

Perancangan E-Commerce untuk Meningkatkan Target Penjualan pada Toko Meryza.S

Muhammad Faqih Firdaus^{1*}, Atik Ariesta²

¹Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

²Fakultas Teknologi Informasi, Manajemen Informatika, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}mhmdfqh30@gmail.com, ²atik.ariesta@budiluhur.ac.id

(* : corresponding author)

Abstrak- Toko Meryza.S merupakan salah satu usaha yang bergerak pada bidang fashion yang menjual berbagai macam pakaian tunik dan rajut. Manfaat *e-commerce* bagi usaha adalah penawaran fleksibilitas tinggi untuk konsumen. Konsumen tidak memiliki batasan waktu dan larangan untuk melihat katalog produk kapan saja. Konsumen bebas melakukan order dengan waktu 24 jam penuh setiap hari. *E-commerce* bisa menjadi tempat untuk menghadirkan variasi atau pilihan produk yang tidak terbatas. Pelanggan yang ingin membeli pakaian pada Toko Meryza.S harus datang langsung ke toko. Promosi yang dilakukan oleh Toko Meryza.S hanya melalui whatsapp saja, sehingga pelanggan yang mengetahui produk terbaru atau produk yang dimiliki oleh Toko Meryza.S adalah yang hanya datang ke toko. Berdasarkan masalah yang terjadi, Maka tujuan peneliti merancang sebuah website e-commerce pada toko Meryza.S untuk mempermudah pemasaran produk dan transaksi oleh pelanggan. Dalam perancangan website e-commerce Peneliti menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk memodelkan bisnis usulan, kemudian *Unified Modeling Language* (UML) untuk menganalisa dan merancang sistem berjalan maupun usulan. Website e-commerce akan dibuatkan prototipe menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress. Dengan adanya website ini diharapkan dapat mempermudah admin dapat mengetahui ketersediaan barang dengan menggunakan laporan stok, Proses pemasaran produk menjadi lebih maksimal, dapat memudahkan pelanggan dalam proses pembelian 1x24 jam, dan dengan adanya fitur cetak laporan pada sistem E-Commerce diharapkan dapat mempermudah staff penjualan dalam melakukan pembuatan data laporan stok, laporan pendapatan, laporan produk, laporan kupon, laporan penjualan.

Kata Kunci: website, e-commerce, CMS, UML, BMC

IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE BASED ON CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) AT MERYZA.S STORE

Abstract- *Meryza.S shop is a business that sells various kinds of tunics and knitwear. E-commerces offers high flexibility to consumers. Consumers do not have time limits and restrictions to view the product catalog at any time. Consumers are free to place orders for a full 24 hours every day. E-commerce can be a place to present an unlimited variety or choice of products. Customers who want to buy clothes at Meryza.S Shop must come directly to the store. Promotions carried out by Meryza.S Stores are only through WhatsApp, so customers who know the latest products or products owned by Meryza.S Stores only come to the store. Based on the problems that occurred, the researchers designed an e-commerce website at the Meryza.S store to facilitate product marketing and transactions by customers. In designing the e-commerce website, the researcher uses the Business Model Canvas (BMC) to model the proposed business, then the Unified Modeling Language (UML) to analyze and design the current and proposed system. The e-commerce website will be prototyped using a WordPress Content Management System (CMS). With this website, it is hoped that it will make it easier for admins to find out the availability of goods by using stock reports, the product marketing process is maximized, can facilitate customers in the 1x24 hour purchasing process, and with the report printing feature on the E-Commerce system, it is expected to make it easier for sales staff in make stock report data, income reports, product reports, coupon reports, sales reports*

Keywords: website, e-commerce, CMS, UML, BMC

1. PENDAHULUAN

E-Commerce merupakan kontak suatu transaksi antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan transaksi melalui *e-commerce* adalah untuk meningkatkan pendapatan dengan menggunakan penjualan online yang biayanya lebih murah dan juga sekaligus biaya-biaya operasional lainnya oleh [1].

Pada saat ini *e-commerce* memiliki peran penting terutama dalam bidang bisnis dengan mengubah semua sistem pemasaran. Dengan adanya *e-commerce* sistem pemasaran menjadi lebih efisien karena memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran, khususnya pada bidang *fashion* atau pakaian. Manfaat e-commerce bagi usaha adalah penawaran fleksibilitas tinggi untuk konsumen. Konsumen tidak memiliki batasan waktu dan larangan untuk melihat katalog produk kapan saja. Mereka bebas melakukan order dengan waktu 24 jam penuh setiap hari. *E-commerce* bisa menjadi tempat untuk menghadirkan variasi atau pilihan produk yang tidak terbatas. Selain itu, proses penjualan secara online memudahkan konsumen untuk mengakses situs penjualan, memilih produk yang

diinginkan dan melakukan pembayaran dalam bentuk transfer disertai bukti pembayaran kemudian penjual akan melakukan pengemasan barang yang akan di kirim kepada konsumen. Salah satu pelaku bisnis dalam bidang fashion yaitu Toko Meryza.S.

