

PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN CMS (CONTENT MANAGEMENT SYSTEM) PADA BUTIK DWEEVA

Muhammad Fahrur Rasyaa Putraitto¹, Saipul Anwar, S.Kom., M.Kom.²

Universitas Tanri Abeng

Fahrur.rasyaa@student.tau.ac.id¹, Saipul@tau.ac.id²

Abstract-- In the development of technology, business actors are required to be able to provide fast services, increase productivity, convenience and create quality products, so that they can reach a wide market share. E-commerce is one of the technologies that is developing rapidly on the internet, E-commerce is an alternative business that can provide convenience in presenting information to consumer needs. Dweeva Boutique Muslim fashion is a business engaged in Muslim fashion. The existing problems are still using a manual system in collecting goods and existing business process activities, there is no system to inform product details, product prices, product sizes, and product stocks, making it difficult for customers to find information on the goods they want to buy, and there are no reports of best-selling products, making it difficult for employees to record goods. The methods used in building and designing e-commerce, analysis methods and development methods. The analysis methods used are the Business Model Canvas (BMC) and SWOT Analysis, the development methods used are the Rapid Application and Development (RAD) Method. The business model used is Business to Consumer (B2C), discussing the provision of product catalogs, product orders, product transactions, confirming payment, and product reports. This research resulted in a website-based e-commerce system, which is expected to help facilitate existing business process activities and increase sales and can reach a wider market share at Dweeva Boutique.

Keywords — E-commerce, CMS, BMC, SWOT, B2C

Abstrak— Dalam perkembangan teknologi para pelaku usaha dituntut untuk bisa memberikan pelayanan yang cepat, meningkatkan produktivitas, kemudahan serta menciptakan produk yang berkualitas, sehingga dapat menjangkau pangsa pasar yang luas. E-commerce merupakan salah satu teknologi yang berkembang secara pesat dalam internet, e-commerce merupakan alternatif bisnis yang dapat memberikan kemudahan dalam penyajian informasi terhadap kebutuhan konsumen. Butik Dweeva fashion muslimah merupakan usaha yang bergerak dibidang fashion muslimah. Permasalahan yang ada yaitu, masih menggunakan sistem manual dalam pendataan barang dan kegiatan bisnis proses yang ada, belum adanya sistem untuk menginformasikan detail produk, harga produk, ukuran produk, serta stok produk sehingga menyulitkan pelanggan dalam mencari informasi barang yang ingin dibeli, serta tidak terdapatnya laporan produk terlaris sehingga menyulitkan pegawai dalam mendata barang. Metode yang digunakan dalam membangun dan merancang e-commerce meliputi, metode analisis dan metode pengembangan. Metode analisis yang digunakan yaitu, Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT, metode pengembangan yang digunakan yaitu Metode Rapid Application and Development (RAD). Model bisnis yang digunakan merupakan Business to Consumer (B2C), membahas pembuatan katalog produk, pemesanan produk, transaksi produk, konfirmasi pembayaran, serta laporan produk. Penelitian ini menghasilkan sistem e-commerce berbasis website, yang diharapkan dapat membantu mempermudah kegiatan bisnis proses yang ada dan meningkatkan penjualan serta dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas pada Butik Dweeva.

Kata kunci — E-commerce, CMS, BMC, SWOT, B2C

I. PENDAHULUAN

Perkembangan internet serta teknologi belakangan ini mengubah pandangan dalam dunia bisnis, beberapa perusahaan di Indonesia banyak memanfaatkan dan bergantung pada internet untuk membantu proses bisnis mereka, hal ini dapat dilihat dengan meningkatnya transaksi jual-beli secara online (e-commerce).

E-commerce merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan pada saat ini, dikarenakan e-commerce dapat memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual maupun dari pihak pelanggan dalam melakukan transaksi perdagangan atau jual beli (Maulana et al 2015).

Butik Dweeva fashion muslimah merupakan usaha yang bergerak dibidang fashion muslimah. Dalam kesehariannya, Dweeva memanfaatkan penjualan offline dan online/marketplace, seperti Tokopedia dan Shopee, juga masih menggunakan sistem manual dalam pendataan barang dan kegiatan bisnis proses yang ada, serta tidak terdapatnya sistem untuk menginformasikan detail produk, harga produk, ukuran produk, serta stok produk sehingga menyulitkan pelanggan dalam mencari informasi barang yang ingin dibeli, tidak terdapatnya laporan untuk produk terlaris sehingga pemilik dan pegawai susah mengenali produk apa saja yang diminati para pembeli serta kurang maksimalnya dalam mencari data penjualan sehingga pegawai kesulitan untuk mengenali barang serta tidak dapat melakukan pencarian barang dengan cepat. Seiring berjalannya waktu, penjualan melalui offline dan online yang ada belum mengalami perkembangan yang signifikan.

