

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan *E-Commerce* kopi bubuk dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Sistem dapat memberikan kemudahan penggunaan bagi penjual dan pembeli. Berdasarkan hasil kuesioner pada 79 responden 83% diantaranya setuju bahwa Coffeepedia mudah digunakan.
- b. Sistem dapat menjadi sarana pemasaran bagi penjual. Berdasarkan hasil kuesioner pada 79 responden 84% diantaranya setuju bahwa Coffeepedia dapat menjadi sarana pemasaran.
- c. Sistem dapat memberikan banyak metode pilihan pembayaran. Berdasarkan hasil kuesioner pada 79 responden 82% diantaranya setuju bahwa Coffeepedia memberikan banyak pilihan metode pembayaran.

Dari hasil pengujian TAM yang dilakukan, ditemukan hasil sebagai berikut, *Perceived Usefulness (PU)* mempengaruhi *Attitude Toward Using (ATU)* sebesar 6.712, *Perceived Usefulness (PU)* mempengaruhi *Behavioral Intention to Use (BITU)* sebesar 4.692, *Attitude to Use (ATU)* mempengaruhi *Behavioral Intention to Use (BITU)* sebesar 4.427, *Behavioral Intention to Use (BITU)* mempengaruhi *Actual System Usage (ASU)* 16.511, *Perceived Ease of Use (PEOU)* mempengaruhi *Attitude Toward Using (ATU)* sebesar 3.130.

#### 5.2 Saran

Saran yang bisa diberikan kepada pengembangan sistem informasi pembelian bubuk kopi di Kota Tangerang selanjutnya pada penelitian ini adalah :

- a. Sistem penjualan kopi bubuk diharapkan dapat dikembangkan dengan wilayah yang lebih luas, tidak pada hanya Kota Tangerang saja.
- b. Sistem dapat diterapkan secara langsung.
- c. Sistem memiliki keamanan yang lebih baik dalam melindungi data pengguna.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adyanata Lubis. (2016). *Basis Data Dasar*. Deepublish.
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Anwar, A. S., & Siswanto, D. S. (2020). PENGARUH DIFFERENSIASI PRODUK dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PENDEKATAN PARTIAL LEAST SQUARE SEM SMARTPLS. *KarismaPro*, 2(2), 92–107. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v2i2.108>
- Aprilian, L. V., & Saputra, M. H. K. (2020). *Belajar cepat metode SAW*. Kreatif.
- Arifin, N. Y., Borman, R. I., Ahmad, I., Tyas, S. S., Sulistiani, H., Hardiansyah, A., & Suri, G. P. (2021). *Analisa Perancangan Sistem Informasi*. Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.
- Astuti, I. F., Ahmad, F. N., Cahyadi, D., Rosmasari, Kridalaksana, A. H., & Andrea, R. (2022). Geolocation untuk Lahan Kelapa Sawit Berbasis Android. *Buletin Poltanesa*, 23, 341–348.
- Butsianto, S., & Arifin, E. N. (2020). *PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE PROTOTYPING PADA TOKO BAY STICKER*. 10.
- Canggih Ajika Pamungkas. (2017). *Pengantar dan Implementasi Basis Data*. Deepublish.
- Dadan, & Developers, K. (2015). *Membuat CMS Multifitur*. Elex Media Komputindo.
- Erawati, W. (2019). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Dengan Pendekatan Metode Waterfall. *Media Informatika Budidarma*, 3, 71.
- Fitri, R. (2020). *Pemrograman Basis Data Menggunakan MySQL*. Deepublish.
- Habibi, R., Fakhri, D. I. B. N., & Damayanti, F. S. (2020). *Penggunaan framework laravel untuk membuat aplikasi absensi terintegrasi mobile*. Kreatif Industri Nusantara.
- Habibi, R., & Sandi, K. (2020). *Aplikasi bank sampah istimewa menggunakan framework PHP Codeigniter dan DBMS MySQL*. Kreatif Industri Nusantara.
- Haqi, B. (2019). *Aplikasi SPK Pemilihan Dosen Terbaik Metode Simple Additive Weighting (SAW) Dengan Java*. Deepublish.
- Harani, N. H., & Sunandhar, A. F. (2020). *APLIKASI PROSPEK SALES MENGGUNAKAN CODEIGNITER*. Kreatif Industri Nusantara.
- Hermanto, S. B., & Patmawati. (2017). Determinan Penggunaan Aktual Perangkat Lunak Akuntansi Pendekatan Technology Acceptance Model. *Akuntansi dan keuangan*, 19, 67–81.