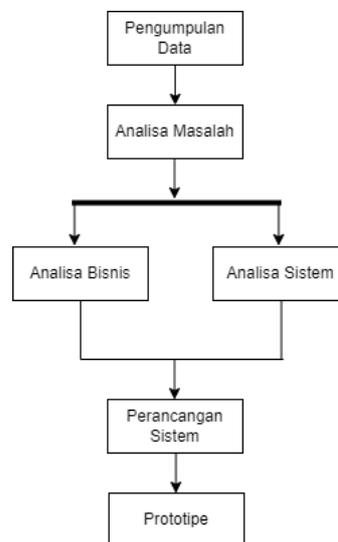
Toko Meryza.S merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang *fashion* yang menjual berbagai macam pakaian tunik dan rajut. Namun, bagi pelanggan yang ingin membeli harus datang langsung ke Toko Meryza.S. Masalah selanjutnya yang dihadapi pada Toko Meryza.S yaitu Jumlah pelanggan yang tidak bertambah karena transaksi yang dilakukan hanya melalui toko dan banyaknya pesaing di sekitar toko dengan produk yang sama. Selain itu, media promosi yang digunakan oleh Toko Meryza.S adalah *WhatsApp* hanya untuk update produk terbaru yang menyebabkan stok lama tidak terjual.

Pada penelitian yang sudah pernah dilakukan mengenai e-commerce, Aplikasi penjualan pakaian wanita berbasis web website ini bermanfaat untuk membantu pengelola toko membuat laporan tentang wanita transaksi penjualan pakaian dan laporan data pakaian wanita dan diharapkan dapat memberikan kenyamanan saat membeli pakaian wanita untuk umum [2]. Perancangan sistem informasi penjualan berbasis web e-commerce dapat memecahkan masalah seperti kesalahan dalam pengolahan dan pencarian data. Perancangan menggunakan metode pengembangan sistem yang digunakan dalam perancangan sistem ini adalah metode *Waterfall* [1]. Pada sistem informasi penjualan pakaian Wanita berbasis web yang dirancang dengan menggunakan *Unified Modeling Language* dapat di simpulkan hasil dari penelitian tersebut ialah Perancangan Sistem Informasi Penjualan berbasis Web, dilakukan secara *Online* dimana pembelian tidak bertemu secara langsung dengan bagian penjualan. Pembeli akan diberikan informasi produk sesuai kebutuhan [3].

Oleh karena itu, peneliti Toko Meryza.S membuat sebuah website e-commerce agar dalam proses penjualannya dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Peneliti menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk memodelkan bisnis usulan, kemudian *Unified Modeling Language* (UML) untuk menganalisa dan merancang sistem berjalan maupun usulan. Website e-commerce akan dibuatkan prototipe menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress. *E-Commerce* sebagai media transaksi pada Toko Meryza.S dapat memasarkan produknya secara luas, mempermudah pelanggan melakukan transaksi, mendapatkan informasi, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga jumlah pelanggan dapat bertambah.

2. METODE PENELITIAN

Tahapan Penelitian menjelaskan secara menyeluruh mengenai alur penelitian yang dilakukan peneliti saat ini yang digambarkan dengan menggunakan sebuah diagram. Berikut adalah kerangka pemikiran yang dibuat dalam penelitian ini :



Gambar 1 Langkah – Langkah Penelitian

Gambar 1 menyajikan tahapan penelitian untuk menyelesaikan penelitian ini. Untuk menganalisa masalah pada toko, maka diperlukan metode penelitian yang dilakukan dengan pengumpulan data, analisa masalah, analisa bisnis, analisa proses bisnis, perancangan sistem, dan implementasi.

2.1 Metodologi Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini maka pengumpulan data diperlukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Berikut ini merupakan metode pengumpulan data penelitian yang telah dilakukan peneliti yaitu Wawancara dengan Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti melalui

tatap muka bersama narasumber untuk mendapatkan informasi mengenai alur proses bisnis pada toko Meryza.S. Observasi, dengan metode yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung pada toko Meryza.S untuk mendapatkan informasi yang diperlukan sebagai bahan penelitian. Studi Literatur, dengan penelitian ini melakukan studi literatur dari berbagai referensi sesuai dengan permasalahan yang diamati. Studi ini dilakukan melalui sumber jurnal yang dijadikan sebagai acuan pada kegiatan penelitian ini.

2.2 Analisa Masalah

Kegiatan yang dilakukan untuk menganalisa permasalahan yang dihadapi oleh Toko dan pelanggan dalam proses bisnis yang berjalan. Untuk melihat permasalahan yang terjadi di Toko Meryza.S peneliti menggunakan fishbone. Dimana pada fishbone dapat diketahui permasalahan utamanya. Diagram tulang ikan atau *fishbone diagram* adalah salah satu metode/tool untuk menunjukkan sebuah dampak atau akibat dari sebuah permasalahan dengan berbagai penyebabnya. Efek atau akibat dituliskan sebagai moncong kepala. Sedangkan tulang ikan diisi oleh sebab-sebab sesuai dengan pendekatan permasalahannya [4].