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk analisis serta pengembangan e-commerce Dweeva menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) serta analisis SWOT sehingga dapat diketahui apa saja kekurangan serta membantu dalam perancangan bisnis proses yang ada pada Dweeva.

II. METODE PENELITIAN

Terdapat beberapa metode penelitian yang digunakan:

A. Metode Pengumpulan Data

A.1 Observasi

Pada tahap ini dilakukan pengamatan dan peninjauan langsung terhadap lokasi penelitian yang beralamat di Butik Dweeva kawasan Ruko Premier Park 2 No. C-12, Cikokol, Kota Tangerang.

A.2 Wawancara

Pada tahap ini dilakukan wawancara terbuka terhadap pemilik dan pegawai Butik Dweeva, mengenai perancangan website e-commerce serta hal apa saja yang diperlukan terhadap website tersebut.

A.3 Studi Pustaka

Pada tahap ini dilakukan pencarian data dan pengumpulan informasi yang dapat digunakan untuk merancang website e-commerce, dengan cara membaca dan mempelajari literatur, buku-buku dan karya ilmiah yang berhubungan dengan penulisan penelitian ini.

B. Metode Analisa dan Perancangan

Metode yang digunakan dalam penulisan penelitian ini meliputi dua bagian pokok yaitu Metode Analisis dan Metode Perancangan.

B.1 Metode Analisis

B.1.1 Analisis Proses Bisnis

Pada tahap ini metode yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini merupakan metode *Business Model Canvas* (BMC) yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis dan mengembangkan model bisnis. Terdapat sembilan elemen yakni, *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, *cost structure*, dan *revenue streams*.

B.1.2 Analisis Sistem Berjalan

Pada tahap ini penulis melakukan analisis bisnis menggunakan metode analisis SWOT. Dengan menganalisis faktor internal (*strengths and weakness*) dan faktor eksternal (*opportunity and threats*).

Analisis SWOT merupakan suatu strategi untuk perencanaan bisnis yang digunakan untuk mengevaluasi proses bisnis berupa kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman yang terjadi di sebuah usaha bisnis atau mengidentifikasi usaha pesaing.

B.2 Metode Perancangan dan Pengembangan Sistem

Metode pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode pengembangan perangkat lunak *Rapid Application Development (RAD)*. RAD merupakan model proses perangkat lunak yang menekankan pada daur pengembangan hidup yang singkat. RAD merupakan versi adaptasi cepat dari model *waterfall*, dengan menggunakan pendekatan konstruksi komponen. RAD memiliki 3 tahapan pengembangan sistem yang terdiri dari *Requirements Planning, Design Workshop, Implementation*.



Gambar 1. *Rapid Application and Development*

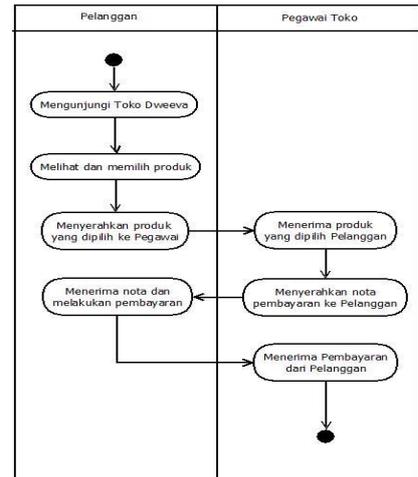
C. Implementasi Sistem E-Commerce

Dalam tahap implementasi sistem E-commerce peneliti menggunakan 2 tahapan implementasi, yaitu eksplorasi dan implementasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Sistem yang Berjalan

Berikut merupakan prosedur sistem yang berjalan saat ini pada Butik Dweeva dari pelanggan datang hingga selesai:

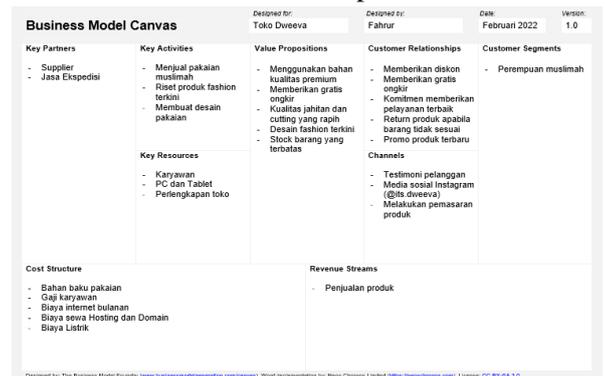


Gambar 2. Activity diagram Berjalan

Gambar 2. merupakan aktivitas dari sistem yang berjalan saat ini. Activity diagram proses yang berjalan menjelaskan pelanggan datang langsung ke Butik Dweeva lalu pelanggan melihat-lihat produk, menentukan jenis pakaian yang akan dibeli dan yang terakhir pelanggan menanyakan informasi harga produk yang akan dibeli. Setelah itu pegawai toko memberikan informasi terkait harga produk yang akan dibeli, jika pelanggan tidak setuju maka pelanggan melihat-lihat kembali dan menentukan jenis produk pakaian yang akan dibeli, jika pelanggan setuju maka pegawai toko akan membuatkan nota pembayaran, selanjutnya pelanggan melakukan pembayaran dan menerima produk pakaian dari pegawai toko.

