

Pengembangan Sistem Marketing Produk Handmade Berbasis E-Commerce Dengan Metode FAST (Studi Kasus : Handmade By Rens)

Linda Wahyu Widianti¹, Muhammad Khusairi², Sunny Arief Sudiro³

^{1,2,3} Sistem Informasi, STMIK Jakarta STI&K

Jl. Bri Radio Dalam No.17, RT.14/RW.3, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

¹lindawewe100@gmail.com, ²muhhammadkhusairi57@gmail.com, ³sunnyarief@yahoo.com

Abstract

The e-Commerce-based handmade product marketing system is a web-based system that is useful for assisting customers in ordering handmade products. Currently Handmade By Rens delivery of product sales information is still using Instagram and Facebook media facilities. This is what makes the obstacles faced related to the media. Therefore, with the development of technology, it encourages researchers to create an e-commerce-based system development that can help customers who want to order Handmade By Rens products. The design process uses a Business Use-case Model, Navigation Structure and Unified Modelling Language (UML). Making this system using programming languages (HTML, CSS, PHP, JavaScript), jQuery as a library, MySQL as a database, and Bootstrap as a framework. Of the three (3) browsers that have been tested (Google Chrome, Mozilla Firefox, Microsoft Edge) this system runs well on the Mozilla Firefox browser with an access speed of 0.0127 seconds. the results of the user response test have been accumulated as a whole getting the results of 2,306 total score points so that it gets a percentage of 92.24%. With this system, Handmade By Rens customers can easily order handmade products online anytime and anywhere.

Keyword: Marketing System, Handmade, e-Commerce

Abstrak

Sistem marketing produk handmade berbasis e-Commerce merupakan sistem berbasis web yang berguna untuk membantu pelanggan dalam memesan produk handmade. Saat ini penyampaian informasi penjualan produk Handmade By Rens masih menggunakan fasilitas media Instagram dan Facebook. Hal inilah yang membuat kendala yang dihadapi terkait dengan media. Oleh karena itu dengan berkembangnya teknologi mendorong peneliti untuk membuat suatu pengembangan sistem berbasis e-commerce yang dapat membantu pelanggan yang ingin memesan produk Handmade By Rens. Proses perancangan menggunakan Business Use-case Model, Navigation Structure dan Unified Modeling Language (UML). Pembuatan sistem ini menggunakan bahasa pemrograman (HTML, CSS, PHP, JavaScript), jQuery sebagai library, MySQL sebagai database, dan Bootstrap sebagai framework. Dari 3 (tiga) browser yang telah diuji (Google Chrome, Mozilla Firefox, Microsoft Edge) sistem ini berjalan dengan baik pada browser Mozilla Firefox dengan kecepatan akses 0,0127 detik. hasil uji respon pengguna yang telah diakumulasikan secara keseluruhan mendapatkan hasil skor total 2.306 poin sehingga mendapat persentase sebesar 92,24%. Dengan sistem ini, pelanggan Handmade By Rens dapat dengan mudah memesan produk handmade secara online kapan saja dan dimana saja.

Kata Kunci: Sistem Marketing, Handmade, e-Commerce

I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi di era komputerisasi seperti sekarang ini semakin pesat dan membawa dampak transformasional di berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Secara tidak langsung, teknologi ini berkembang pesat. Saat ini masyarakat tidak lepas dari perkembangan teknologi, baik berupa pekerjaan, sekolah maupun dalam bentuk hiburan.

Pengembangan sistem (system development) adalah menyusun sistem baru untuk menggantikan sistem lama secara keseluruhan atau memperbaiki sistem yang sudah ada. Ada beberapa prinsip pengembangan sistem yaitu (Tim Universitas Gunadarma, 2016).

Pemasaran adalah mengelola pasar untuk menghasilkan pertukaran dan hubungan, dengan tujuan menciptakan nilai, memuaskan kebutuhan dan keinginan. Seseorang atau kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkannya, dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan orang lain. Sedangkan pasar adalah sekumpulan pembeli aktual dan potensial dari suatu produk. Pembeli ini memiliki kebutuhan atau keinginan yang sama yang dapat dipuaskan melalui pertukaran dan hubungan. Pemasaran adalah segala kegiatan usaha yang berkaitan dengan arus pengiriman barang atau jasa dari produsen ke konsumen (Radna, 2019).

Handmade By Rens adalah usaha yang bergerak di bidang penjualan produk kerajinan tangan secara online. Produk yang dijual oleh Handmade By Rens semuanya merupakan produk kerajinan tangan. Berbagai macam produk kerajinan tersedia di Handmade By Rens seperti boneka, tas, kotak tisu, tutup botol, bros, dan gantungan.

Buatan tangan adalah barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan, buatan tangan ini adalah karya seni yang menghasilkan barang-barang yang berguna dan dekoratif yang dibuat dengan tangan atau oleh seseorang yang memiliki pengamatan langsung terhadap hasil selama pembuatan. Handmade, yang dalam penerapannya semua produk yang dipasarkan adalah buatan tangan oleh pengrajin handmade (Adi, 2015).

