



UNIVERSITAS
Dinamika

**RANCANG BANGUN APLIKASI SISTEM PENGGALANGAN DANA
BERBASIS WEB DENGAN MENERAPKAN KONSEP *CROWDFUNDING*
PADA *STARTUP* PEDULY**

TUGAS AKHIR



**Program Studi
S1 SISTEM INFORMASI**

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh :

MUHAMMAD IQBAL AULIA RAFI'

16410100012

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN
INFORMATIKA UNIVERSITAS DINAMIKA
2020**

**RANCANG BANGUN APLIKASI SISTEM PENGGALANGAN DANA
BERBASIS WEB DENGAN MENERAPKAN KONSEP *CROWDFUNDING*
PADA *STARTUP* PEDULY**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Komputer**



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh :

Nama : Muhammad Iqbal Aulia Rafi'

NIM : 16410100012

Jurusan : S1 Sistem Informasi

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2020

Tugas Akhir
RANCANG BANGUN APLIKASI SISTEM PENGGALANGAN DANA
BERBASIS WEB DENGAN MENERAPKAN KONSEP *CROWDFUNDING*
PADA *STARTUP* PEDULY

Dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Iqbal Aulia Rafi'

NIM : 16410100012

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada : Senin, 7 September 2020

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing:

I. Vivine Nurcahyawati., M.Kom.

NIDN: 0723018101

II. Erwin Sutomo. S.Kom., M.Eng.

NIDN: 0722057501


Pembahas:

Tutut Wuriyanto, M.Kom.

NIDN. 0703056702


Digitally signed
by Vivine
Nurcahyawati
Date: 2020.09.07
09:27:59 +07'00'


Universitas
Dinamika
2020.09.07
15:09:13 +07'00'


Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date: 2020.09.08
03:46:57 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana


Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2020.09.09
12:59:29 +07'00'

NIDN: 0708017101

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA

PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Muhammad Iqbal Aulia Rafi'

NIM : 16410100012

Program Studi : S1 Sistem Informasi

Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika

Jenis Karya : Tugas Akhir

Judul Karya : **RANCANG BANGUN APLIKASI SISTEM**

PENGGALANGAN DANA BERBASIS WEB DENGAN

MENERAPKAN KONSEP CROWDFUNDING PADA

STARTUP PEDULY

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 September 2020



Yang menyatakan

Muhammad Iqbal Aulia Rafi'

NIM: 16410100012



“My self it’s not my priority for few moments”

UNIVERSITAS
Dinamika



Kupersembahkan hasil karya ini untuk

Ibu yang selalu mendoakanku,

Bapak yang selalu menasihati dan mendukungku,

Para sahabat yang selalu menyemangati,

Dan untuk semua,

Terima kasih

UNIVERSITAS
Dinamika

ABSTRAK

Startup Peduly adalah *startup* yang bergerak pada bidang penggalangan dana dan berdonasi secara *online*. Permasalahan pada aplikasi startup Peduly ialah kurangnya minat calon donatur untuk berdonasi pada platform Peduly, bahkan pada suatu *campaign* tidak ada yang berdonasi. Jika hal itu sampai terjadi dan berlangsung lama dampak resiko tersebut akan merugikan Peduly. Guna mengatasi hal tersebut perlu dilakukan usaha lebih untuk melakukan publikasi atau pendekatan/teori menerapkan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Sharing*). Berdasarkan masalah yang ada, maka dilakukan pengembangan pada aplikasi Peduly dengan menerapkan *crowdfunding* dan AISAS. Pengembangan aplikasi yang dilakukan dengan menerapkan teori *crowdfunding* dan AISAS diantaranya yaitu, *Success Story*, komentar *campaign*, video *campaign*, laporan perkembangan *campaign* dan donasi *campaign*. Hasil dari penelitian ini adalah, telah dihasilkan sebuah aplikasi yang menerapkan *crowdfunding* dan AISAS. Fungsional aplikasi sebagai representasi penerapan teori *crowdfunding* dan AISAS adalah berupa fungsi yaitu melakukan *Share campaign*, komentar *campaign*, video *campaign*, *Success Story*, laporan perkembangan *campaign* dan donasi *campaign*. Ujicoba telah dilakukan pada semua fungsional yang ada dan keseluruhan fungsi telah berjalan dengan baik.