B. Business Model Canvas

Berikut adalah hasil dari analisis BMC yang dipakai untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi model bisnis yang telah ada untuk dikembangkan dan diterapkan dalam pembuatan website e-commerce pada Dweeva.



Gambar 3. Business Model Canvas

C. Analisis SWOT

Analisis ini digunakan untuk mencari strategi dengan menggunakan kekuatan (*stenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Analisis ini juga untuk mencari strategi dengan memanfaatkan kekuatan (*strengths*) yang ada untuk mengambil peluang (*opportunity*) yang tersedia pada Butik Dweeva (strategi S-O). Serta mengoptimalkan kekuatan (*strengths*) yang dimiliki untuk mengatasi ancaman (*threats*) yang ada pada Butik Dweeva (strategi S-T). Selain itu analisis ini untuk memanfaatkan peluang (*opportunity*) untuk mengatasi kelemahan (*weakness*) yang dimiliki (strategi W-O), serta mengoptimalkan dalam mengatasi ancaman (*threats*) yang ada pada Butik Dweeva (strategi W-T).

Faktor Eksternal	Faktor Internal	STRENGTH	WEAKNESS
		1. Menggunakan bahan premium. 2. Produk nyaman dipakai dan dapat digunakan dalam berbagai kegiatan. 3. Desain mengikuti trend fashion terkini.	1. Mahalnya harga bahan baku. 2. Brand belum dikenal secara luas.
	OPPORTUNITY	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
		1. Menjadikan trend busana muslim. 2. Lokasi toko yang strategis. 3. Target pasar anak muda hingga orang dewasa.	Memperluas promosi produk melalui sosial media untuk menarik minat pelanggan dan memberikan penawaran yang menarik.
	THREATS	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
		1. Banyaknya bisnis fashion serupa. 2. Produk mudah ditiru pesaing. 3. Persaingan harga sesama pebisnis.	Meningkatkan citra brand Dweeva sehingga dapat dikenal masyarakat secara luas.

Gambar 4. Analisis SWOT

Gambar 4. merupakan analisis strategi SWOT dari penjualan dan pemasaran Butik Dweeva. Analisis ini diharapkan dapat menjadi gambaran terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari Butik Dweeva.

C.1 Analisis kekuatan dan kelemahan

Tabel 1. Analisis kekuatan dan kelemahan

	Kekuatan	Kelemahan
1.	Menggunakan bahan premium.	Mahalnya harga bahan baku.
2.	Produk nyaman dipakai dan dapat digunakan dalam berbagai kegiatan	Brand belum dikenal secara luas.
3.	Desain mengikuti trend fashion terkini.	

C.2 Analisis peluang dan ancaman

Tabel 2. Analisis peluang dan ancaman

	Peluang	Ancaman
1.	Menjadikan trend busana muslim.	Banyaknya bisnis fashion serupa.
2.	Lokasi toko yang strategis.	Produk mudah ditiru pesaing.
3.	Target pasar anak mudan orang dewasa.	Persaingan harga sesama pebisnis.

C.3 Analisis Strategis Faktor Internal

	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Scor
	a. Kekuatan			
1.	Menggunakan bahan premium	0.25	7	1.75
2.	Produk nyaman dipakai dan dapat digunakan dalam berbagai kegiatan	0.20	7	1.4
3.	Desain mengikuti trend fashion terkini	0.25	6	1.5
	Total			4.65
	b. Kelemahan			
1.	Mahalnya harga bahan baku	0.15	4	0.6
2.	Brand belum dikenal secara luas	0.15	4	0.6
	Total			1.2

Gambar 5. Analisis strategis faktor internal

C.4 Analisis Strategis Faktor Eksternal

	Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Scor
	a. Peluang			
1.	Menjadikan trend busana muslim	0.20	6	1.2
2.	Lokasi toko yang strategis	0.25	7	1.75
3.	Target pasar anak muda hingga orang dewasa	0.15	7	1.05
	Total			4
	b. Ancaman			
1.	Banyaknya bisnis fashion serupa	0.15	3	0.45
2.	Produk mudah ditiru pesaing	0.15	4	0.6
3.	Persaingan harga sesama pebisnis	0.10	3	0.3
	Total			1.35