Sistem penjualan di Handmade By Rens saat ini masih tergolong kecil dimana sistem penjualannya masih menggunakan media Instagram dan Facebook. Dalam pencatatan transaksi penjualan di Handmade By Rens masih menggunakan manual, sehingga membutuhkan waktu dalam pembuatan laporan. Dengan menggunakan fasilitas Instagram dan Facebook sebagai sarana promosi, ruang lingkup penjualan masih kecil, karena hanya orang-orang yang tergabung dalam Instagram dan Facebook Handmade By Rens yang dapat mengetahui informasi tentang produk baru mereka.

e-Commerce merupakan arena transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. Tidak dapat dipungkiri bahwa arena jual beli di dunia maya terbentuk karena jutaan komputer terhubung dalam satu jaringan raksasa (internet).

e-Commerce sebagai perdagangan elektronik dimana untuk transaksi perdagangan baik jual beli dilakukan secara elektronik pada jaringan internet. Ada beberapa konsep dasar yang dimiliki oleh e-Commerce. Kegiatan E-Commerce mencakup banyak hal untuk membedakannya, e-Commerce terbagi menjadi beberapa jenis yaitu Business-to-Business (B2B), Business-to-Consumer (B2C), Consumer-to-Consumer (C2C), Consumer-to-Consumer (B2C), Consumer-to-Consumer (C2C), -Bisnis (C2B), Bisnis-ke-Administrasi (B2A), Konsumen-ke-Administrasi (C2A), Online-ke-Offline (O2O). E-commerce yang dimaksud dalam penelitian ini termasuk dalam kategori Business to Consumer (B2C), yang meliputi transaksi jual, beli dan pemasaran kepada pembeli individu yaitu (Rintho, 2018).

Diperlukan sistem penjualan berbasis e-Commerce agar pelanggan dapat lebih mudah mengetahui informasi produk, harga, stok, dan lain-lain terutama di era teknologi yang sangat canggih seperti sekarang ini. Dengan menggeser sistem pemasaran produk kerajinan ke ranah e-commerce, potensinya akan terbuka lebar. Produk kerajinan ini dapat dipasarkan dengan biaya yang lebih luas, pengoperasian yang lebih murah, serta pengelolaan transaksi dan laporan pendapatan yang lebih mudah.

Dalam proses pembuatan website e-commerce ini menggunakan tools Visual Studio Code sebagai text editor, XAMPP sebagai server, Google Chrome sebagai browser, (PHP, JavaScript, HTML, CSS) sebagai bahasa pemrograman, dan jQuery sebagai library untuk mendukung proses pembuatan e-commerce dan Bootstrap sebagai framework.

II. Metodologi Penelitian

Pengumpulan data adalah suatu metode yang digunakan dalam menganalisis data dan membuat informasi yang akan digunakan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi.

1. Wawancara

Proses wawancara dilakukan dengan cara datang ke lokasi untuk menemui pemilik untuk meminta izin melakukan penelitian dan mewawancarai pemilik dalam rangka pengumpulan data-data yang diperlukan.

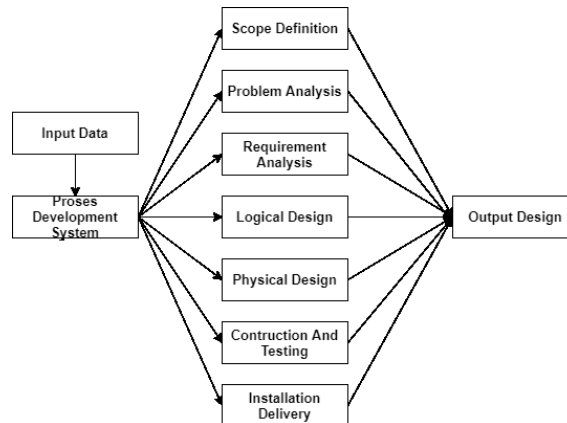
2. Pengamatan

Proses observasi dilakukan dengan melihat langsung ke objek-objek yang dibutuhkan untuk mendapatkan data pendukung untuk mendukung pengembangan sistem baru.

3. tinjauan literatur

Proses studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca literatur dari buku-buku dan mengambil teori-teori dari jurnal atau penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Gambar 1. menunjukkan metode penelitian dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama adalah input data yang akan digunakan untuk mengelola data yang dibutuhkan. Tahap kedua adalah proses pengembangan sistem dan desain keluaran.



Gambar 1. Tahapan proses penelitian

Proses pengembangan sistem yang digunakan adalah Metode FAST (Framework for the Application of System Thinking) adalah kerangka kerja cerdas yang fleksibel untuk menyediakan berbagai jenis proyek dan strategi. FAST berbeda dengan metodologi lain karena tidak bersifat preskriptif atau tidak bergantung pada peraturan yang berlaku. Dalam FAST, hal pertama yang harus dilakukan adalah mengambil pendekatan pemecahan masalah seperti memahami dan mengenali masalah seperti apa yang Anda hadapi dan menentukan solusinya (Mei, 2020).

Pengembangan sistem informasi dilakukan dengan menggunakan metodologi proses pengembangan sistem yang disebut FAST (Framework for the Application of System Thinking) yang merupakan pendekatan yang menggabungkan semua pendekatan di atas untuk menganalisis suatu sistem informasi. FAST mendefinisikan langkah-langkah untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi masalah, peluang, kendala yang terjadi, dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan. Pengembangan ini merupakan siklus hidup karena setelah menyelesaikan tahap implementasi dan pemeliharaan, sistem akan memberikan umpan balik terhadap analisis sistem yang telah dirancang. Sehingga tahapan pengembangan di atas terus dilakukan demi perbaikan sistem.