2.3 Analisa Sistem

Kegiatan yang dilakukan untuk menganalisa suatu sistem yang ada untuk mempelajari dan mengetahui apa yang akan dikerjakan sistem sertaidentifikasi kebutuhan, alat yang digunakan untuk melakukan analisa proses bisnis adalah *activity diagram* dan *use case diagram*. *Activity diagram* digunakan untuk alur kerja (*workflow*) proses bisnis [5]. *Use case diagram* adalah gambaran grafis interksi dan hubungan antara actor dengan *use case* untuk memperkenalkan sistem [6].

2.4 Analisa Bisnis

Dalam penelitian ini analisa bisnis menggunakan BMC sebagai strategi awal untuk menggambarkan perencanaan dan evaluasi [7].

Ada 9 poin yang terdapat pada BMC yaitu *value propositions*, *customer segments*, *customer relationships*, *channels*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners*, dan *cost structure*. *Value Propositions* pada elemen ini dibahas tentang nilai atau manfaat yang diberikan oleh Toko Meryza.S kepada pelanggan agar mau membeli produk yang ditawarkan. Nilai atau manfaat tersebut dapat menjadi pembeda antara Toko Meryza.S dengan toko serupa. *Customer Segments* pada elemen ini dibahas tentang pangsa pasar yang dituju oleh Toko Meryza.S sangat spesifik karena produk yang dijual merupakan produk dengan *niche* tertentu. *Customer Relationship* pada elemen ini dibahas tentang bagaimana mendapatkan pelanggan dan mempertahankannya. *Channels* Pada elemen ini dibahas tentang media apa saja yang akan digunakan untuk menyampaikan nilai atau manfaat kepada pelanggan. *Revenue Streams* pada elemen ini dibahas tentang produk apa saja yang dapat mendatangkan penghasilan pada Toko Meryza.S. *Key Resources* pada elemen ini akan dibahas tentang sumber daya apa saja yang dimiliki dan dibutuhkan oleh Toko Meryza.S. *Key Activities* pada elemen ini akan dibahas tentang semua kegiatan atauaktifitas yang membuat nilai atau manfaat dapat tercapai. *Key Partners* pada elemen ini akan dibahas tentang entitas-entitas luar apa saja yang dibutuhkan oleh Toko Meryza.S untuk berjalannya bisnis. *Cost Structure* pada elemen ini akan dibahas tentang apa saja yang akan menjadi beban biaya pada Toko Meryza.S.

2.5 Teknik Perancangan Sistem

Tahap 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 *Interaction Flow Modeling Language (IFML)*, *system sequence diagram* dan *component diagram*. IFML digunakan untuk menggambarkan interaksi objek pada *front-end* sebuah website [8]. *System sequence diagram* digunakan untuk menggambarkan komunikasi pesan antar objek [9]. *Component diagram* digunakan untuk menggambarkan komponen pada website [10].

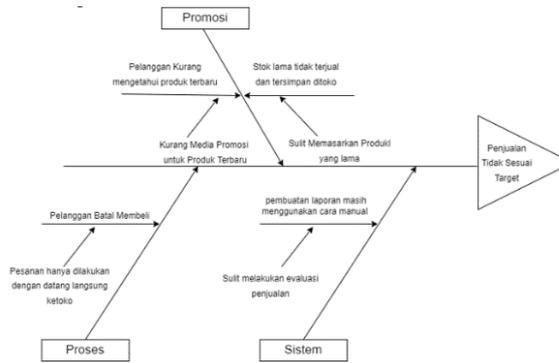
2.6 Prototipe

CMS merupakan perangkat lunak yang salah satunya adalah membuat toko di dunia maya [11]. Pada prototipe CMS yang digunakan adalah Wordpress dengan plugin woocommerce.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN.

3.1 Analisis Masalah

Gambar 2 menyajikan *fishbone* diagram dari Analisa Masalah toko Meryza.S yang dimana terdapat 3 kategori yaitu promosi, proses, dan sistem dengan akibat permasalahan yaitu penjualan tidak sesuai target.



Gambar 2 Diagram Sebab-Akibat Meryza.S

Pada Gambar 2 fishbone diagram memiliki promosi masalahnya yaitu stok lama tidak terjual dan tersimpan ditoko Sulit memasarkan produk yang lama dengan dibuatnya website Meryza.S diharapkan meminimalisir stok lama belum terjual yang tersimpan di toko, sehingga stock tidak menumpuk, dan masalah kedua yaitu pelanggan kurang mengetahui produk terbaru dikarenakan kurang media promosi untuk produk terbaru. **Proses** masalahnya yaitu pelanggan batal membeli Pesanan hanya dilakukan dengan datang langsung ketoko. **Sistem** Pencatatan laporan yang masih menggunakan secara manual memungkinkan terjadinya human error pada saat pencatatan.