Gambar 6. Analisis strategis factor eksternal

Faktor Internal 1.2

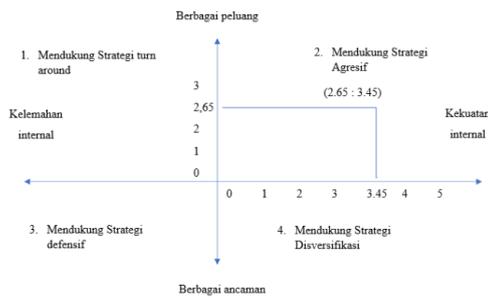
Faktor Eksternal 1.35

Hasil Analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang sesuai dengan Butik Dweeva adalah strategi agresif. Dimana harus meningkatkan pelayanan dan jangkauan pasar yang lebih luas.

Analisis yang didapat pada Tabel Matrik di atas menunjukkan nilai total skor dari masing – masing factor dapat dirinci sebagai berikut :

- Strength : 4.65**
- Weakness : 1.2**
- Opportunity : 4**
- Threats : 1.35**

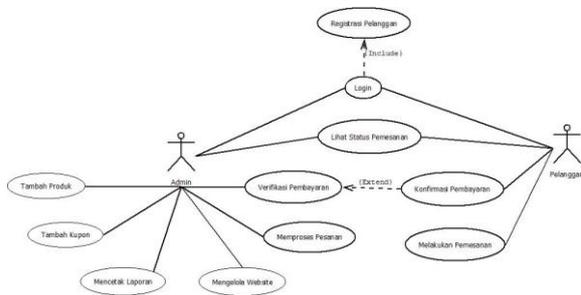
Maka diketahui nilai Strength di atas nilai Weakness, dengan selisih (+) 3.45 dan nilai Opportunity di atas nilai threats dengan selisih (+) 2.65, dari hasil identifikasi factor – factor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram cartesius SWOT yang dilihat pada :



Gambar 7. Diagram Cartesius SWOT

Jadi, dari hasil analisis tersebut maka didapatkan bahwa posisi strategi berada di kuadran I (positif, positif) (dapat dilihat pada gambar 4.4). Posisi ini menentukan sebuah usaha atau organisasi yang kuat dan berpeluang.

D. Use Case Diagram

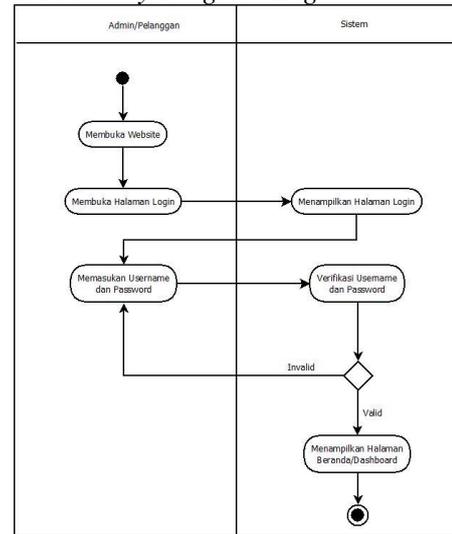


Gambar 8. Use Case diagram

Berdasarkan gambar di atas merupakan diagram yang digunakan untuk merancang sistem dengan menggambarkan interaksi aktor pengguna dengan sistem.

E. Activity Diagram

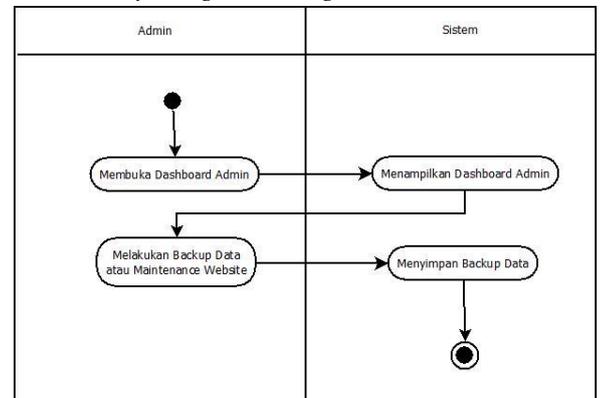
E.1 Activity Diagram Login



Gambar 9. Activity diagram login

Activity diagram proses login ini menjelaskan admin/pelanggan membuka halaman Website Butik Dweeva lalu melakukan login dengan menginput username dan password yang dibuat pada saat melakukan pembuatan Website, jika username atau password tidak benar maka sistem akan kembali minta memasukan username atau password, jika username dan password benar maka admin/pelanggan berhasil login dan sistem akan menampilkan halaman beranda atau dashboard admin.