Kata Kunci : AISAS, *Crowdfunding*, Peduly.



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

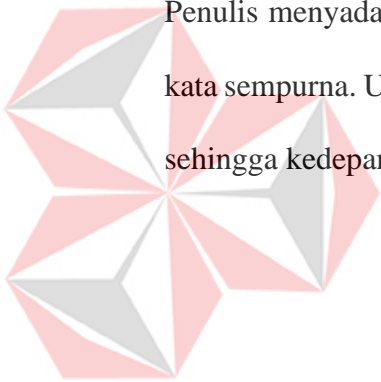
Puji dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena dengan rahmat, karunia, ridho dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan topik yang diambil yaitu penilaian kinerja. “Rancang Bangun Aplikasi Penggalangan Dana Berbasis Web Dengan Menerapkan Konsep *Crowdfunding* pada *Startup PEDULY*” merupakan salah satu judul tugas akhir yang digunakan untuk menyelesaikan program sarjana yang wajib ditempuh oleh setiap mahasiswa sebagai syarat kelulusan.

Dalam penyusunan laporan tugas akhir, penulis ingin berterimakasih kepada banyak pihak yang membantu dalam menyelesaikan laporan ini. Karena laporan ini dapat terselesaikan berkat kritik, saran, bantuan, hiburan dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis, untuk itu penulis berterima kasih kepada:

1. Orang tua dan kakak yang selalu memberikan doa, bantuan, nasihat dan dukungan moral kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika.
3. Bapak Dr. Jusak selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika.
4. Bapak Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng. Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi.
5. Ibu Vivine Nurcahyawati, M.Kom., OCP dan Bapak Erwin Sutomo, S.Kom., M.Eng selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, semangat dan dukungan dalam proses penyelesaian tugas akhir.

6. Bapak Tutut Wuriyanto, M.Kom. selaku dosen pembahas yang telah memberikan kemudahan serta arahan dalam penyelesaian tugas akhir.
7. Teman-teman angkatan 2016 seperjuangan yang membantu, memberi dukungan, dan saran dari proses penyelesaian laporan tugas akhir ini.
8. Teman-teman dari group “mantap caur” , “belajar laravel” , dan “sobat ambyar” yang telah membantu, memberikan dukungan , semangat serta saran mengenai proses penyelesaian laporan tugas akhir ini.
9. Teman-teman dari UKP Linux User Group yang telah memberikan semangat serta pembelajaran pada saat kuliah hingga penyelesaian laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih banyak kesalahan dan jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak, sehingga kedepannya laporan ini dapat berguna lebih baik bagi para pembaca.



UNIVERSITAS
Dinamika

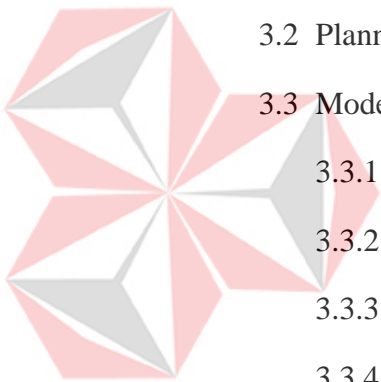
Surabaya, 7 September 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	3
1.5 Manfaat.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Penggalangan Dana.....	5
2.2 Crowdfunding.....	5
2.3 Startup Peduly.....	7
2.4 Campaign.....	8
2.5 AISAS.....	8
2.5.1 <i>Attention</i> (Perhatian).....	9
2.5.2 <i>Interest</i> (Ketertarikan).....	10
2.5.3 <i>Search</i> (Pencarian).....	11