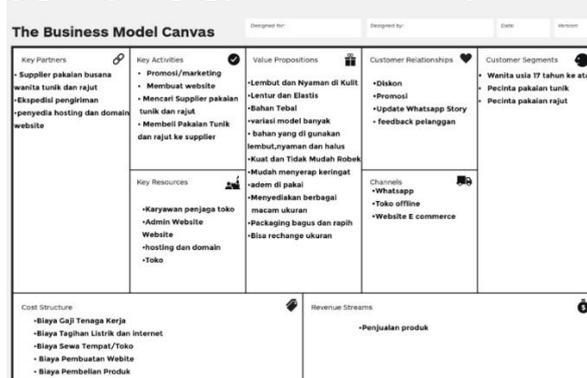
3.2 Analisa Bisnis

Gambar 3 menyajikan BMC dari Toko Meryza.S yaitu: (1) *Key Partners* toko Meryza.S memiliki *Key Partner Supplier, Supplier* pakaian busana wanita tunik dan rajut, Ekspedisi Pengiriman, dan penyedia *hosting* untuk membantu dalam menjalankan *Key Activities*. (2) *Key Activities* yang dilakukan Toko Meryza.S adalah Promosi, membuat website, mencari *supplier* pakaian tunik dan rajut, serta membeli pakaian tunik dan rajut. (3) *Value Propositions* Toko Meryza.S adalah bahan pakaian yang tebal, lembut, nyaman, halus dikulit, lentur dan elastis, kuat dan tidak mudah robek, mudah menyerap keringat, variasi model banyak, adem dipakai, menyediakan berbagai macam ukuran, packaging bagus dan rapih, serta bisa recharge ukuran. (4) *Customer Relationships* Toko Meryza.S untuk menjaga relasi dengan pelanggan adalah dengan memberi diskon, promosi, update whatsapp story, dan memberikan review Pelanggan. (5) *Customer Segment* Toko Meryza.S adalah Wanita usia 17 tahun keatas, pecinta pakaian tunik, pecinta pakaian rajut. (6) *Key Resource* toko Meryza.S adalah karyawan penjaga toko, admin website, hosting dan domain, dan toko. (7) *Channel* toko Meryza.S yaitu *whatsapp*, *toko offline*, dan juga memiliki *website*. (8) *Cost Structure* Toko Meryza.S yaitu biaya gaji tenaga kerja, biaya tagihan listrik dan internet, biaya sewa tempat/toko, biaya pembuatan website, biaya pembelian produk. (9) *Revenue Steam* Toko Meryza.S adalah dari hasil penjualan produk.

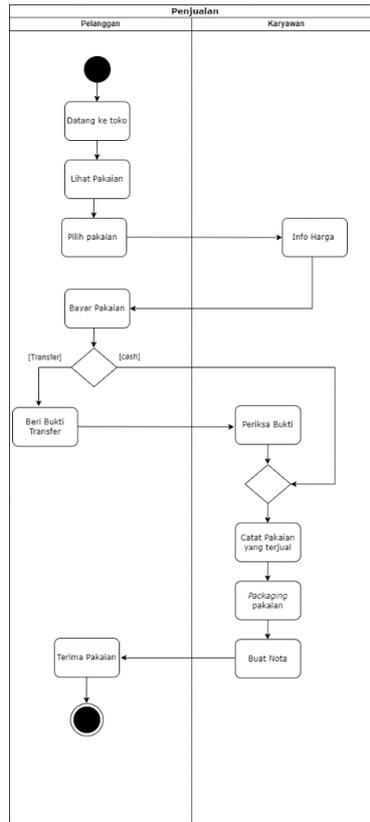
3.3 Analisa Sistem

Penjualan adalah sub sistem informasi bisnis yang mencakup kumpulan prosedur yang melaksanakan, mencatat, mengkalkulasi, membuat dokumen dan informasi penjualan untuk keperluan manajemen mulai dari diterimanya order penjualan sampai mencatat timbulnya tagihan dagang oleh [12].

Gambar 4 menyajikan *activity diagram* penjualan yang berlangsung di toko Proses dimulai Pelanggan datang ke toko lalu melihat dan memilih pakaian yang dipajang di toko. Kemudian jika pembeli sudah memilih pakaian karyawan toko memberi info harga barang yang sudah di pilih selanjutnya pembeli bisa langsung bayar dengan metode Transfer dan cash. Setelah itu penjual akan mencatat nama pembeli dan pakaian yang terjual untuk didata lewat pembukuan, kemudian pegawai packaging pakaian dan buat nota pembeli dan pembeli menerima pakaian.



Gambar 3 Business Model Canvas



Gambar 4 Activity Diagram Sistem Penjualan

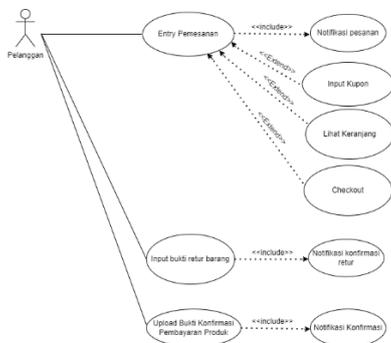
3.4 Perancangan Sistem

3.4.1 Perancangan Usulan

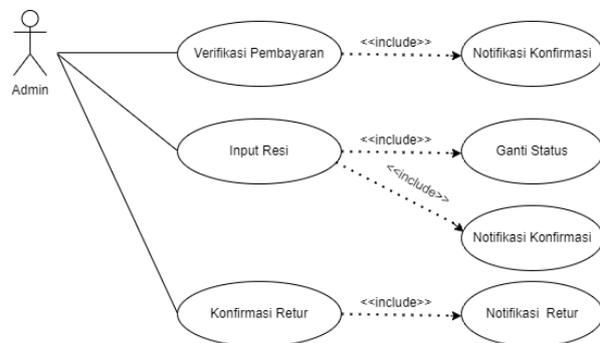
Gambar 6 menyajikan *use case diagram* transaksi pelanggan terdapat entry pemesanan, input bukti retur barang dan upload bukti konfirmasi pembayaran.