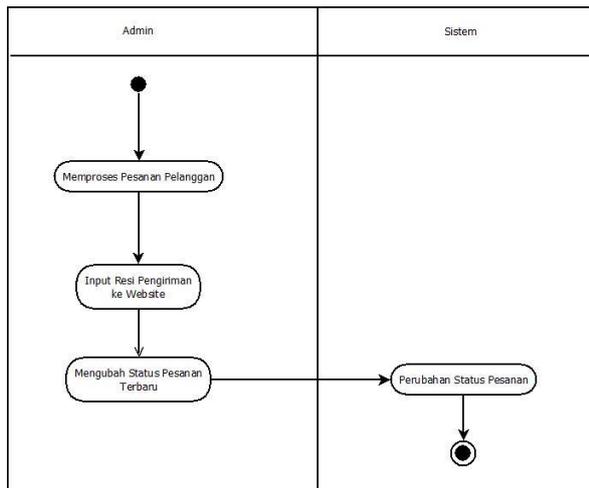
E.2 Activity Diagram Mengelola Website



Gambar 10. Activity diagram mengelola website

Activity diagram proses ini menjelaskan admin membuka dashboard admin, kemudian mengelola website seperti melakukan backup data dan maintenance, lalu sistem menyimpan data yang telah dibackup.

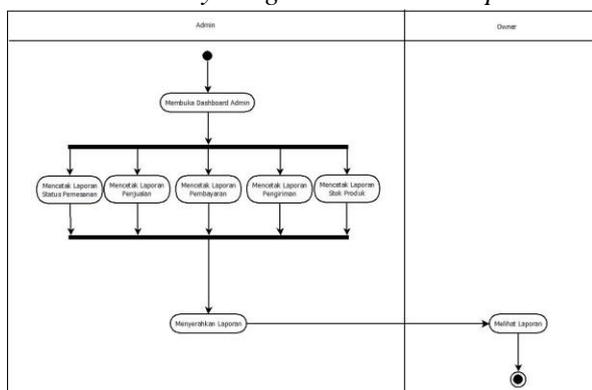
E.3 Activity Diagram Memproses Pesanan



Gambar 11. Activity diagram memproses pesanan

Activity diagram memproses pesanan menjelaskan alur pengiriman produk menggunakan jasa ekspedisi sampai produk tersebut diterima oleh pelanggan. admin akan memproses pesanan pelanggan lalu barang akan diantarkan ke pihak jasa ekspedisi. Setelah itu pihak jasa ekspedisi akan memasukkan data-data pengiriman produk dan memberikan nomor resi kepada admin. Lalu admin akan memasukan nomer resi dan mengubah status pesanan pada website dan sistem akan mengubah status pesanan pelanggan.

E.4 Activity Diagram Mencetak Laporan

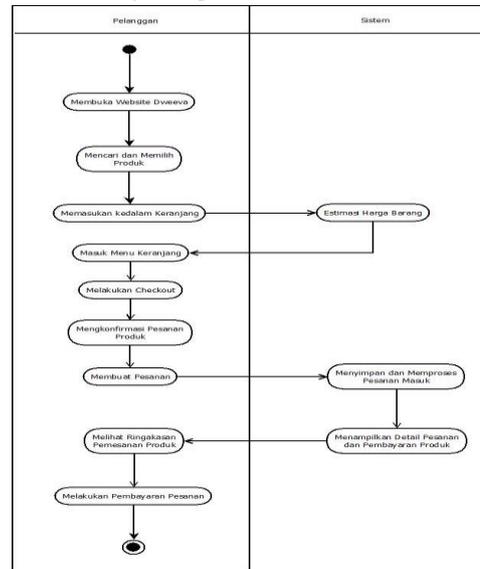


Gambar 12. Activity diagram mencetak laporan

Activity diagram Mencetak laporan menjelaskan kegiatan admin dari mempersiapkan laporan (mencetak) sampai memberikan laporan tersebut kepada pemilik Butik Dweeva. Admin masuk ke Website halaman dashboard admin Butik Dweeva untuk mencetak laporan status pemesanan, laporan stok produk, laporan penjualan, laporan

pembayaran dan laporan pengiriman. Lalu admin akan menyerahkan laporan tersebut kepada pemilik Butik Dweeva.

