307, 2017.
- [5] 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.
- [6] S. I. Vol *et al.*, "Jurnal Indonesia Sosial Teknologi : p – ISSN : 2723 - 6609 SISTEM INFORMASI E-COMMERCE PADA TOKO L-ONE KOMPUTER Abstrak Jurnal Indonesia Sosial Teknologi , Spesial Issue - Vol . 2 , No . 1 Januari 2021," vol. 2, no. 1, pp. 39–50, 2021.
- [7] "3. BAB II".
- [8] B. Cahya Putra, R. S. Wahyuni, and A. Saputro, "Implementasi E-Commerce Berbasis Content Management System Pada Toko Sepatu Rangkayo Casual Sneakers," *J. BIT (Budi Luhur Inf. Technol.*, vol. 17, no. 2, pp. 14–21, 2020, [Online]. Available: <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/bit>
- [9] F. Ramadhan and L. Fajarita, "Implementasi Rancangan E-Commerce Pada Surya Timur Collection Dengan Metode Business Model Canvas (Bmc) Berbasis Content Management System (Cms)," *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 251–259, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.1508.
- [10] E. Oley, E. S. R. Sentinuwo, A. A. E. Sinsuw, and U. S. Ratulangi, "Sistem Pemesanan Makanan Dan Minuman Berbasis Website (Studi Kasus Taipan Restoran)," *J. Tek. Elektro dan Komput.*, vol. 6, no. 4, pp. 89–100, 2017, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/elekdankom/article/view/23230/22931>
- [11] H. D. Susanti *et al.*, "Jurnal Keperawatan. Universitas Muhammadiyah Malang," *J. Keperawatan. Univ. Muhammadiyah Malang*, vol. 4, no. 1, pp. 724–732, 2017, [Online]. Available: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article>
- [12] M. Iqbal Kurniansyah and S. Sinurat, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Server Hosting dan Domain Terbaik untuk WEB Server Menerapkan Metode VIKOR," *JSON (Jurnal Sist. Komput. dan Inform.*, vol. 2, no. 1, pp. 14–24, 2020, doi: 10.30865/json.v2i1.2450.