Gambar 7 menyajikan *use case diagram* transaksi admin, verifikasi pembayaran, input resi, konfirmasi retur. Terdapat use case verifikasi pembayaran yang berguna untuk memverifikasi pesanan yang telah di pesan oleh pelanggan. Use case input resi yang berguna untuk proses pengiriman produk, use case konfirmasi retur yang berguna untuk actor mengkonfirmasi adanya produk yang harus dilakukan pengiriman ulang yang disebabkan adanya cacat produk atau kesalahan ukuran pakaian.

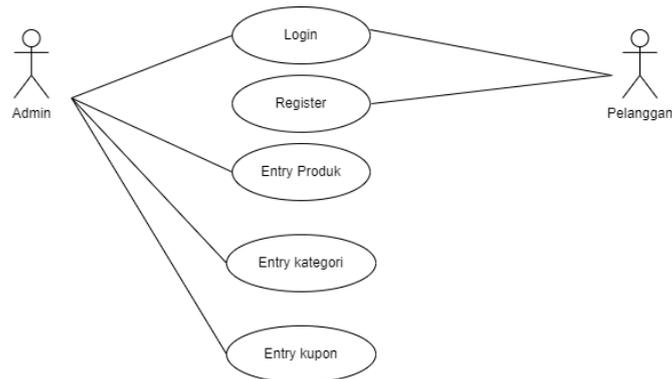
Gambar 8 menyajikan *use case diagram* master terdapat aktifitas admin dan pelanggan yaitu pelanggan melakukan registrasi dan login. Admin melakukan login, menambahkan produk, tambah kategori, dan tambah kupon.



Gambar 5 Use Case Diagram Transaksi Pelanggan



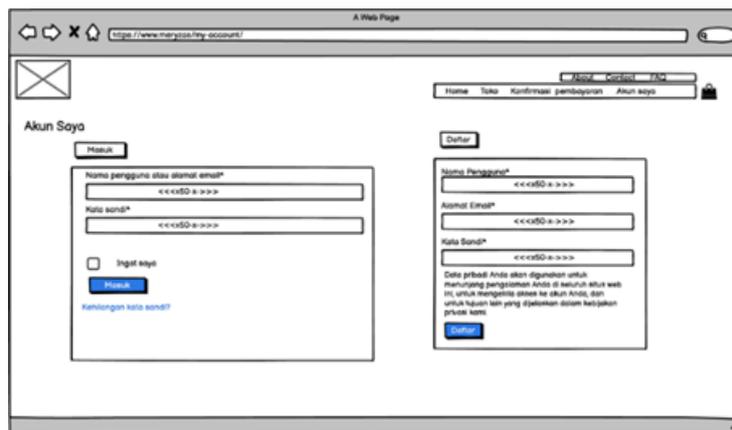
Gambar 6 Use Case Diagram Transaksi Admin



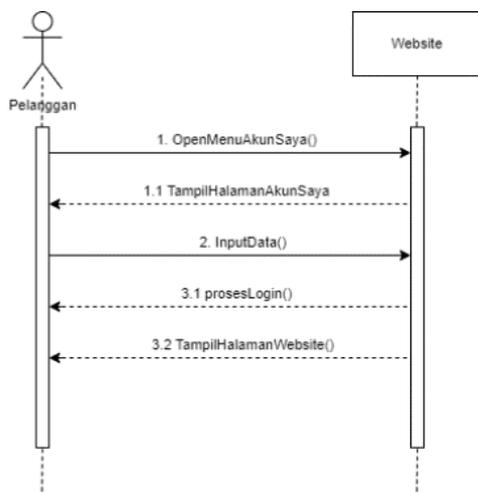
Gambar 7 Use Case diagram master

3.4.2 Desain Prototipe

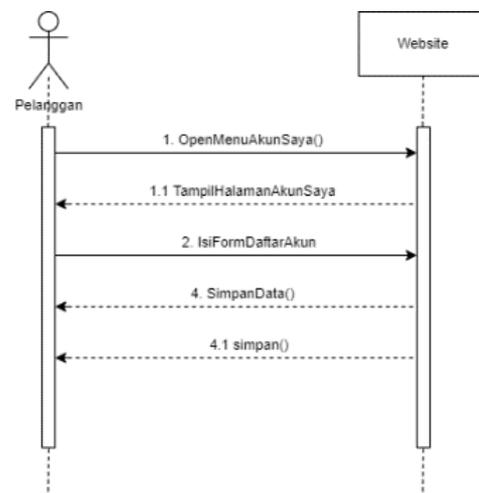
Gambar 9 menyajikan rancangan layar untuk login dan daftar pelanggan. Pada layar login terdapat input username dan password dan pada layar daftar terdapat nama pengguna, alamat e-mail, dan password. Layar login digunakan untuk masuk ke website, sedangkan layar daftar digunakan untuk mendaftarkan pengguna baru. Interaksi antara actor dengan sistem pada saat login dapat dilihat melalui *system sequence diagram* gambar 10 dimulai dari aktor membuka menu akun saya, menginput data yang diperlukan, maka sistem memproses login. Sedangkan interaksi actor dengan sistem ketika mendaftarkan dapat dilihat pada gambar 11 yang dimulai dari aktor membuka menu akun saya kemudian menginput data yang diperlukan untuk mendaftarkan, diakhiri dengan sistem menyimpan data.