2.5.4 <i>Action</i> (Aksi)	11
2.5.5 <i>Share</i> (Berbagi)	12
2.6 Penelitian Terdahulu	13
2.6.1 <i>Crowdfunding</i>	13
2.6.2 Teori AISAS	14
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM.....	15
3.1 Communication Phase.....	17
3.1.1 Studi Literatur	17
3.1.2 Observasi.....	17
3.1.3 Wawancara.....	17
3.2 Planning Phase	17
3.3 Modeling	18
3.3.1 Identifikasi Data, Pengguna dan Informasi.....	18
3.3.2 Identifikasi Data.....	19
3.3.3 Identifikasi Kebutuhan Fungsional	20
3.3.4 Identifikasi Kebutuhan Non Fungsional	20
3.3.5 Perancangan Sistem	21
3.3.6 Penjelasan Diagram IPO	23
3.3.7 <i>System flow Diagram</i>	24
3.3.8 <i>Context Diagram</i>	25
3.3.9 <i>Data Flow Diagram</i>	26
3.3.10 <i>Entity Relationship Diagram</i>	28
3.3.11 Desain Basis Data.....	29
3.3.12 Desain Antarmuka.....	29
3.3.13 Desain <i>Testing</i>	30



3.4 Construction	30
3.5 Deployment	30
3.6 Pembuatan Laporan Tugas Akhir.....	31
BAB IV IMPLEMENTASI DAN EVALUASI.....	32
4.1 Kebutuhan Sistem	32
4.1.1 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	32
4.1.2 Kebutuhan Perangkat Keras.....	33
4.2 Implementasi Sistem	33
4.2.1 <i>Campaigner</i>	33
4.2.2 Donatur.....	36
4.2.3 Bagian Administrasi.....	40
4.3 Hasil <i>Testing</i> Sistem.....	46
4.3.1 Donatur.....	47
4.4 Hasil Pembahasan	47
BAB V PENUTUP.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	51
BIODATA PENELITI.....	202



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Identifikasi Data, Pengguna dan Informasi.....	18
Tabel 3.2 Identifikasi Kebutuhan Fungsional	20
Tabel 3.3 Diagram IPO Input.....	23
Tabel 3.4 Desain <i>Testing</i> Halaman Detail <i>Campaign</i>	30
Tabel 4.1 Kebutuhan Perangkat Lunak	32
Tabel 4.2 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	33
Tabel 4.3 Hasil <i>Testing</i> Halaman Detail <i>Campaign</i>	47
Tabel L1.1 Jadwal Kerja Pengembangan Aplikasi.....	51
Tabel L2.1 Penjelasan IPO Process Pembuatan <i>Campaign</i>	52
Tabel L2.2 Penjelasan IPO Process Donasi <i>Campaign</i>	52
Tabel L2.3 Penjelasan IPO Process Laporan Perkembangan <i>Campaign</i>	52
Tabel L2.4 Penjelasan IPO Process Komentar <i>Campaign</i>	53
Tabel L2.5 Penjelasan IPO Process <i>Success Story</i>	53
Tabel L2.6 Penjelasan IPO Process <i>Share Campaign</i>	53
Tabel L2.7 Penjelasan IPO Process Upload Video <i>Campaign</i>	53
Tabel L2.8 Penjelasan IPO Output	54
Tabel L6.1 Struktur Data Kategori.....	81
Tabel L6.2 Struktur Data Regencies	81
Tabel L6.3 Struktur Data Video <i>Campaign</i>	82
Tabel L6.4 Struktur Data <i>Campaign</i>	82
Tabel L6.5 Struktur Data Donasi	83
Tabel L6.6 Struktur Data Penarikan Donasi	83
Tabel L6.7 Struktur Data Komentar <i>Campaign</i>	84
Tabel L6.8 Struktur Data <i>Success Story</i>	84
Tabel L6.9 Struktur Data Laporan <i>Campaign</i>	85
Tabel L6.10 Struktur Data User	85
Tabel L9.1 Kebutuhan Perangkat Lunak.....	131