- Hutahaean, J. (2015). *Konsep Sistem Informasi* (1 ed.). Deepublish.
- Indrawan, G., & Setyawan, I. N. Y. (2021). *Database MySQL dengan Pemograman PHP*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise this is link for OJS us*, 4(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>
- Jannah, I. N., Rahardi, R. G., & Deni, A. (2021). *Play with Laravel* (1 ed.). UDACODING.
- Jimmy, Utama, F., Felix, & Laia, A. P. (2021). Aplikasi Pembelajaran Penyortiran Menggunakan Algoritma Super Sort Berbasis Mobile. *SIFO Mikroskil*, 22, 19–32.
- Juju, D., & Matamaya. (2013). *Kupas Tuntas CSS*. Elex Media Komputindo.
- Julianto, M. R., & Daniawan, B. (2022). Jurnal TAM ( Technology Acceptance Model ) E-COMMERCE INFORMATION SYSTEM USING TECHNOLOGY. *TAM (Technology Acceptance Model)*, 13, 1–8.
- Khasanah, F. N., Rofiah, S., & Setiyadi, D. (2019). Metode User Centered Design dalam Merancang Tampilan Antarmuka Ecommerce Penjualan Pupuk Berbasis Website Menggunakan Aplikasi Balsamiq Mockups. *Aplikasi Sains dan Teknologi*, 14–23.
- Kopi. (2016). KBBI Daring. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kopi>
- Mesran, Nasution, S. D., & Waruwu, F. T. (2019). *Merancang Aplikasi Penjualan dengan Visual Basic*. Green Press.
- MF, M. (2018). *Buku Sakti Pemrograman Web Seri PHP*. Anak Hebat Indonesia.
- Muhammad Alda. (2021). *Rekayasa Perangkat Lunak Berorientasi Objek*. Media Sains Indonesia.
- Mulyani, S. (2017a). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah*. Abdi Sistematika.
- Mulyani, S. (2017b). *Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit: Analisis dan Perancangan*. Abdi Sistematika.
- Muslihudin, M. dan O. (2016). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Terstruktur dan UML*. Penerbit Andi.
- Negara, E. S., Romindo, Tanjung, R., Simarmata, N. H. J., Jamaludin, Putra, T. A. E., Sudarmanto, E., Sudarso, A., & Purba, B. (2021). *Sistem Informasi Manajemen Bisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Nugroho, S. (2020). *Industri Olahraga* (S. Amalia (Ed.)). UNY Press.
- P, I. M. I., & Cahyaningrum, I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*.

Deepublish.

- Pahlevi, S. M. (2013). *Tujuh Langkah Praktis Pembangunan Basis Data*. Elex Media Komputindo.
- Permana, P. A. G. (2018). Penerapan Metode TAM (Technology Acceptance Model) dalam Implementasi Sistem Informasi Bazaar Banjar. *Speed*, 10, 1–7.
- Purnomo, D. (2017). *Model Prototyping Pada Pengembangan Sistem Informasi*. 2.
- Rachmaniah, M. (2018). *Pengembangan Perangkat Lunak dan Sistem Informasi*. PT Penerbit IPB Press.
- Rahayu, F. S., Budiyanto, D., & Palyama, D. (2017). Analisis Penerimaan e-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus: Universitas Atma Jaya Yogyakarta). *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 1, 87:97.
- Rahmad, S. R. (2013). *Modifikasi Blog Multiply dengan CSS*. Elex Media Komputindo.
- Reza, M. H., Sugiarto, & Nurlaili, A. L. (2021). PENGUJIAN MENGGUNAKAN BLACK BOX BOUNDARY VALUE ANALYSIS PADA APLIKASI VOUCHER DAN RECEIPT PT. SAMUDERA AGENCIES INDONESIA. *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 2, 181–189.
- Sa'ad, M. I. (2020). *Otodidak Web Programming: Membuat Website Edutainment*. PT Elex Media Komputindo.
- Salamah, U. G. (2021). *Tutorial Cascading Style Sheets (CSS)*. Media Sains Indonesia.
- Santi, I. H., & Sudiasmo, F. (2020). *PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION TO USE DAN ACTUAL USAGE PADA APLIKASI IDENTIFIKASI JENIS KULIT WAJAH*. CV. Jakad Media Publishing.
- Santoso, B., & Zusrony, E. (2020). ANALISIS PERSEPSI PENGGUNA APLIKASI PAYMENT BERBASIS FINTECH MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Teknologi informasi dan Komunikasi*, 11, 49–54.
- Saputra, A., Imamuddin, A., & Sukanto, P. (2020). RANCANG BANGUN APLIKASI SISTEM PENJUALAN CASE STUDY: PT. XAPPLICATION OF DESIGN AND BUILDING SALES SYSTEM CASE STUDY: PT. X. *Informatika & Teknologi*, 1, 78–86.
- Setyawan, M. Y. H., & Pratiwi, D. A. (2020). *Membuat Sistem Informasi Gadai Online Menggunakan Codeigniter Serta Kelola Proses Pemberitahuannya*. Kreatif Industri Nusantara.
- Sidiq, Y. N. S., Fathonah, R. N. S., & Riza, N. (2020). *Metode Klasifikasi Menentukan Kenaikan Level UKM Bandung Timur Dengan Algoritma Naïve Bayes Pada Sistem JURAGAN Berbasis Komunitas*. Kreatif Industri Nusantara.
- Sudarto. (2017). *Peluang Usaha IKM Kopi*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.