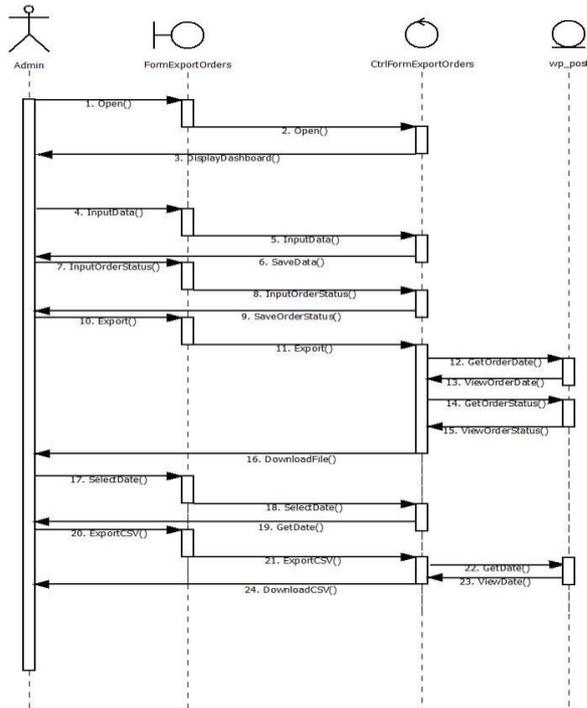
E.5 Activity Diagram Melakukan Pemesanan



Gambar 13. Activity diagram melakukan pemesanan

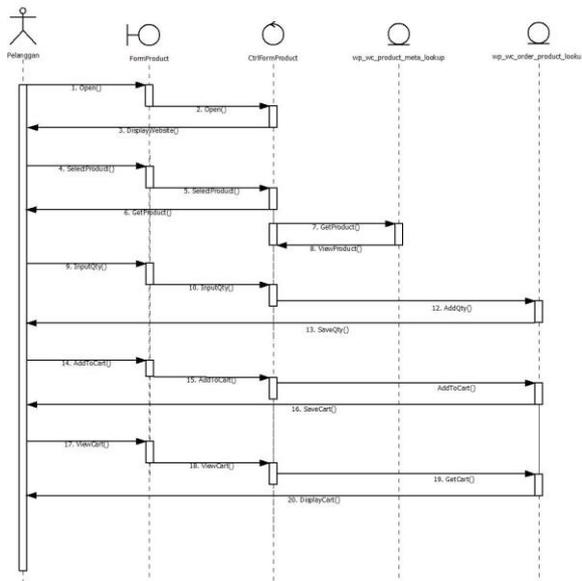
Activity diagram melakukan pemesanan menjelaskan interaksi pelanggan dengan sistem. Pelanggan membuka halaman Website Dweeva, pelanggan memilih dan menentukan produk yang ada di Website, setelah itu pelanggan akan memasukkan berapa jumlah produk yang akan ia pesan lalu pelanggan mengklik tombol tambah ke keranjang, setelah itu sistem otomatis menjumlahkan total harga estimasi sementara pada produk yang akan dibeli. Selanjutnya pelanggan masuk ke menu keranjang yang ada, pada halaman ini pelanggan dapat melihat daftar produk yang dipilih, pelanggan juga dapat mengubah jumlah produk yang akan dipesan. Setelah itu pelanggan melakukan proses Checkout dengan cara mengklik tombol lanjutkan ke Checkout. Lalu pelanggan diminta untuk mengkonfirmasi pesanan produk termasuk data serta alamat pengiriman agar tidak terjadi kesalahan. Setelah itu pelanggan mengklik tombol buat pesanan, lalu sistem akan menyimpan dan memproses pesanan si pelanggan, sistem juga akan membuat detail pemesanan pelanggan serta pembayarannya lalu pelanggan tadi akan diarahkan menuju halaman yang berisi tentang informasi ringkasan pesanan untuk selanjutnya pelanggan melakukan proses pembayaran dan konfirmasi pembayaran.

F.4 Sequence Diagram Mencetak Laporan



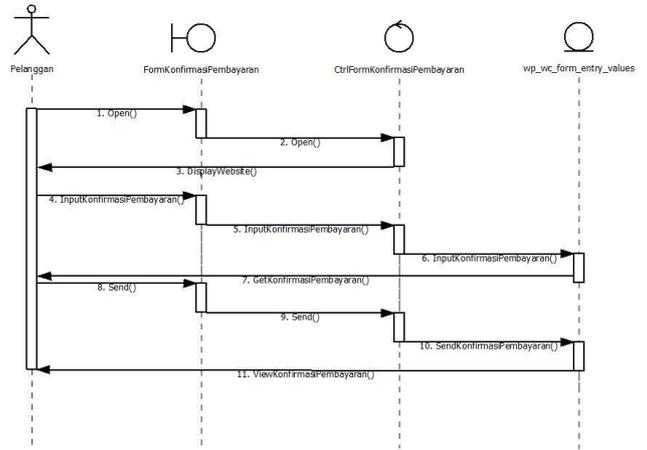
Gambar 18. Sequence diagram mencetak laporan

F.5 Sequence Diagram Melakukan Pemesanan



Gambar 19. Sequence diagram melakukan pemesanan

F.6 Sequence Diagram Konfirmasi Pembayaran



Gambar 20. Sequence diagram konfirmasi pembayaran

G. Desain Interface

Desain Interface adalah sebuah gambaran suatu sistem atau aplikasi yang akan dibangun oleh Developer. Interface harus digambarkan dengan baik agar user mudah memahami kegunaan setiap menu yang ada pada sistem (User Friendly). Berikut ini adalah Desain Interface dari website Dweeva dengan alamat website <https://Dweeva.com>.