Tabel L11.1 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard <i>Campaign</i>	183
Tabel L11.2 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Pembuatan <i>Campaign</i>	184
Tabel L11.3 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Pengajuan Penarikan Donasi	184
Tabel L11.4 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard List Penarikan Donasi.....	185
Tabel L11.5 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Form Pengajuan Penarikan Donasi...	185
Tabel L11.6 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Laporan <i>Campaign</i>	186
Tabel L11.7 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard List Laporan <i>Campaign</i>	187
Tabel L11.8 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Form Laporan <i>Campaign</i>	187
Tabel L11.9 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard <i>Success Story Campaign</i>	188
Tabel L11.10 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard List <i>Success Story Campaign</i>	188
Tabel L11.11 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Form <i>Success Story Campaign</i>	189
Tabel L11.12 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Video <i>Campaign</i>	190
Tabel L11.13 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Form Video <i>Campaign</i>	191
Tabel L11.14 Hasil <i>Testing</i> Halaman List <i>Campaign</i>	191
Tabel L11.15 Hasil <i>Testing</i> Halaman Detail <i>Campaign</i>	192
Tabel L11.16 Hasil <i>Testing</i> Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian Laporan <i>Campaign</i> ...	192
Tabel L11.17 Hasil <i>Testing</i> Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian Komentar <i>Campaign</i>	193
Tabel L11.18 Hasil <i>Testing</i> Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian <i>Success Story</i>	193
Tabel L11.19 Hasil <i>Testing</i> Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian Video <i>Campaign</i>	194
Tabel L11.20 Hasil <i>Testing</i> Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian <i>Share Campaign</i>	194
Tabel L11.21 Hasil <i>Testing</i> Halaman Donasi <i>Campaign</i>	195
Tabel L11.22 Hasil <i>Testing</i> Halaman List <i>Success Story</i>	195
Tabel L11.23 Hasil <i>Testing</i> Halaman List Video <i>Campaign</i>	196
Tabel L11.24 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard <i>Campaign</i>	197
Tabel L11.25 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Donasi <i>Campaign</i>	198
Tabel L11.26 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Video <i>Campaign</i>	199
Tabel L11.27 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard <i>Success Story</i>	199
Tabel L11.28 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Penarikan Donasi	200
Tabel L11.29 Hasil <i>Testing</i> Halaman Dashboard Laporan <i>Campaign</i>	201

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model AISAS	9
Gambar 3.1. Tahapan Penelitian.	16
Gambar 3.2 IPO Diagram Pembuatan <i>Campaign</i> 1	21
Gambar 3.3 IPO Diagram pada <i>Campaign</i> 2	22
Gambar 3.4 IPO Diagram pada <i>Campaign</i> 3	23
Gambar 3.5 System flow Upload Video <i>Campaign</i>	25
Gambar 3.6 Context Diagram	26
Gambar 3.7 Data Flow Diagram Level 0	27
Gambar 3.8 Physical Data Model	28
Gambar 3.9 Halaman Desain Antarmukan Detail <i>Campaign</i>	29
Gambar 4.1 Halaman Dashboard <i>Campaign</i>	34
Gambar 4.2 Halaman Dashboard Edit <i>Campaign</i>	35
Gambar 4.3 Halaman Laporan Donasi	36
Gambar 4.4 Halaman Detail <i>Campaign</i>	37
Gambar 4.5 Halaman Donasi <i>Campaign</i>	38
Gambar 4.6 Notifikasi Gagal Simpan Data Donasi <i>Campaign</i>	38
Gambar 4.7 Tidak Menampilkan Nama Donatur	39
Gambar 4.8 Menampilkan Pesan Dukungan <i>Campaign</i>	39
Gambar 4.9 Pembayaran Donasi Melalui Midtrans	40
Gambar 4.10 Halaman Dashboard <i>Campaign</i>	41
Gambar 4.11 Halaman Dashboard Approved <i>Campaign</i>	41
Gambar 4.12 Database Soft Delete <i>Campaign</i>	42
Gambar 4.13 Halaman Dashboard Edit <i>Campaign</i>	42
Gambar 4.14 Halaman Dashboard Donasi <i>Campaign</i>	43
Gambar 4.15 Halaman Dashboard Pembuatan <i>Campaign</i>	43
Gambar 4.16. Halaman Dashboard Donasi <i>Campaign</i>	44
Gambar 4.17 Notifikasi Donasi <i>Campaign</i> Approved	44
Gambar 4.18 Pembatalan Donasi <i>Campaign</i>	45