- Sukanto, R. A., & Shalahuddin, M. (2013). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek*. Informatika.
- Sukanto, R. A., & Shalahuddin, M. (2018). *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek*. Informatika.
- Supono, & Putratama, V. (2016). *Pemrograman Web dengan Menggunakan PHP dan Framework Codeigniter*. Deepublish.
- Susanto, E., & Jimad, N. (2019). PENGARUH PERSEPSI PENGGUNAAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP PENGGUNAAN E-FILLING. *Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 5, 104–124.
- Susilo, R. D., Daniawan, B., Wijaya, A., & Suwitno. (2021). The Acceptance Study of e-commerce Customers Based on TAM. *bit Tech*, 3, 124–138.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Andi.
- Wibawanto, W. (2021). *DASAR PENGEMBANGAN GAME HTML 5*. Penerbit LPPM Universitas Negeri Semarang.
- Wijaya, D., & Irawan, R. (2018). *Prosedur Administrasi Penjualan Bearing Pada Usaha Jaya Teknik Jakarta Barat*. 16, 26–30.
- Winarno, E., Zaki, A., & Community, S. (2014). *Pemrograman Web Berbasis HTML 5, PHP, Dan JavaScript*. PT Elex Media Komputindo.
- Witi, F. L. (2021). *MEMBANGUN E-COMMERCE: Teori, Strategi dan Implementasi* (E. Pujiyono (Ed.)). CV. Amerta Media.
- Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Informatika*, 5, 34–42.
- Yudhanto, Y., & Prasetyo, H. A. (2019). *Mudah Menguasai Framework Laravel*. Elex Media Komputindo.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### Biodata Mahasiswa

NIM : 20180700022

Nama Lengkap : Alwin Lulio

Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 30 Maret 2000

Alamat Lengkap Tempat Tinggal : City Resort Residence, Cengkareng, Jakarta Barat

### Pendidikan Formal

2006 – 2012 : SD Mutiara Kasih

2012 – 2015 : SMP Perguruan Buddhi

2015 – 2018 : SMA Perguruan Buddhi

2018 – Sekarang : Universitas Buddhi Dharma

### Pendidikan Non-Formal


2010 – 2012 : Royal Education Centre

### Pengalaman Kerja

2019 – 2020 : PT. Food Beverages Indonesia Sebagai Part Time  
Barista selama 6 bulan

## DAFTAR LAMPIRAN













### LAMPIRAN A- 1 Kartu Bimbingan Skripsi

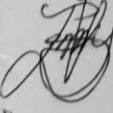
 **UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**  
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang  
021 5517853 / 021 5586822 ✉ admin@buddhidharma.ac.id

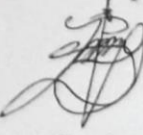
---

### KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20180700022  
Nama Mahasiswa : ALWIN LAULIO  
Fakultas : Sains dan Teknologi  
Program Studi : Sistem Informasi  
Jurusan : Strata Satu  
Tahun Akademik/Semester : 2021/2022 Genap  
Dosen Pembimbing : Benny Daniawan, M.Kom  
Judul Skripsi : ANALISIS DAN PERANCANGAN E-COMMERCE COFFEEPEDIA  
BERBASIS WEBSITE DENGAN MENGGUNAKAN METODE  
PENGUJIAN TAM (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL)

Tanggal	Catatan	Paraf
2022-03-17	Briefing dan pengajuan judul	
2022-03-22	Revisi Bab 1	
2022-03-29	Revisi judul	
2022-04-05	Revisi Bab 1	
2022-04-12	Revisi Bab 2 Teori pendukung	
2022-04-19	Revisi Bab 3 dan Pertanyaan RE	
2022-04-26	Revisi Bab 3 - Activity Diagram	
2022-05-24	Perbaiki Tahap Requirement Elicitation	
2022-06-07	Mencari literatur pengujian Black Box	
2022-06-21	Perbaiki Uji Black Box	
2022-06-28	Demo Program	
2022-07-18	Acc maju Sidang	

Mengetahui  
Ketua Program Studi  
  
Benny Daniawan, M.Kom

Tangerang, 24 July 2022  
Pembimbing  
  
Benny Daniawan, M.Kom



## LAMPIRAN A- 2 Hasil Wawancara Bapak Sahasin

Nama : Sahasin

1. Sejak kapan toko ini mulai berjualan bubuk kopi?

Saya buka toko kopi dari awal tahun 1990. Sebelum saya buka toko kopi, karena saya alumni Trisakti di bidang *accounting*, jadi dari tahun 1988 sampai 1990 saya aplikasiin kerja dulu di 5 perusahaan. Tapi karena *background* saya pedagang mungkin ya, jadi kembali lagi ke dagang. Permulaan buka toko kopi di tahun 1990 dan saat itu masih bermain di robusta, karena dulu ga ada kopi *single origin* segala macem, cuma ada kopi robusta dan arabica aja. Dan toko pertama di tahun 1990 itu ada di satu daerah di Lampung, yaitu daerah Sepatan. Buka disitu sampai tahun 2000, karena tahun itu kita kalah sama kopi *sachet*, soalnya kita kan jual kopi bubuk biasa ya.