Gambar 8 Rancangan Layar Login dan Daftar Pelanggan



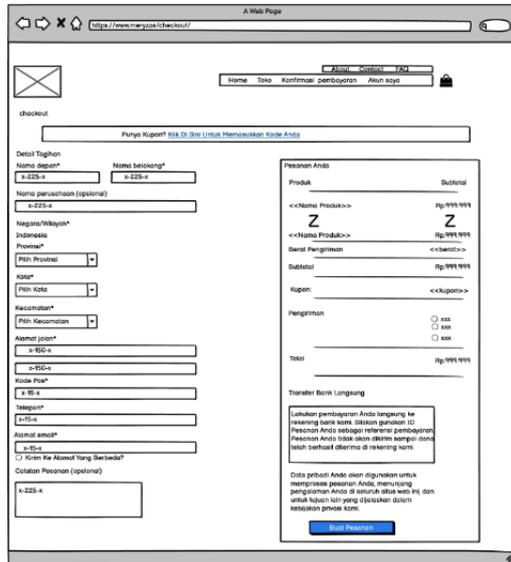
Gambar 9 System Sequence diagram login pelanggan



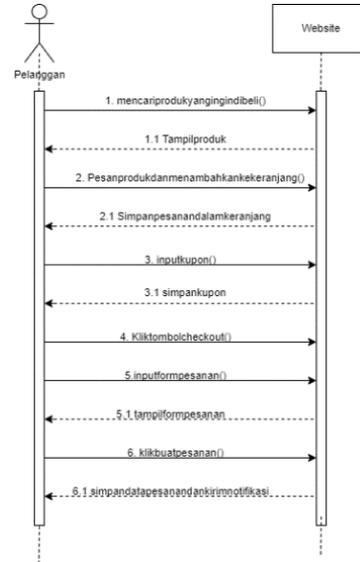
Gambar 10 System Sequence diagram daftar pelanggan

Gambar 13 menyajikan rancangan layar untuk proses pemesanan. Pada layar pemesanan terdapat input nama, kota, provinsi kecamatan, alamat lengkap, kode pos, alamat e-mail, dan inputan lainnya. Interaksi antara actor

dengan sistem pada rancangan layar 13 dapat dilihat pada system sequence diagram gambar 14. Interaksi dimulai ketika actor mencari produk, kemudian memasukan barang kedalam keranjang belanja, selanjutnya menginput kupon bila ada. Jika sudah tidak menambah barang lagi maka melanjutkan ke proses checkout barang yang dilanjutkan dengan menginput data pengiriman. Interaksi diakhiri dengan sistem menyimpan data pemesanan dan mengirimkan notifikasi pesanan.