Gambar 4.19 Halaman Dashboard Penarikan Donasi.....	45
Gambar 4.20 Halaman Dashboard Detail Penarikan Donasi	46
Gambar 4.21 Pengajuan Penarikan Donasi Telah Disetujui	46
Gambar L3.1 System flow Pembuatan <i>Campaign</i> (<i>Campaigner</i>).....	55
Gambar L3.2 System flow Pembuatan <i>Campaign</i> (Bagian Administrasi)	57
Gambar L3.3 System flow Donasi <i>Campaign</i> (Donatur)	59
Gambar L3.4 System flow Donasi <i>Campaign</i> Administrasi.....	61
Gambar L3.5 System flow Laporan Perkembangan <i>Campaign</i> (Penarikan Donasi)	63
Gambar L3.6 System flow Laporan Perkembangan <i>Campaign</i>	65
Gambar L3.7 Laporan Perkembangan <i>Campaign</i> (Penarikan Donasi).....	67
Gambar L3.8 System flow Komentar <i>Campaign</i>	69
Gambar L3.9 System flow <i>Success Story</i>	71
Gambar L3.10 System flow <i>Share Campaign</i>	72
Gambar L4.1 DFD Level 1 Pengelolaan Data.....	74
Gambar L4.2 DFD Level 1 Pembuatan <i>Campaign</i>	75
Gambar L4.3 DFD Level 1 Donasi <i>Campaign</i>	76
Gambar L4.4 DFD Level 1 Laporan Perkembangan <i>Campaign</i>	77
Gambar L4.5 DFD Level 1 Komentar <i>Campaign</i>	77
Gambar L4.6 DFD Level 1 <i>Success Story</i>	78
Gambar L4.7 DFD Level 1 Upload Video <i>Campaign</i>	79
Gambar L4.8 DFD Level 1 Penarikan Donasi	79
Gambar L5.1 Conceptual Data Model	80
Gambar L7.1 Desain Antarmuka Halaman Dashboard <i>Campaign</i>	87
Gambar L7.2 Desain Antarmuka Halaman Dashboard Pembuatan <i>Campaign</i>	88
Gambar L7.3 Desain Antarmuka Halaman Dashboard Pengajuan Penarikan Donasi....	89
Gambar L7.4 Desain Antarmuka Halaman Dashboard List Pengajuan Penarikan.....	90
Gambar L7.5 Desain Antarmuka Halaman Dashboard Form Pengajuan Donasi.....	91
Gambar L7.6 Desain Antarmuka Halaman Dashboard Laporan <i>Campaign</i>	92
Gambar L7.7 Desain Antarmuka List Laporan Perkembangan <i>Campaign</i>	93
Gambar L7.8 Desain Antarmuka Dashboard Form Laporan <i>Campaign</i>	94
Gambar L7.9 Desain Antarmuka Dashboard <i>Success Story Campaign</i>	95