G.1 Login Pelanggan

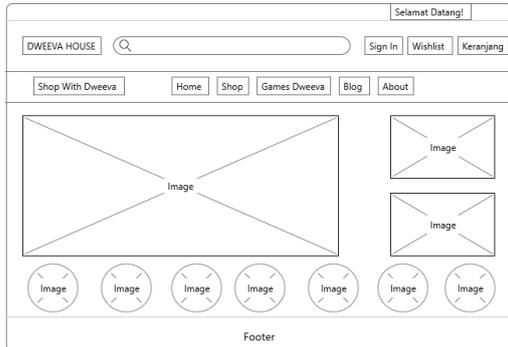
Desain Interface Login Pelanggan berfungsi untuk pelanggan yang ingin melakukan pembelian melalui website Dweeva dengan mengisi username dan password yang telah didaftarkan.



Gambar 21. Desain Interface Login Pelanggan

G.2 Menu Beranda

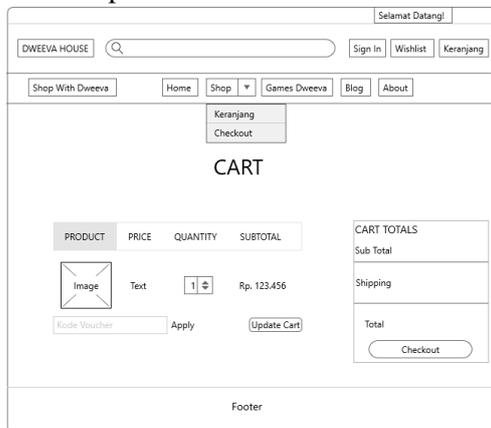
Desain Interface Menu Beranda merupakan tampilan awal ketika pengunjung/pelanggan membuka *website* Dweeva.



Gambar 22. Desain Interface Menu Beranda

G.3 Menu Keranjang

Desain Interface Menu Keranjang merupakan halaman yang berfungsi untuk menyimpan produk apabila pelanggan ingin melakukan pembelian melalui *website*.



Gambar 23. Desain Interface menu keranjang

G.4 Menu Shop

Desain Interface Menu Shop berfungsi sebagai halaman yang menampilkan produk-produk yang ada pada *website*.



Gambar 24. Desain Interface menu shop

H. Testing

Testing yang digunakan dalam pengujian ini merupakan black box testing. Black box testing merupakan pengujian terhadap input dan output pada aplikasi.

Dalam pengujian sistem yang dilakukan, penulis mengikutsertakan 3 orang penguji yang terdiri dari 2 orang dari organisasi Butik Dweeva dan 1 orang rekan, yaitu:

A : Admin Dweeva 1

B : Admin Dweeva 2

C : Rekan

H.1 Pengujian Login

NO	Test Case	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian			Kesimpulan
			A	B	C	
1	Membuka halaman login	Sistem akan menampilkan halaman login	√	√	√	Valid
2	Memasukkan Username dan Password yang benar	Sistem akan memverifikasi data dan menampilkan Halaman beranda/dashboard	√	√	√	Valid
3	Memasukkan Username dan Password yang salah	Sistem akan meminta data yang benar	√	√	√	Valid

Gambar 25. Pengujian login

H.2 Pengujian mengelola website

NO	Test Case	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian			Kesimpulan
			A	B	C	
1	Membuka dashboard admin	Sistem akan membuka halaman dashboard	√	√	√	Valid
2	Menampilkan dashboard admin	Sistem akan menampilkan dashboard admin	√	√	√	Valid
3	Melakukan backup data terbaru	Sistem akan mendownload data yang dibackup	√	√	√	Valid

Gambar 26. Pengujian mengelola website

H.3 Pengujian Verifikasi Pembayaran

NO	Test Case	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian			Kesimpulan
			A	B	C	
1	Membuka dashboard admin	Sistem akan membuka halaman dashboard	√	√	√	Valid
2	Membuka halaman Verifikasi Pembayaran	Sistem akan membuka halaman Verifikasi Pembayaran	√	√	x	Valid
3	Melakukan Verifikasi Pembayaran	Sistem akan menyimpan data kupon	x	x	x	Tidak Valid