Sempat selama 3 tahun, saya buka *bubble drink* sembari kerja. Tapi karena *background* saya di kopi, jadi seiring berjalannya waktu saya pelajari segala macam dan sampai akhirnya dapet info dari *supplier* lampura yang namanya Ko Yucai. Saya disuruh bergerak di bidang kopi karena *background* saya itu dan prospek kopi seperti *single origin* kayak begini itu ada. Jadi di tahun 2003, akhirnya saya buka toko di Soleh Ali. Nah itu dapet sambutan, sambil seiring berjalannya waktu saya juga memperdalam materi kopi. Jadi, setiap orang yang belanja sama kita itu ga belanja langsung, tapi kita *sharing* dan tanya-tanya soal kopi. Saat itu saya baru buka 5 jenis kopi, tapi seiring berjalannya waktu dan dapet dari *supplier-supplier*, coba deh kembangin kopi-kopi itu dari Aceh sampai Papua. Waktu itu, saya buka toko di Soleh Ali itu sampai tahun 2018 disana. Tapi karena tempatnya mau dijual, akibatnya saya pindah ke Jalan Taman Makam Taruna di depan RUPBASAN. Karena lokasinya di pinggir jalan, jadi berkembang dan dapat tanggapan yang lebih bagus lagi karena terlihat sama café-café segala macam kan.

2. Dimana lokasi pertama kali Anda membuka toko bubuk kopi?

Toko pertama di Sepatan, daerah Tanjung Kait sana.

3. Apakah ada alasan khusus, mengapa Anda memilih usaha bubuk kopi?

Pertama, karena saya sudah bekerja dan aplikasiin *background* saya sebagai *accounting* selama tiga tahun. Kemudian karena *background* awalnya adalah

pedagang, jadi ga cocok bagi saya untuk kerja di belakang meja. Makannya saya pengen pindah posisi untuk bidang usaha dan mencari bidang apa tuh yang kira-kira cocok. Akhirnya ya karena *background* saya dari awal kopi dan karena liat keberhasilan kakak saya yang bermain di kopi juga, banting setir lah kita ke usaha dalam bidang kopi. Prospek kopi juga bagus dan saya ambil prospek kopi yang menengah ke atas karena daya belinya tinggi, cuannya juga ada.

Nah disitulah saya menyadari bahwa mencari uang itu harus punya prospek. Kalau bekerja, kayaknya prospek saya kurang kuat bagi saya ya, tapi bagi setiap orang beda-beda. Jadi karena saya menyadari, bahwa ujung-ujungnya adalah mencari uang dan saya juga sudah berkeluarga, kalau saya ngandelin di kerja aja bagi saya kurang bagus, karena seumpamanya di suatu kerja pasti ada ujung tertentu yang disebut dengan pensiun. Tapi kalau kita buka usaha, ya sampai kita semampunya. Sama kaya pas saya liat prospek usaha kopi ini cuannya ada, makannya saya berpikiran yang penting kita punya inovasi, kita rajin, materi kita kuat di bidang yang kita usahain, kita pasti berhasil. Yang penting kita yakin prospek ini bagus dan seiring berjalannya waktu ya lumayan bakal cukup buat hidup berkeluarga.

4. Bagaimana proses berjalannya transaksi yang terjadi mulai dari pembeli datang hingga pergi?

Tadi kan saya sudah bilang dan sudah saya singgung juga, jadi orang yang dateng ke kita bukan cuma beli kopi aja, tapi dia tanya-tanya juga. Kebanyakan semuanya datang kaya gitu, kecuali kalau yang udah langganan. Nah disitulah tugas kita untuk menjelaskan apa itu kopi dan bagaimana cara membuat kopi itu supaya cocok bagi dia, itu yang nilainya tinggi. Jadi proses berjalannya transaksi mulai dari *customer* datang, terus tanya-tanya dan konsultasi, baru saya kasih beberapa pilihan untuk *customer*. Tapi karena selera orang beda-beda, jadi tetap keputusan akhir ada di tangan konsumen, supaya kita ga merasa menekan dia dan kita ga merasa bersalah. Barulah akhirnya dia pilih dan ada pembayaran.

5. Apakah Anda melakukan promosi?

Tentu, karena promosi itu penting. Kalau kita buka usaha tanpa promosi, ya itu nol dan saya bilang ga akan ada hasilnya. Promosi itu kalau saya bilang adalah daya kreatif kita untuk menciptakan kepada orang lain supaya produk kita terkenal dan

terlihat agar dia bisa terpikat. Tapi kalau untuk masarin, saya promosi menggunakan media sosial kaya Tokopedia gitu. Karena saya kurang begitu mengerti di bidang media, jadi anak saya yang masukin kesitu karena kebetulan dia Ilkom dan lebih ngerti. Tapi kalau dari saya, saya bikin grup langganan buat *share* produk saya kesana. Jadinya pada tau dan beli dari mulut ke mulut, itulah trik saya. Saya juga masukin ke Instagram untuk meluaskan promosi. Jadi beberapa media yang saya gunakan buat promosi itu ada Instagram, Whatsapp, dan Tokopedia yang diurus anak saya. Kemudian tempat juga penting, jadi saya bikin tempat yang *lighting*-nya bagus, nyaman, dan enak. Karena kalau kita dating tapi tempatnya kotor, itu minus kan jadinya.

6. Dari mana pembeli mengetahui lokasi toko Anda?

Banyak cara sih untuk dia kenal kepada tempat kita, tapi utamanya dari mulut ke mulut dan dari Tokopedia atau sosial media. Dan karena emang kita pemain lama, jadi biasanya udah dikenal sama umum. Kalau untuk orang-orang baru, ya kita harus punya tempat yang terlihat sama orang lain, contohnya di pinggir jalan dan pasang spanduk.