Seperti kebanyakan metodologi komersial, metodologi FAST hipotetis kami tidak menggunakan pendekatan tunggal untuk analisis sistem. Alih-alih, ini mengintegrasikan semua pendekatan populer yang diperkenalkan di paragraf sebelumnya ke dalam satu set metode tangkas. Dari pernyataan di atas disimpulkan bahwa metode FAST menggunakan banyak pendekatan dalam analisis sistem, sehingga diharapkan hasil analisis akan lebih tajam dan akurat.

Keluaran dari setiap metodologi pengembangan adalah solusi bisnis yang dapat membantu memecahkan masalah, peluang, dll. Metodologi FAST mendukung pengembangan sistem dan dukungan siklus hidup sistem.

FAST terdiri dari fase-fase berikut:

1. Definisi Ruang Lingkup (Scope Definition)

Sebelum melakukan analisis masalah, hal pertama yang harus dilakukan adalah definisi ruang lingkup, yang berfungsi untuk mengidentifikasi masalah, peluang, dan pemodelan bisnis. Tahap ini memiliki tujuan untuk mengukur kelayakan proyek dengan mendefinisikan ruang lingkup proyek, selain memahami masalah, arah, dan peluang yang memicu proyek.

Pada tahap ini yang dilakukan adalah mendesain menggunakan Business Use Case Model. Merancang pemodelan untuk meninjau, meningkatkan, dan membuat aliran proses bisnis dalam suatu organisasi.

2. Analisis Masalah (Problem Analysis)

Langkah-langkah yang dilakukan adalah menganalisis masalah-masalah yang ada pada sistem lama (current running) dan kebutuhan yang dibutuhkan untuk pengembangan suatu sistem. Membaca literatur dari buku, jurnal atau penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Hasil dari tahap ini adalah untuk memperbaiki sistem yang berkembang dari pemahaman menyeluruh tentang masalah bisnis.

3. Analisis Kebutuhan (Requirement Analysis)

Kemudian kegiatan selanjutnya menentukan kebutuhan perangkat lunak yang akan dikembangkan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah menganalisis kebutuhan suatu sistem, perangkat lunak dan perangkat keras pada sistem yang akan dikembangkan.

Tujuan dari tahap analisis kebutuhan adalah untuk mengidentifikasi apa yang harus dikerjakan oleh sistem baru tanpa mempertimbangkan teknologinya. Dengan kata lain, untuk menentukan kebutuhan bisnis untuk sistem baru.

4. Desain Logis (Logical Design)

Pada tahap ini dilakukan perancangan logika untuk menerjemahkan kebutuhan bisnis ke dalam model sistem. Desain logika akan dibantu oleh alat pemodelan. Pemodelan yang digunakan adalah pemodelan berorientasi objek dengan diagram UML.

Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengubah pernyataan kebutuhan bisnis menjadi spesifikasi desain untuk proses konstruksi. Dengan kata lain, fase desain menyatakan bagaimana teknologi akan digunakan dalam sistem baru.

5. Desain Fisik (Physical Design)

Langkah-langkah yang dilakukan adalah perancangan fisik yang akan dijadikan acuan dalam merancang sistem. Perancangan perancangan fisik ini meliputi perancangan struktur database dan perancangan tampilan halaman website.

Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mentransformasikan kebutuhan bisnis yang direpresentasikan sebagai desain logis menjadi desain fisik yang nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam membuat sistem yang akan dikembangkan. Jika dalam desain logis tergantung pada berbagai solusi teknis, maka desain fisik merupakan solusi teknis yang lebih spesifik.

6. Konstruksi Dan Pengujian (Construction And Testing)

Tahap ini membangun dan menguji sistem yang dikembangkan. Pembuatan dan penulisan program dilakukan setelah tahap perancangan selesai. Pada periode ini juga dilakukan konversi hasil desain menjadi source code. Setelah sistem menjadi perangkat lunak yang siap pakai, pengujian harus dilakukan dengan memfokuskan pada logika internal perangkat lunak, fungsi-fungsi eksternal dan mencari semua kemungkinan masalah, dan memeriksa apakah perangkat lunak yang dikembangkan sesuai dengan yang diharapkan sebelum perangkat lunak dibuat, digunakan. Pengujian bertujuan untuk memeriksa apakah perangkat lunak yang dihasilkan memiliki kesalahan atau tidak.

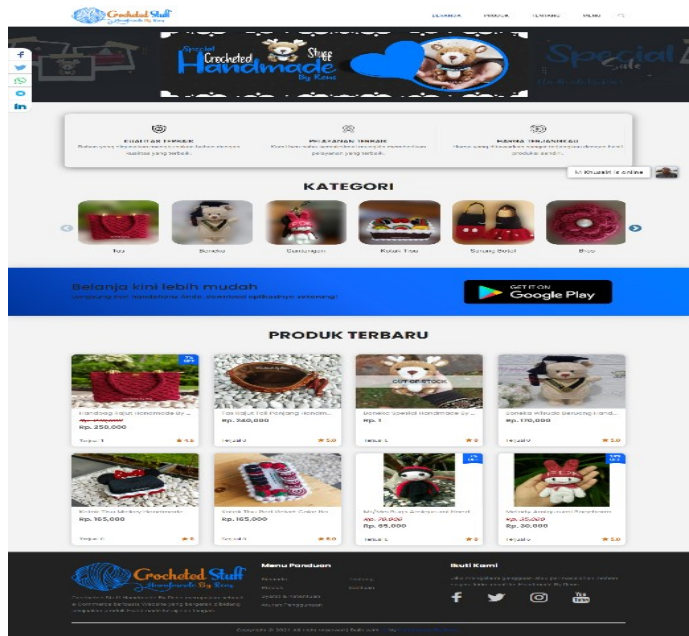
7. Pengiriman Instalasi (Installation Delivery)

Langkah-langkah yang dilakukan adalah jika sistem yang diharapkan sesuai atau terealisasi maka akan diterapkan pada web server sehingga dapat ditampilkan secara online.