Gambar 27. Pengujian verifikasi pembayaran

H.4 Pengujian Mencetak Laporan

NO	Test Case	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian			Kesimpulan
			A	B	C	
1	Membuka dashboard admin	Sistem akan membuka halaman dashboard	√	√	√	Valid
2	Mencetak laporan status pesanan	Sistem akan mencetak laporan status pesanan	√	√	√	Valid
3	Mencetak laporan penjualan	Sistem akan mencetak laporan penjualan	√	√	√	Valid
4	Mencetak laporan pembayaran	Sistem akan mencetak laporan pembayaran	x	x	x	Tidak Valid
5	Mencetak laporan pengiriman	Sistem akan mencetak laporan pengiriman	√	√	√	Valid
6	Mencetak laporan stok produk	Sistem akan mencetak laporan produk	√	√	√	Valid

Gambar 28. Pengujian mencetak laporan

H.5 Pengujian Melakukan Pemesanan

NO	Test Case	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian			Kesimpulan
			A	B	C	
1	Membuka Website	Sistem akan menampilkan halaman beranda	√	√	√	Valid
2	Mencari dan memilih produk	Sistem akan menampilkan produk	√	√	√	Valid
3	Memasukan kedalam keranjang	Sistem memasukan produk kedalam keranjang	√	√	√	Valid
4	Estimasi harga barang	Sistem membuat hasil estimasi harga	√	√	√	Valid
5	Masuk menu keranjang	Sistem menampilkan menu keranjang	√	√	√	Valid
6	Melakukan checkout	Sistem masuk kedalam menu konfirmasi pesanan	√	√	√	Valid
7	Mengkonfirmasi pesanan	Sistem akan memproses konfirmasi pesanan	√	√	√	Valid
8	Membuat pesanan	Sistem akan menyimpan pesanan	√	√	√	Valid
9	Menampilkan detail pesanan dan pembayaran	Sistem akan menampilkan detail pesanan dan pembayaran	√	√	√	Valid
10	Melihat ringkasan pemesanan produk	Sistem akan membuat dan menampilkan ringkasan pemesanan	√	√	√	Valid

Gambar 29. Pengujian melakukan pemesanan

H.6 Pengujian Konfirmasi Pembayaran

NO	Test Case	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian			Kesimpulan
			A	B	C	
1	Membuka website	Sistem akan menampilkan halaman beranda	√	√	√	Valid
2	Membuka halaman konfirmasi pembayaran	Sistem akan membuka halaman konfirmasi pembayaran	√	√	√	Valid
3	Mengisi form konfirmasi pembayaran	Sistem akan menampilkan form konfirmasi pembayaran	x	x	x	Tidak Valid
4	Klik konfirmasi pembayaran	Sistem akan menyimpan konfirmasi pembayaran	x	x	x	Tidak Valid

Gambar 30. Pengujian konfirmasi pembayaran

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dengan adanya fitur katalog produk, deskripsi produk dan informasi mengenai stok produk yang terupdate pada sistem E-commerce Butik Dweeva maka dalam proses penjualan akan lebih maksimal dan memudahkan pelanggan untuk mengetahui detail produk yang dijual.
2. Dengan adanya fitur cetak laporan pada sistem e-commerce maka mempermudah admin dalam merekapitulasi laporan.
3. Pada pengujian menggunakan Black-box Testing terdapat beberapa hasil yang tidak diharapkan dimana kegagalan tersebut disebabkan karena kesalahan plugin sistem yang terinstal dan mengakibatkan sistem tidak dapat berfungsi dengan baik. Sedangkan tingkat keberhasilan saat pengujian tersebut mencapai 80% yang artinya sistem tergolong kedalam sistem yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdulloh, R., 2016. *Trik Mudah Membuat CMS Website dari Nol*. Elex Media Komputindo.
- [2] Andri, K., 2018. Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya. *Yogyakarta: Gava Media*.
- [3] Azhar, S., 2013. Sistem Informasi Akuntansi. *Bandung: Lingga Jaya*.
- [4] Kotler, P. and Armstrong, G., 2002. Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sandoro dan Benyamin Molan. *Jakarta: Prenhalindo*.
- [5] Krismiaji, D., 2015. Sistem informasi akuntansi. *Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN: Yogyakarta*.
- [6] Osterwalder, A. and Pigneur, Y., 2010. *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers* (Vol. 1). John Wiley & Sons.
- [7] Rangkuti, F., 2014. *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- [8] Romney, M. B., & Steinbart, P. J. 2016. Sistem Informasi Akuntansi. *Jakarta: Salemba Empat*.
- [9] Suendri, S., 2019. Implementasi Diagram UML (Unified Modelling Language) Pada Perancangan Sistem Informasi Remunerasi Dosen Dengan Database Oracle (Studi Kasus: UIN Sumatera Utara Medan). *Algoritma: Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika*, 3(1), 1-9.
- [10] Sutabri, T., 2012. *Analisis sistem informasi*. Yogyakarta: Andi.