7. Apa yang menjadi kelebihan toko Anda dibanding toko bubuk kopi lainnya?

Sebenarnya untuk ini, yang menilai orang lain. Tapi yang seperti saya bilang itu, gimana cara saya tampil beda sama orang lain, saya harus dominan dari *lighting*, spanduk, dan pelayanannya. Jadi intinya gimana cara biar kita dikenal, ya jawabannya kita harus dominan. Dominan terhadap apa? Segalanya. Mulai dari rating, spanduk, kebersihan, pelayanan, dan jenis-jenis barang harus bisa dominan. Jadi intinya harus berani tampil dominan dan itu prospek kita kalau pengen maju.

8. Apa kendala Anda dalam berjualan dengan cara yang sekarang?

Pada saat pandemi ini tantangannya. Karena sebagian kopi itu untuk obat dan sebagian buat sekedar minum aja. Jadi boleh dibilang kopi itu tidak berimbas atau bahkan diuntungkan dari Covid tersebut, karena dibutuhkan untuk menciptakan kekebalan imun kalau diminum tanpa gula atau susu dan segala macam. Dari Ikatan Dokter Indonesia, dinobatkan juga bahwa kopi adalah obat, asal diminum sesuai prosedur dan takaran sesuai.

Jadi imbas Covid kemarin adalah 50-50, tapi bagi saya ga ada imbas. Karena satu sisi, kopi bisa jadi obat dan satu sisi pendapatan orang berkurang jadi 50-50. Memang kopi café saya sempat menurun hingga 75%-an, tapi kalau sekarang sudah bergerak lagi. Tapi untuk yang biji kopi justru meningkat 50% karena di rumah aja, jadi ya ngopi. Jadi imbasnya *balance* lah, 1 *minus* dan 1 *plus* karena omset saya ga gitu berpengaruh terhadap Covid itu.

9. Jenis biji kopi apa saja yang Anda jual?

Dulu kita cuma punya 2 jenis kopi, yaitu robusta dan arabica. Tapi sekarang saya sudah punya kurang lebih 32 jenis kopi kurang lebih, mulai dari single origin dan racikan yang saya buat. Sebenarnya tiap daerah itu punya 2 jenis kopi. Contoh dari Aceh, ada Aceh Robusta dan Aceh Arabica. Terus kalau dari Lampung, sama juga ada Lampung Arabica dan Lampung Robusta. Lalu ada juga Kopi Rajawali yang punya kopi dari Aceh sampai Papua. Jadi ada gayo, sidikalang, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Lampung, Jambi, Bengkulu, Ciwidey, Garut, Temanggung, Dieng, Dampit, Bali, Kintamani, Flores, Papua, dan banyak lagi sih sebenarnya keluaran-keluaran baru seperti *peaberry*, *gayo wine*, *black wine*. Kemudian ada kopi lanang macam kayak kopi mendo, nah itu yang saya punya sekitar 30-an lah. Ditambah yang saya ciptain seperti kopi cleng, yaitu kopi sehat pake tonic gitu. Jadi disini banyak variasinya dan seumpamanya pengen ngopi atau beli kopi, saya rasa tempat saya ini cocok.

Pembimbing

Responden

Mahasiswa

Benny Daniawan



Sahasin

Alwin Laulio

**DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA**

**(Topik : Usaha Penjualan Bubuk Kopi – For Seller)**

1. Sejak kapan toko Anda mulai berjualan bubuk kopi? *th 1988 - th. 2022 -*
2. Dimana lokasi pertama kali Anda membuka toko bubuk kopi? *Jalan Mulya 202 atau Blok C 28 PERUMINTA - Tangerang Hp 0812 - 1833 - 7299*  
→ Jika bukan di Kota Tangerang, apakah ada alasan kenapa pindah ke Kota Tangerang? *—*
3. Apakah ada alasan khusus, mengapa Anda memilih usaha bubuk kopi? *Cum nya Ged nya punya skill dan talenta*  
→ Jika ada, apa alasannya?
4. Bagaimana proses berjalannya transaksi yang terjadi mulai dari pembeli datang hingga pergi? *dg cara ramah terhadap pelanggan.*
5. Apakah Anda melakukan promosi? *ya, dg bagi brosur atau setiap libur*  
→ Jika ada, dengan media atau cara apa? *Sosial Media*
6. Dari mana pembeli mengetahui lokasi toko Anda? *Sebagian penduduk perumahan dan Google*
7. Apa yang menjadi kelebihan toko Anda dibanding toko bubuk kopi lainnya? *Komitmen dan jujur.*

Pembimbing



Benny Daniawan

Mahasiswa

Alwin Lauio

## LAMPIRAN A- 4 Hasil Wawancara Bapak Fickra Ibnu Syma

Nama Fickra Ibnu Syma

1. Sejak kapan toko ini mulai berjualan bubuk kopi?

Mulai berjualan bubuk kopinya itu sejak 2 tahun yang lalu di tahun 2020. Awalnya saya jualan kelontongan minuman, terus beralih ke usaha bubuk kopi karena diuji cobakan oleh teman biji kopi itu bagaimana. Ternyata kopi itu unik, di seduhan pertama, kedua, dan ketiga pun berbeda-beda. Jadinya ada daya tarik untuk memulai usaha bubuk kopi.