E-commerce yang dimaksud dalam penelitian ini termasuk dalam kategori Business to Consumer (B2C), yang meliputi transaksi jual, beli dan pemasaran kepada pembeli perorangan. e-commerce menggunakan metode pembayaran dengan berbagai pilihan seperti, Kartu Kredit/Debit, ATM/Transfer Bank, GoPay/e-Wallet lainnya, BCA KlikPay, Indomaret, Alfa Group.

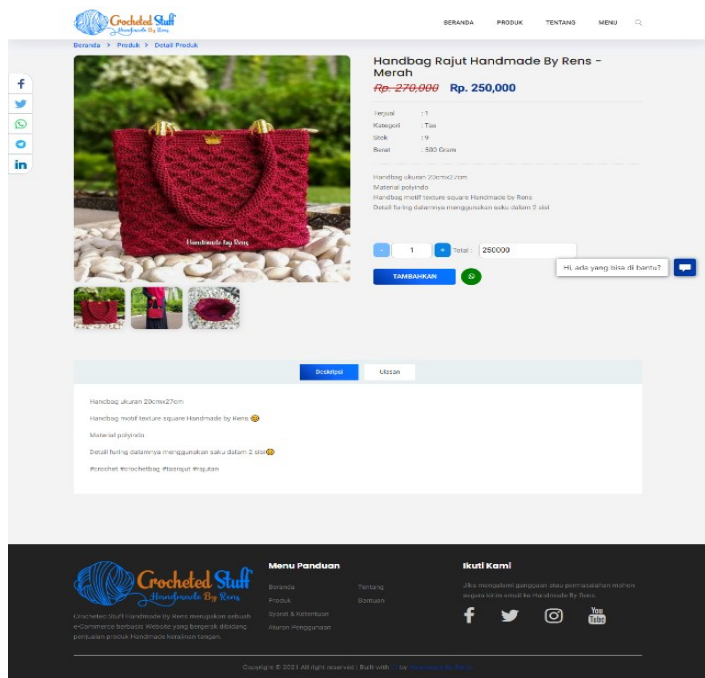
III. Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan perancangan dan pengujian pada e-Commerce Handmade By Rens, didapatkan hasil sebagai berikut.



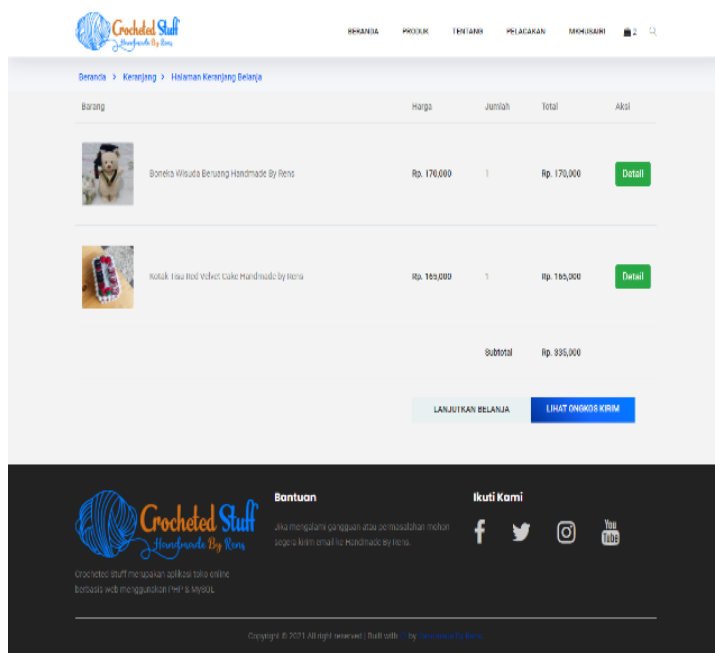
Gambar 2. Hasil tampilan halaman Beranda.

Gambar 2. Merupakan tampilan home page yang berisi banner slider pada website handmade by rens, kategori produk terbaru dan produk handmade by rens serta media sosial yang dapat diakses oleh pengguna.



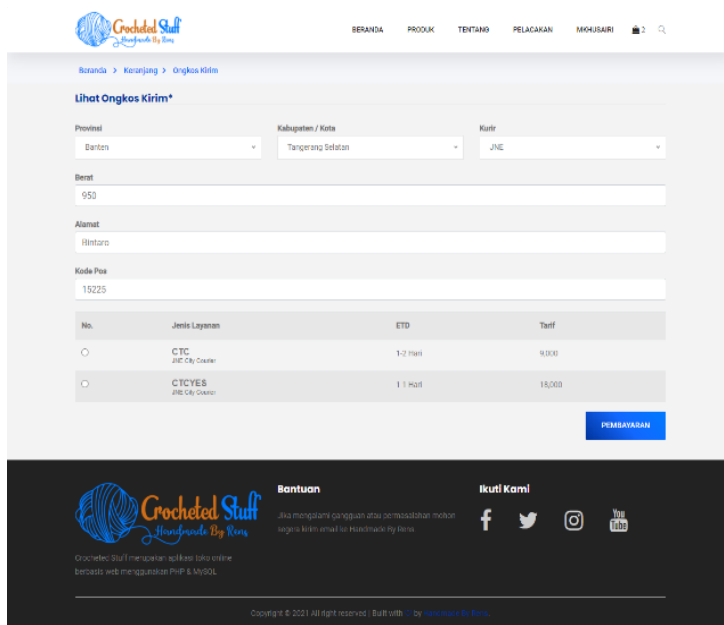
Gambar 3. Hasil tampilan halaman detail produk.