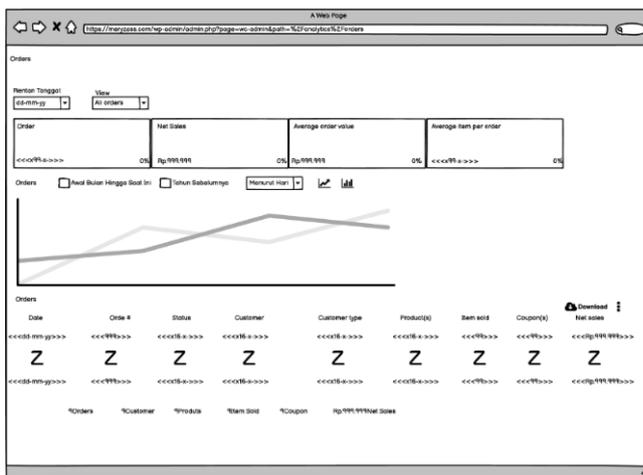


Gambar 11 Rancangan Layar Pemesanan

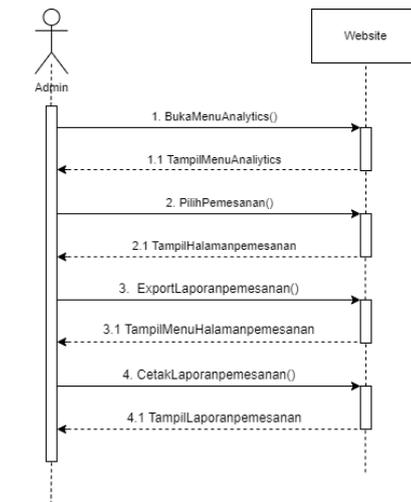


Gambar 12 System Sequence diagram pemesanan

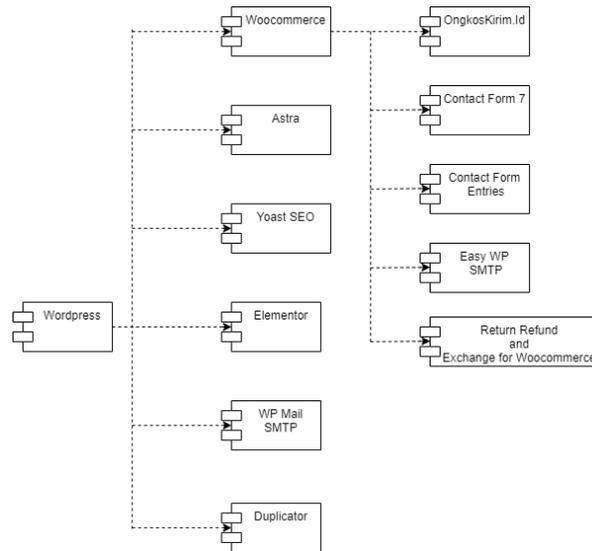
Gambar 15 menyajikan rancangan layar untuk proses pembuatan laporan Penjualan. Pada laporan penjualan ditampilkan jumlah order, laba bersih, rata-rata order, dan rata-rata item per order. Selain itu juga ditampilkan informasi grafik pemesanan dan daftar pemesanan. Laporan dapat ditampilkan sesuai dengan periode atau filter yang ditentukan sebelumnya. Interaksi antara actor dengan sistem pada rancangan layar 15 dapat dilihat pada system sequence diagram gambar 16. Interaksi dimulai dari actor membuka menu analytic dengan memilih sub menu pemesanan. Kemudian actor dapat melakukan *export* laporan atau mencetak laporan. Sistem akan menampilkan laporan yang dicetak sesuai dengan tanggal yang dipilih.



Gambar 13 Rancangan Layar Proses Laporan Penjualan



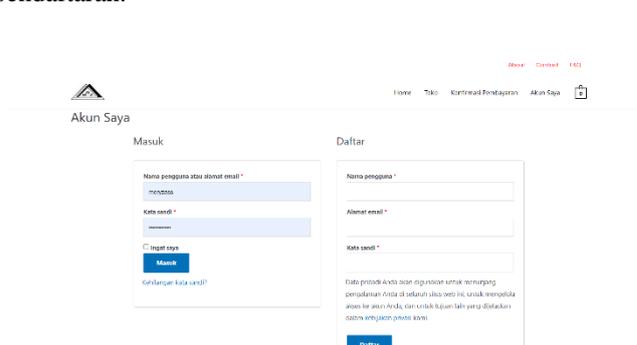
Gambar 14 System Sequence diagram laporan penjualan



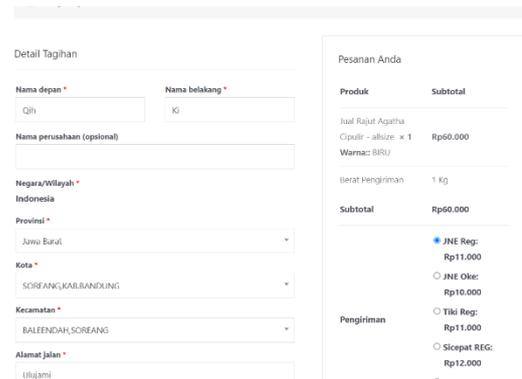
Gambar 15 Component Diagram

3.5 Prototipe

Prototipe dibuat dengan menggunakan CMS Wordpress dengan plugin woocommerce. Prototipe diletakkan pada domain dan hosting dengan alamat <https://meryzas.com>. Gambar 18 menyajikan halaman login dan daftar dari prototipe yang dibuat. Prototipe tersebut sesuai dengan rancangan yang sudah dibuat. Pada halaman terdapat dua bagian, bagian sebelah kiri adalah untuk masuk ke website, bagian sebelah kanan adalah untuk melakukan pendaftaran.



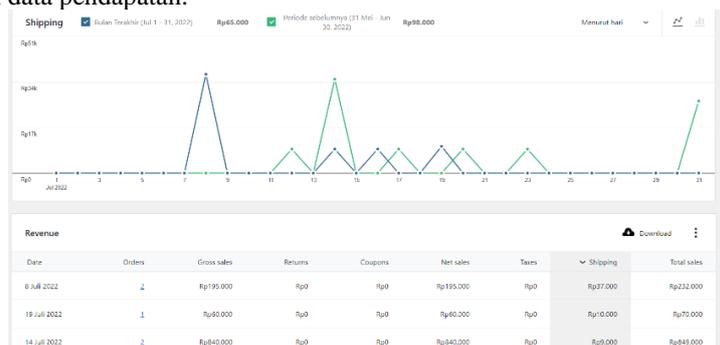
Gambar 16 Tampilan layar login dan daftar



Gambar 17 Tampilan Layar Pemesanan

Gambar 18 menyajikan adalah halaman pemesanan dari prototipe yang dibuat. Pada halaman pemesanan digunakan untuk menginput data pemesan seperti nama dan alamat. Selain itu pada halaman pemesanan juga dapat memilih kurir pengiriman. Total tagihan juga tampil pada halaman pemesanan.

Gambar 19 menyajikan adalah halaman laporan pendapatan yang digunakan untuk melihat serta mencetak laporan pendapatan. Pada laporan pendapatan actor yang menggunakan adalah admin. Admin dapat memilih rentang periode untuk melihat dan mencetak laporan. Setelah rentang periode dipilih maka admin dapat melihat grafik pendapatan dan data pendapatan.