2. Dimana lokasi pertama kali Anda membuka toko bubuk kopi?

Pertama itu saya bukanya pake tenda-tendaan, masih di sekitar sini juga di daerah Perum. Akhirnya saya punya rezeki dalam usaha saya, yaudah kita pindah karena kita punya mesin *roasting* juga. Jadi dapet biji dari petani dan kita *roasting* sendiri, kemudian kita pasarkan.

3. Apakah ada alasan khusus, mengapa Anda memilih usaha bubuk kopi?

Kopi itu unik sih sebenarnya, jadi kenapa saya milih usaha di kopi itu karena keunikannya. Kalau dilihat dari sekarang kan kebanyakan *coffee shop* ya, nah konsep saya tuh berbeda. Kalau saya kan ibaratnya jual kopi kiloannya, kalau konsep anak-anak sekarang tempat yang *Instagramable* banget, jadinya datang untuk nongkrong dan tidak menikmati kopi itungannya lah, kopi itu rasanya gimanaapun tidak sesuai lah. Tapi kalau tempat saya itu yang datang lansia semua atau berumur semua lah itungannya untuk menikmati kopinya.

4. Bagaimana proses berjalannya transaksi yang terjadi mulai dari pembeli datang hingga pergi?

Biasanya kalau transaksi dia datang sih dan rata-rata kebanyakan tau dari Google Maps. Mereka datang kesini atau *by phone*, kemudian datang untuk ambil pesannya, lalu kita minta *review*-nya pembeli dan gimana responnya untuk rasa kopinya, baru kita bisa evaluasi jadinya.

5. Apakah Anda melakukan promosi ?  
Promosi pasti ada lah, setiap usaha pun pasti ada promosi untuk melakukan gebrakan dia maju kedepan. Untuk sekarang ini sih kita pelan-pelan aja promosinnya, masih belum jor-joran. Promosi kita biasanya beli bubuk kopi, dapet *free* minuman.
6. Dari mana pembeli mengetahui lokasi toko Anda?  
Biasanya pembeli tau dari Google Maps rata-rata, lalu ada juga yang dari Instagram atau Facebook karena kita main juga disana.
7. Apa yang menjadi kelebihan toko Anda dibanding toko bubuk kopi lainnya?  
Kelebihannya ketika orang datang bisa milih biji. Ibaratnya kalau tempat lain kan seperti yang tadi saya bilang, lebih ke *Instagramable* banget dan kopi-kopinya juga yang kekinian. Tapi kalau disini, kita tau prosesnya dan tau bentuk bijinya kayak gimana.
8. Apa kendala Anda dalam berjualan dengan cara yang sekarang?  
Kalau di kondisi sekarang ya ada lah emang karena pandemi ya rata-rata sih sulit juga. Tapi kayaknya untuk usaha kopi engga juga sih, karena ibaratnya kan kalau kopi bisa dibeli dan bisa seduh atau minum di rumah. Jadi kendalanya hanya karena pandemi saja.
9. Jenis biji kopi apa saja yang Anda jual?  
Kalau disini kita ada beberapa biji, kayak model gayo, toraja, sidikalang, terus Papua, *longberry*, *peaberry*. Kalau robusta kita ada 3 jenis doang, ada robusta pagar alam, robusta gayo, sama robusta Sidikalang.

Pembimbing

Responden

Mahasiswa



Benny Daniawan

Fickra Ibnu Syma

Alwin Laulio

## LAMPIRAN A- 5 Hasil Wawancara Bapak Nathaniel Aditama

Nama: Nathaniel Aditama

1. Apakah anda pecinta kopi?

Iya, karena menurut saya. Kopi memiliki banyak manfaat bagi saya sendiri karena kopi bisa membantu saya dalam menyelesaikan tugas kuliah.

2. Kopi jenis apa yang anda sukai?

Kalau untuk saya sendiri, jenis kopi yang saya sukai jenis arabica karena hasil olahan biji arabica sendiri menghasilkan cita rasa yang asam berbeda dengan hasil biji olahan kopi robusta dimana cita rasa yang dihasilkan cenderung lebih pahit, sehingga rasa yang dihasilkan akan menjadi bitter atau kurang enak ditenggorokan.

3. Sudah berapa lama anda mengkonsumsi kopi bubuk tersebut?

Kurang lebih sekitar 1-2 tahun

4. Dengan cara apa anda membeli bubuk kopi tersebut?

Biasanya untuk membeli bubuk kopi yang saya konsumsi dengan cara mengunjungi toko tersebut atau juga bisa menggunakan berbagai platform E-commerce

5. Darimana anda mengetahui informasi mengenai toko tersebut?

Untuk saya dapat mengetahui toko tersebut, saya mendapatkan referensi dari teman kerja saya dan juga harga yang ditawarkan oleh toko tersebut relatif terjangkau dibanding toko-toko lainnya.

6. Mengapa anda lebih memilih untuk mengkonsumsi kopi bubuk dibanding kopi instan yang lebih praktis?

Untuk alasannya mungkin, kopi bubuk lebih aman untuk di konsumsi dibandingkan kopi sachetan. Hal ini disebabkan karena kopi bubuk lebih fresh dibanding kopi



sachetan dan juga biasanya kopi sachetan menggunakan bahan pengawet, berbeda dengan kopi bubuk yang hanya kuat kurang lebih 1-2 bulan.