Gambar 3. Merupakan tampilan halaman detail produk dimana pengguna dapat melihat lebih detail tentang produk seperti nama produk, harga produk, kategori produk, stok produk, berat produk, deskripsi singkat produk, deskripsi produk, dan review produk yang telah disediakan oleh pembeli.



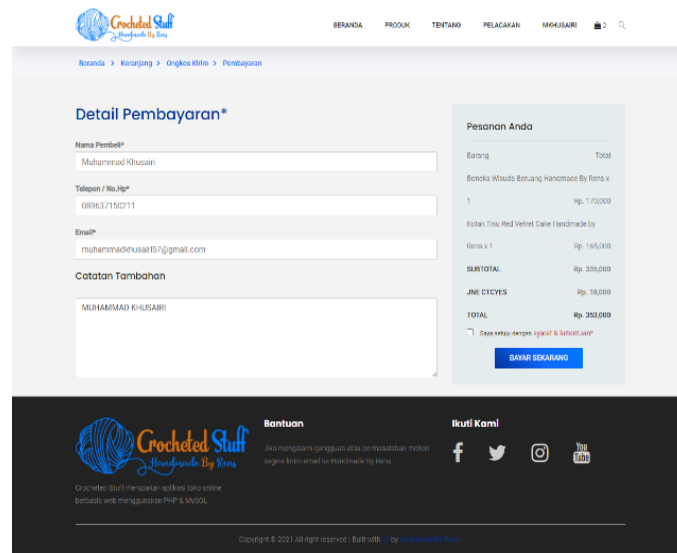
Gambar 4. Hasil Tampilan Halaman Keranjang

Gambar 4. Merupakan tampilan halaman keranjang yang berisi produk yang telah ditambahkan ke keranjang oleh pembeli. Pada halaman troli, pembeli dapat melihat informasi produk, seperti foto produk, nama produk, harga produk, jumlah pembelian, harga total, tindakan yang berisi tombol detail yang jika pembeli ingin memperbarui jumlah pembelian atau mengeluarkan produk dari troli halaman, sub total adalah harga semua produk di halaman keranjang, tombol lanjutkan belanja jika pembeli ingin melanjutkan belanja yang akan diarahkan ke halaman produk, dan tombol lihat ongkos kirim.



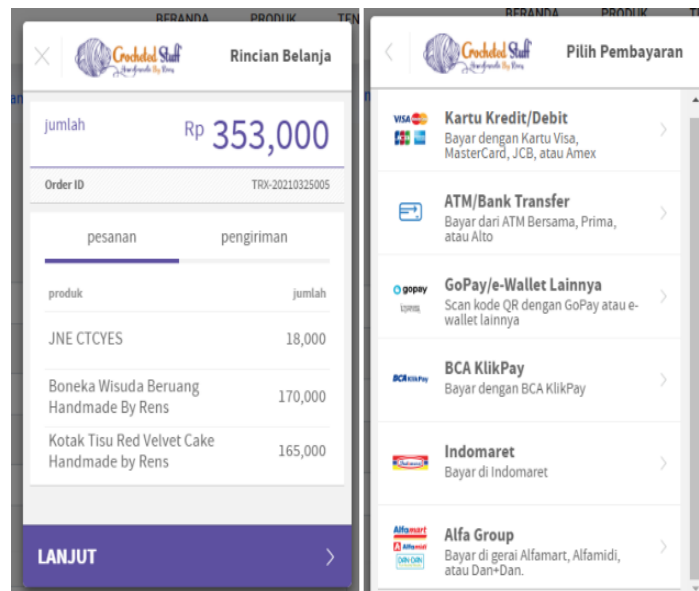
Gambar 5. Hasil Tampilan Halaman Lihat Ongkos Kirim

Gambar 5. Merupakan tampilan halaman tampilan ongkos kirim untuk memilih provinsi, memilih kabupaten atau kota, memilih kurir yang ingin digunakan (JNE, POS, TIKI), berat total produk, alamat pembeli, alamat pembeli kode pos, dan pemilihan jenis layanan. Jika pembeli ingin melakukan pembayaran, mereka dapat menekan tombol "Pembayaran" berwarna biru.



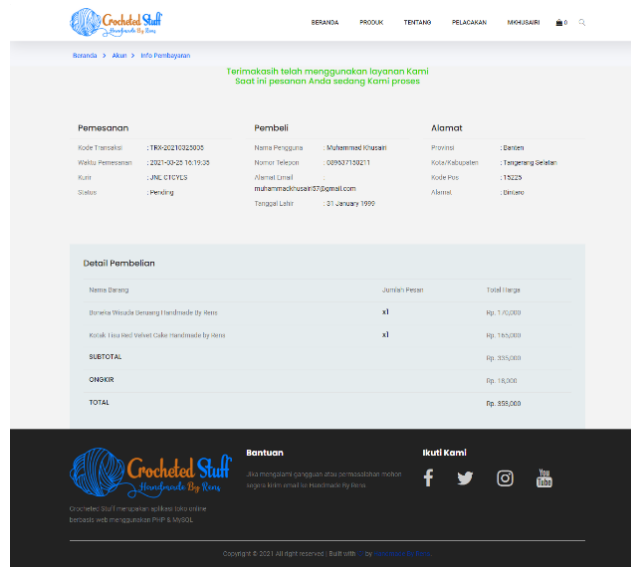
Gambar 6. Hasil tampilan halaman detail pembayaran.