Gambar 18 Tampilan Layar Laporan Pendapatan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari uraian permasalahan, pembahasan serta penyelesaian diharapkan masalah yang dilakukan dengan berbagai metode pada bab – bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa website ecommerce yang telah dibangun pada Toko Merza.S diperlukan untuk meningkatkan penjualan produk, apabila dijabarkan dalam beberapa point sebagai berikut :Admin dapat mengetahui ketersediaan barang dengan menggunakan laporan stok sehingga admin dapat menjual barang yang masih ada dan tidak terjadi penumpukan di toko, Proses pemasaran produk menjadi lebih maksimal dikarenakan adanya website dan strategi marketing berupa SEO On Page yang sudah diterapkan, Dengan dibuatnya website diharapkan dapat memudahkan pelanggan dalam proses pembelian 1x24 jam sehingga pelanggan tidak lagi datang ketoko, Dengan adanya fitur cetak laporan pada sistem E-Commerce diharapkan dapat mempermudah staff penjualan dalam melakukan pembuatan data laporan stok, laporan pendapatan, laporan produk, laporan kupon, laporan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Puspita Sari, E. Pudjiarti, and H. Susanti, “Sistem Informasi Penjualan Pakaian Wanita Berbasis Web (E-Commerce) pada PT Bunitop Indonesia,” *J. Teknol. Inf. Mura*, vol. 12, no. 01, pp. 1–13, 2020.
- [2] Sulistiyono, S. Dwiyatno, R. Fatullah, and A. Ramadhan, “Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Busana Wanita Berbasis Web Pada Toko Ninety-nine,” *J. Ilm. Sains dan Teknol.*, vol. 4, no. 2, pp. 87–95, 2020, doi: 10.47080/saintek.v4i2.928.
- [3] A. Alfianti and M. Rahmayu, “Sistem Informasi Penjualan Pakaian Wanita Berbasis Web Pada PT. Karunia Anugrah Lestari (L’MORE) Jakarta Barat,” *Inti Nusa Mandiri*, vol. 14, no. 2, pp. 133–138, 2018.
- [4] F. A. Kurniawan, “Pendekatan Business Model Canvas Sebagai Perancangan Strategi Bisnis Baru (Studi Pada UMKM UD. Gading Mas Pasuruan),” *Yudharta*, vol. 4, no. 2, pp. 123–131, 2017.
- [5] M. Syarif, E. B. Pratama, U. Bina, S. Informatika, and K. Barat, “Testing dan Pemodelan Diagram Uml Pada Aplikasi Veterinary Services Yang Dikembangkan Dengan Model Waterfakk,” *J. Tek. Inform. Kaputama*, vol. 5, no. 2, pp. 253–258, 2021.
- [6] H. Kurniawan, W. Apriliah, I. Kurnia, and D. Firmansyah, “Penerapan Metode Waterfall Dalam Perancangan Sistem Informasi Penggajian Pada Smk Bina Karya Karawang,” *J. Interkom J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 14, no. 4, pp. 13–23, 2021, doi: 10.35969/interkom.v14i4.78.
- [7] F. Hidayah, “Penggunaan Business Model Canvas sebagai Upaya Menumbuhkan Minat Berwirausaha,” *J. Al-Tatwir*, vol. 8, no. 1, pp. 39–54, 2021, doi: 10.35719/altatwir.v8i1.33.
- [8] S. P. Suryanto, T. J. Pattiasina, and A. Soetarmono, “Perancangan dan Pengembangan Toko Online dengan Metode Interaction Flow Modeling Language (Studi Kasus Toko Winata),” *Teknika*, vol. 6, no. 1, pp. 7–18, 2017, doi: 10.34148/teknika.v6i1.60.
- [9] A. Rifiandika Putri, A. Hafizhah, F. H. Rahmah, R. Muslikhah, and S. Nabila, “Pemodelan Diagram UML Pada Perancangan Sistem Aplikasi Konsultasi Hewan Peliharaan Berbasis Android,” vol. XII, no. 2, pp. 130–139, 2021.
- [10] M. Prakarsa, “Implementasi Sistem Informasi Enterprise Pendaftaran dan Registrasi Siswadi Sekolah Menengah Kejuruan Swasta Kabupaten Bandung,” *J. Account. Inf. Syst.*, vol. 4, no. 2, p. 8, 2021.
- [11] N. B. Wibowo and D. Anubhakti, “Sistem Informasi Penunjang Keputusan Penentuan Guru Terbaik Pada Sekolah Smp Islam Al Hikmah Dengan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp),” *IDEALIS Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 486–491, 2020, doi: 10.36080/idealis.v3i1.2152.
- [12] Y. Anggraini, D. Pasha, and A. Damayanti Setiawan, “Sistem Informasi Penjualan Sepeda Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter (Studi Kasus : Orbit Station),” *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 1, no. 2, pp. 64–70, 2020.
- [13] D. F. Ariefni and M. B. Legowo, “Penerapan Konsep Monitoring dan Evaluasi Dalam Sistem Informasi Kegiatan Mahasiswa Di Perbanas Institute Jakarta,” *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 4, no. 3, pp. 422–432, 2018.