7. Bagaimana proses berjalannya transaksi pembelian kopi bubuk tersebut?

Untuk proses transaksi yang biasa saya lakukan biasanya dengan melakukan komunikasi dengan pekerja yang ada di toko fisik tersebut, namun jika saya ingin membeli melalui platform E-Commerce, biasanya saya langsung menghubungi/ mengkontek admin customer service dari toko ecommerce tersebut

8. Apa saja informasi yang perlu anda ketahui sebelum membeli kopi bubuk tersebut?

Untuk informasi yang perlu saya ketahui sebelum membeli kopi bubuk itu, biasanya yang pertama faktor harga karena yang harga itu sangat mempengaruhi dalam membeli kopi tersebut, kemudian faktor selanjutnya yaitu deskripsi produk, seperti apakah produk kopi bubuk tersebut, apakah kopi bubuk tersebut jenis arabica atau robusta, atau juga bisa dicampur keduanya antara 50 50, 70 30, dan 60 40

Pembimbing

Responden

Mahasiswa

Benny Daniawan



Nathaniel Aditama

Alwin Laulio

LAMPIRAN A- 6 Form Requirement Elicitation Bapak Sahasin

No	Analisis Kebutuhan Sistem	Keterangan
	Saya ingin sistem dapat :	
1	FOTO Produk yang jelas	
2	deskripsi Produk (yang sesuai, lengkap, jujur)	
3	Tampilan Etalase produk yang rapih	
4	Promo - promo meharik	
5	service kepada pembeli harus sigap cepat tanggap	
6		
7		
8		
9		
10		

Tangerang, 30-04-2022

Pembimbing

Responden

Mahasiswa



Benny Daniawan

Sahasin

Alwin Lulio

LAMPIRAN A- 7 Form Requirement Elicitation Bapak Hendra

No	Analisis Kebutuhan Sistem	Keterangan
	Saya ingin sistem dapat :	
1	Menampilkan photo	
2	Kopi Lokomotif Blok C 20 pass & lokomotif	
3	peternakan - Tangerang.	
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Tangerang, 19-04-2022

Pembimbing

Responden

Mahasiswa



Benny Daniawan

Herman Susilo

Alwin Laulio

LAMPIRAN A- 8 Form Requirement Elicitation Bapak Fickra Ibnu Syma

No	Analisis Kebutuhan Sistem	Keterangan
	Saya ingin sistem dapat :	
1	foto produk	
2	Cermin & Uburan Grinder Beans	
3	Deskripsi produk	
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Tangerang, 21-04-2022

Pembimbing

Responden

Mahasiswa



Benny Daniawan

Fickra Ibnu Syma

Alwin Lulio

LAMPIRAN A-9 Form Requirement Elicitation Bapak Nathaniel Aditama

Analisis Kebutuhan Sistem		Keterangan
No	Saya ingin sistem dapat :	
1	Deskripsi produk atau rekomendasi produk	
2	Memberikan pilihan gilingan kopi, kasar/halus	
3	menampilkan gambar dari gilingan kopi tersebut	
4	memberikan pilihan biji kopi berdasarkan presentase	
5	mengetahui kapan kopi tersebut diolah/roasting	
6	mengetahui kapan kopi tersebut aman digunakan	
7	Memberikan informasi dari mana produk berasal	
8		
9		
10		

Tangerang, 21-04-2022

Pembimbing

Responden

Mahasiswa



Benny Daniawan

Nathaniel Aditama

Alwin Lualio

## LAMPIRAN A- 10 Listing Program

```
<!doctype html>

<html lang="en">

<head>

  <meta charset="utf-8">

  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">

  <title>Coffeepedia</title>

  <link href="https://cdn.jsdelivr.net/npm/bootstrap@5.1.3/dist/css/bootstrap.min.css" rel="stylesheet"

    integrity="sha384-

1BmE4kWBq78iYhFldvKuhfTAU6auU8tT94WrHftjDbrCEXSU1oBoqyl2QvZ6jIW3"

crossorigin="anonymous">

  <link href="/css/dashboard.css" rel="stylesheet">

  <link rel="stylesheet" type="text/css" href="/css/trix.css">

  <link rel="stylesheet" href="/css/style.css">

  <script type="text/javascript" src="/js/trix.js"></script>

  <style>

    [data-trix-button-group="file-tools"] {

      display: none !important;

    }

  </style>

</head>

<body style="background-color:#E5E3E3;">

  <nav class="navbar navbar-expand-lg navbar-dark bg-dark">

    <div class="container-fluid">

      <div class="collapse navbar-collapse justify-content-end" id="navbarNav">

        <ul class="navbar-nav">

          <li class="nav-item">

            <a class="navbar-brand" href="/etalase">
```

```
</a>
</li>
<li class="nav-item">
  <a class="nav-link" aria-current="page"></a>
</li>
<li class="nav-item">
  <a class="nav-link active" href="etalase"> Home</a>
</li>
<li class="nav-item">
  <a class="nav-link active" href="coffeinfo">CoffeeInfo </a>
</li>
@if (auth()->user()->role == 'seller')
  <li class="nav-item">
    <a class="nav-link active" href="{{ route('product.index') }}">List Product </a>
  </li>
@endif
@if (auth()->user()->role == 'buyer')
  <li class="nav-item">
    <a class="nav-link active" href="history">Transaction History </a>
  </li>
@endif
@if (auth()->user()->role == 'seller')
  <li class="nav-item">
    <a class="nav-link active" href="historyseller">Transaction History </a>
  </li>
@endif
</ul>
```

```

<ul class="navbar-nav ms-auto">

    @auth

        @if (auth()->user()->role == 'buyer')

            <li class="nav-item">

                @php

                    $pesanan_utama = \App\Models\Order::where('user_id', Auth::id())

                        ->where('status', 'Not Paid')

                        ->count();

                @endphp

                <a class="nav-link active" href="cart"> <span data-feather="shopping-bag"> </span>

                    <span

                        class="translate-middle badge rounded-pill bg-danger">{{ $pesanan_utama

                    }}</span>

                </span>

            </a>

        </li>

    @endif

    @if (auth()->user()->role == 'seller')

        @php

            $new_order = \App\Models\Order::with('products')

                ->whereHas('products.user', function ($q) {

                    return $q->where('id', '=', Auth::id());

                })

                ->where('status', 'Verified')

                ->get();

        @endphp

        <a class="nav-link active" href="orderbaru"><span data-feather="clipboard"></span>

            <span