Gambar 6. Merupakan tampilan halaman detail pembayaran yang berisi nama pembeli, nomor telepon, email, catatan tambahan yang wajib diisi, informasi pemesanan, seperti nama barang, harga total, sub total, kurir, biaya kurir, dan jumlah keseluruhan. Pembeli diminta untuk memeriksa syarat dan ketentuan kotak centang. Untuk memilih metode pembayaran.



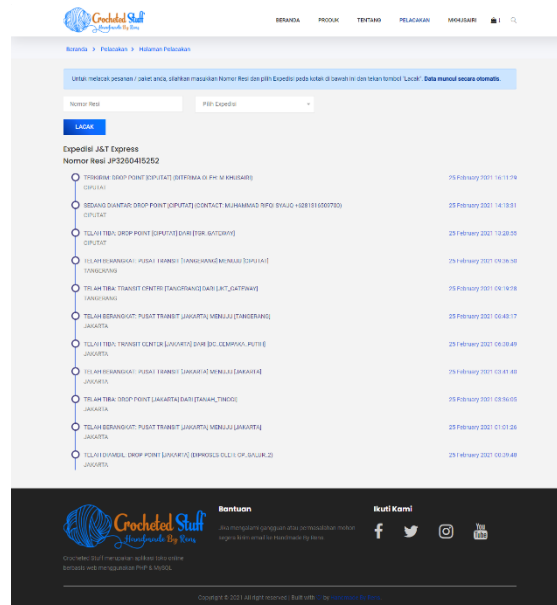
Gambar 7. Hasil tampilan metode pembayaran.

Gambar 7. Merupakan tampilan halaman metode pembayaran yang berisi detail belanja, seperti total harga belanja, id pesanan, detail pesanan, dan detail pengiriman. Pada pilihan pembayaran terdapat metode pembayaran, seperti melalui Kartu Kredit/Debit, ATM/Transfer Bank, GoPay/e-Wallet Lainnya, BCA KlikPay, Indomaret, dan Alfa Group.



Gambar 8. Hasil tampilan halaman Invoice.

Gambar 8. Merupakan tampilan halaman invoice yang menampilkan detail pesanan, detail pembeli, detail alamat, dan detail pembelian. Invoice transaksi ini merupakan faktur atau dokumen transaksi yang digunakan sebagai bukti bahwa pembeli telah melakukan transaksi pembelian.

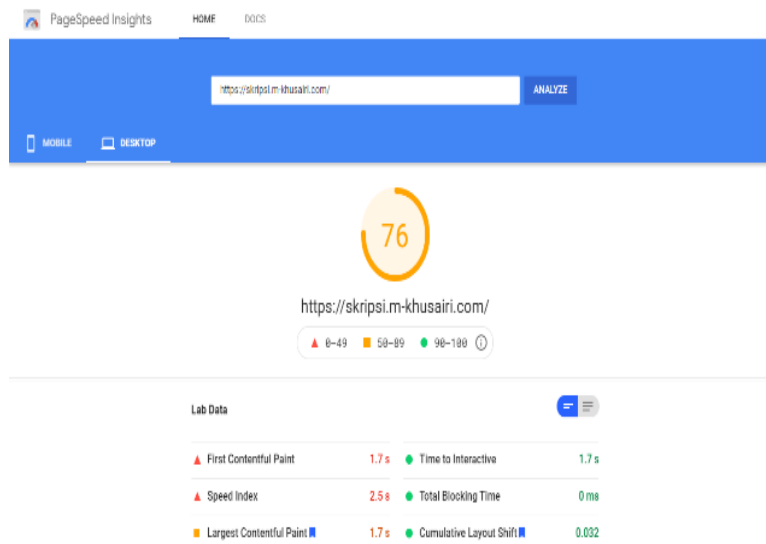


Gambar 9. Hasil tampilan halaman pelacakan.

Gambar 9. Merupakan tampilan halaman pelacakan yang digunakan untuk melacak barang atau paket dengan menginput nomor resi yang telah diberikan dan memilih ekspedisi. Dengan menekan tombol biru “Lacak”, data secara otomatis akan muncul di bawah tombol “Lacak”.

Pengujian Efisiensi

Efisiensi teknik pengujian adalah teknik dengan kemampuan perangkat lunak untuk memberikan kinerja yang sesuai dari sumber daya yang telah digunakan dalam kondisi tertentu. Pada pengujian ini menggunakan page speed insight tool yang berguna untuk memberikan informasi tentang waktu buka pada sistem yang dikembangkan. Untuk hasil pada pengujian efisiensi dapat dilihat pada gambar 10.



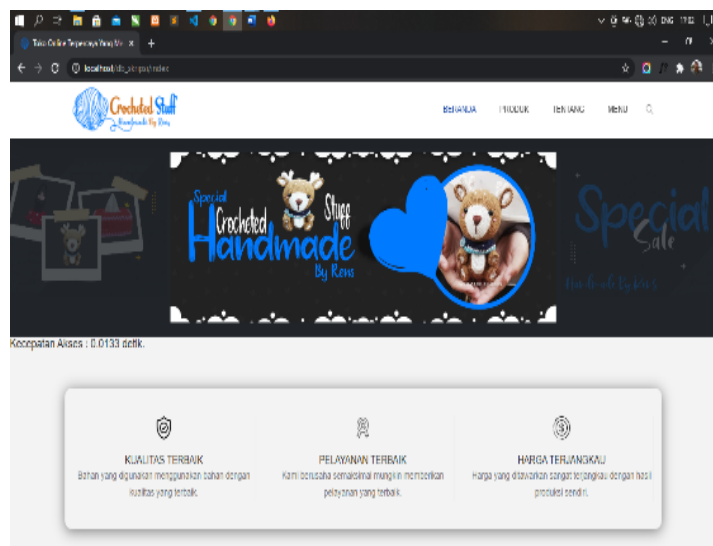
Gambar 10. Hasil uji efisiensi.

Pengujian Portabilitas

Tujuan dari portabilitas adalah agar teknik pengujian mengetahui tampilan setiap halaman website dapat terbuka dengan sempurna dan sesuai dengan yang diharapkan. Proses pengujian portabilitas ini dilakukan pada halaman utama website dengan menggunakan 3 (tiga) browser yang berbeda yaitu Google Chrome, Mozilla Firefox, dan Microsoft Edge.

1. Google Chrome

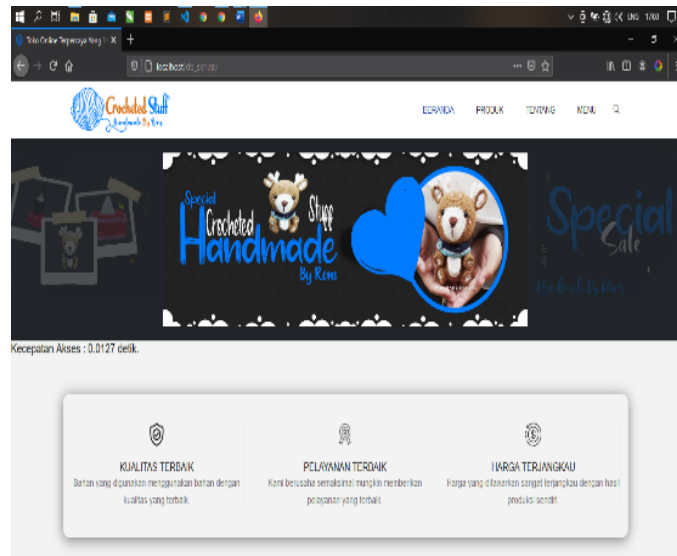
Menguji tampilan dan kecepatan pada halaman utama e-Commerce Handmade By Rens. Pada browser Google Chrome tampilan yang dihasilkan berjalan dengan baik, sesuai ukuran, dan mendapatkan hasil kecepatan akses 0,0133 detik, seperti pada gambar 11.



Gambar 11. Hasil uji portabilitas browser google chrome.

2. Mozilla Firefox

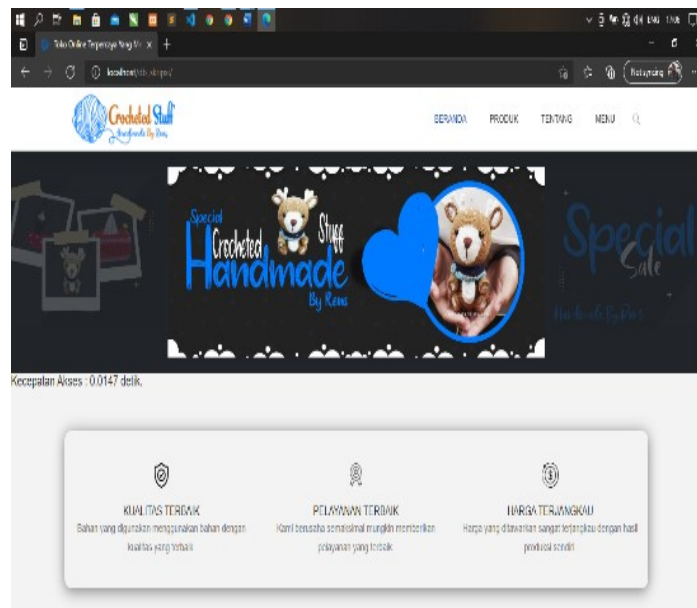
Menguji tampilan dan kecepatan pada halaman utama e-Commerce Handmade By Rens. Pada browser Mozilla Firefox tampilan yang dihasilkan berjalan dengan baik, sesuai ukuran, dan mendapatkan hasil kecepatan akses 0,0127 detik, seperti pada gambar 12.



Gambar 12. Hasil uji portabilitas browser Mozilla Firefox.

3. Microsoft Edge

Menguji tampilan dan kecepatan pada halaman utama e-Commerce Handmade By Rens. Pada browser Microsoft Edge tampilan yang dihasilkan berjalan dengan baik, sesuai ukuran, dan kecepatan akses mendapatkan hasil 0,0147 detik, seperti pada gambar 13.



Gambar 13. Hasil uji portabilitas browser microsoft edge.