```



```

        class="translate-middle badge rounded-pill bg-danger">{{ $new_order->count()
    }}</span>

    </a>

    </li>

    @endif

    @if (auth()->user()->role == 'admin')

        @php

            $verification = \App\Models\Order::where('status', 'Verification Process')->count();

        @endphp

        <li class="nav-item">

            <a class="nav-link active" href="verifikasiorder"><span data-feather="check-
square"></span>

        </li>

        <span class="translate-middle badge rounded-pill bg-danger">{{ $verification }}</span>

    </a>

    @endif

    <li class="nav-item dropdown">

        <a class="nav-link dropdown-toggle" href="#" id="navbarDropdown" role="button"
            data-bs-toggle="dropdown" aria-expanded="false">

            Welcome back, {{ auth()->user()->username }}

        </a>

        <ul class="dropdown-menu" aria-labelledby="navbarDropdown">

            <li><a class="dropdown-item" href="/profile"> <span data-feather="user"> </span> My
                Profile</a></li>

            <li>

                <hr class="dropdown-divider">

            </li>

            @if (auth()->user()->role == 'buyer')

```


```
<li><a class="dropdown-item" href="/wishlist"> <span data-feather="heart"> </span>
    Wishlist</a></li>

<li>
    <hr class="dropdown-divider">
</li>
@endif

@if (auth()->user()->role == 'admin')

<li><a class="dropdown-item" href="/user"> <span data-feather="users"> </span>
    Users</a></li>
<li>
    <hr class="dropdown-divider">
</li>
@endif

<li>
    <form action="/logout" method="post">
        @csrf
        <button type="submit" class="dropdown-item"> <span data-feather="log-out">
            Logout</a>
    </li>
</form>
</ul>
</li>
@else
<li class="nav-item">
    <a href="/login" class="nav-link"><span data-feather="log-in"></span> Login </a>
</li>
@endauth
```

The image features a large, semi-transparent watermark of the Universitas Buddhi Dharma (UBD) logo in the background. The logo is circular with a red outer border and a yellow inner circle. Inside the yellow circle is a blue silhouette of a traditional Indonesian building with a tiered roof. The text 'UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA' is written in a circular path around the inner circle, and 'UBD' is written at the bottom. The watermark is centered and overlaps the code text.

```
</ul>

</div>

</div>

</nav>

<main class="col-md-9 ms-sm-auto col-lg-12 px-md-5">

  <div class="d-flex justify-content-between flex-wrap flex-md-nowrap align-items-center">

    <h1 class="h2"> </h1>

  </div>

  <div class="content">

    @yield('content')

  </div>

</main>

</div>

<link rel="stylesheet" href="http://netdna.bootstrapcdn.com/font-awesome/4.2.0/css/font-awesome.min.css">

<script src="https://cdn.jsdelivr.net/npm/bootstrap@5.1.3/dist/js/bootstrap.bundle.min.js"

  integrity="sha384-

ka7Sk0Gln4gmtz2MlQnikT1wXgYsOg+OMhuP+IIRH9sENBO0LRn5q+8nbTov4+1p"

crossorigin="anonymous">

</script>

<script src="https://cdn.jsdelivr.net/npm/feather-icons@4.28.0/dist/feather.min.js"

  integrity="sha384-

uO3SXW5luS1ZpFPKugNNWqTZRRglnUJK6UAZ/gxOX80nxEkN9NcGZTftn6RzhGWE"

crossorigin="anonymous">
```

```
</script>

<script src="/js/dashboard.js"></script>

<script>

  function previewImage() {

    const image = document.querySelector('#image');

    const imgPreview = document.querySelector('.img-preview');

    imgPreview.style.display = 'block';

    const oFReader = new FileReader();

    oFReader.readAsDataURL(image.files[0]);

    oFReader.onload = function(oFEvent) {

      imgPreview.src = oFEvent.target.result;

    }

  }

</script>
```