4. Tabel Perbandingan

Pengujian tampilan dan kecepatan telah dilakukan dengan menggunakan 3 (tiga) browser, kemudian dibuat tabel perbandingan dengan ketiga browser tersebut yaitu perbandingan tampilan, kecepatan, dan stabilitas seperti terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Banding Browser

Ruang Lingkup	Web Browser Yang Digunakan		
	Google Chrome	Mozila Firefox	Microsoft Edge
Tampilan	Berjalan dengan baik, responsive, dan sesuai dengan ukuran.	Berjalan dengan baik, responsive, dan sesuai dengan ukuran.	Berjalan dengan baik, responsive, dan sesuai dengan ukuran.
Kecepatan	Mendapatkan hasil kecepatan akses : 0.0133 detik.	Mendapatkan hasil kecepatan akses : 0.0127 detik.	Mendapatkan hasil kecepatan akses : 0.0147 detik.
Stabilitas	Jarang ditemukan <i>error</i> .	Jarang ditemukan <i>error</i> .	Jarang ditemukan <i>error</i> .

Kelebihan dan Kelemahan Sistem

Berdasarkan hasil sistem yang telah dikembangkan dan diuji, maka kelebihan dan kekurangan dari sistem yang telah dikembangkan dan dijelaskan menggunakan analisis SWOT dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis SWOT e-Commerce (Sumber: Handmade By Rens, Jakarta)

Analisis SWOT	
Strengths (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyampaian informasi produk terbaru dan pemesanan dapat dilihat dengan cepat. 2. Sistem sudah terintegrasi dengan SMS OTP, Live Chat, Payment Getway (Midtrans) dan Raja Ongkir. 3. Sistem sudah otomatis mengubah status transaksi (Midtrans). 4. Disimpan ke dalam <i>database</i> sistem sehingga data menjadi lebih aman. 5. Pembuatan laporan sehingga dapat mengurangi penggunaan kertas. 6. Sistem dapat melakukan pelacakan mengenai status pengiriman (Cek Resi). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada kecepatan akses <i>website</i> tergantung pada jaringan internet dan spesifikasi komputer yang digunakan.
Opportunities (Kesempatan)	Threats (Ancaman)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat di kembangkan menjadi aplikasi berbasis android. 2. Dapat diimplementasikan pada penjualan produk lain. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Serangan oleh <i>hacker</i>. 2. Virus dan Malware. 3. <i>Server down</i> dapat mengakibatkan akses <i>website</i> menjadi lambat.

IV. Kesimpulan

Kesimpulan ini yaitu terbentuknya sistem pemasaran produk handmade berbasis eCommerce, sistem ini telah terintegrasi dengan SMS OTP, Live Chat, Payment Getway (Midtrans), dan RajaOngkir. Sistem ini telah diuji efisiensinya dengan page speed insight dan portability menggunakan 3 (tiga) browser (Google Chrome, Mozilla Firefox, Microsoft Edge) sistem ini berjalan dengan baik pada browser Mozilla Firefox dengan kecepatan akses 0,0127 detik, hasil dari uji respon pengguna yang telah diakumulasikan secara keseluruhan mendapatkan hasil skor total 2.306 poin sehingga mendapatkan persentase 92,24% yang berarti responden “Sangat Setuju” dengan sistem yang dikembangkan. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka direkomendasikan untuk sistem yang telah dibuat handmade oleh rens e-Commerce yang akan digunakan untuk pengembangan Selanjutnya diharapkan sistem dapat dikembangkan menjadi sebuah aplikasi berbasis Android. Hasil desain yang telah dibuat dengan menggunakan metode FAST telah teruji dan layak untuk digunakan.

Daftar Pustaka

- [1] Universitas, T.G. (PTA 2015/2016). Pengembangan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Jurusan Sistem Informasi. Universitas Gunadarma
- [2] Radna Andi Wibowo. (2019). Manajemen Pemasaran. Makasar: Radna Andi Wibowo.
- [3] Antyaswari, A. (2015). Pusat Desain Interior Aksesoris Buatan Tangan Di Kota Yogyakarta Dengan Gaya Desain Shabby Chic. Tesis. Jurusan Desain Interior, Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- [4] Rerung, R.R. (2018). E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. Yogyakarta: Publikasikan.
- [5] Prabowo, M. (2020). Metodologi Pengembangan Sistem Informasi. Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Lembangan (LP2M), IAIN Salatiga.
- [6] Sumiari, NK (2018). Teori Basis Data. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- [7] Ani Oktarini Sari, AA (2019). Pemrograman Web. Jakarta: Graha Ilmu.
- [8] Roza, MN (2019). Tutorial Sistem Informasi Persetujuan Berbasis Web Menggunakan Framework CodeIgniter Dengan Notifikasi E-Mail. Bandung: Industri Kreatif Nusantara.
- [9] Abdullah, R. (2018). Pemrograman Web 7 In 1 Untuk Pemula. Jakarta: PT ElexMedia Komputindo.
- [10] Defina Iskandar, SD (2017). App Rating Dan Absensi Siswa untuk Kegiatan Pembelajaran Akademik (Studi Kasus: SD Ar-Rafi). e-Prosiding Ilmu Terapan, Jilid 3, 2, 962-969.
- [11] Losavio Franscisca, LN (2014). Software Architecture 2. Inc: Indianapolis : John Wiley & Sons.
- [12] Fatimah, FN (2016). Teknik Analisis SWOT. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- [13] Suzuki Syofian, TS (2015). Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web. Pro Semnastek.