Gambar L7.10 Desain Antarmuka Dashboard List <i>Success Story Campaign</i>	96
Gambar L7.11 Desain Antarmuka Dashboard Form <i>Success Story Campaign</i>	97
Gambar L7.12 Desain Antarmuka Dashboard Video <i>Campaign</i>	98
Gambar L7.13 Desain Antarmuka Dashboard Form Video <i>Campaign</i>	99
Gambar L7.14 Desain Antarmuka Halaman List <i>Campaign</i>	100
Gambar L7.15 Desain Antarmuka Halaman Detail <i>Campaign</i>	101
Gambar L7.16 Desain Antarmuka Halaman Detail <i>Campaign</i> Laporan <i>Campaign</i>	102
Gambar L7.17 Desain Antarmuka Halaman Detail <i>Campaign</i> Komentar <i>Campaign</i> ..	103
Gambar L7.18 Desain Antarmuka Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian <i>Success Story</i> .	104
Gambar L7.19 Desain Antarmuka Halaman Detail <i>Campaign</i> Video <i>Campaign</i>	105
Gambar L7.20 Desain Antarmuka Halaman Detail <i>Campaign</i> Share <i>Campaign</i>	106
Gambar L7.21 Desain Antarmuka Halaman Donasi <i>Campaign</i>	107
Gambar L7.22 Desain Antarmuka Halaman List <i>Success Story</i>	108
Gambar L7.23 Desain Antarmuka Halaman List Video <i>Campaign</i>	109
Gambar L7.24 Desain Antarmuka Halaman Dashboard <i>Campaign</i>	110
Gambar L7.25 Desain Antarmuka Halaman Dashboard Donasi <i>Campaign</i>	110
Gambar L7.26 Desain Antarmuka Halaman Dashboard Donasi <i>Campaign</i>	111
Gambar L7.27 Desain Antarmuka Halaman Dashboard <i>Success Story</i>	112
Gambar L7.28 Desain Antarmuka Halaman Dashboard Penarikan Donasi	113
Gambar L7.29 Desain Antarmuka Halaman Dashboard Laporan <i>Campaign</i>	113
Gambar L10.1 Halaman Dashboard <i>Campaign</i>	132
Gambar L10.2 Halaman Dashboard Edit <i>Campaign</i>	133
Gambar L10.3 Halaman Laporan Donasi	134
Gambar L10.4 Halaman Dashboard Pembuatan <i>Campaign</i>	135
Gambar L10.5 Notifikasi Berhasil Simpan Data <i>Campaign</i>	135
Gambar L10.6 Notifikasi Gagal Simpan Data <i>Campaign</i>	136
Gambar L10.7 Halaman Dashboard Pengajuan Penarikan Donasi.....	137
Gambar L10.8 Halaman Dashboard List Pengajuan Penarikan Donasi	138
Gambar L10.9 Halaman Dashboard Fprm Pengajuan Penarikan Donasi	139
Gambar L10.10 Notifikasi Berhasil Simpan Data Pengajuan Penarikan Donasi	140
Gambar L10.11 Notifikasi Gagal Simpan Data Pengajuan Penarikan Donasi	141

Gambar L10.12 Halaman Dashboard Laporan Perkembangan <i>Campaign</i>	142
Gambar L10.13 Halaman Dashboard List Laporan Perkembangan <i>Campaign</i>	143
Gambar L10.14 halaman dashboard edit list laporan perkembangan <i>campaign</i>	143
Gambar L10.15 Halaman Dashboard Form Laporan Perkembangan <i>Campaign</i>	144
Gambar L10.16 Notifikasi Berhasil Simpan Data Laporan Perkembangan <i>Campaign</i>	145
Gambar L10.17 Notifikasi Gagal Simpan Data Laporan Perkembangan <i>Campaign</i> ...	145
Gambar L10.18 Halaman Dashboard <i>Success Story Campaign</i>	146
Gambar L10.19 Halaman Dashboard List <i>Success Story Campaign</i>	147
Gambar L10.20 Halaman Dashboard List <i>Success Story Campaign</i> Disable Tombol.	147
Gambar L10.21 Halaman Detail <i>Success Story</i>	148
Gambar L10.22 Halaman dashboard list edit <i>Success Story campaign</i>	149
Gambar L10.23 Halaman Dashboard Form <i>Success Story Campaign</i>	150
Gambar L10.24 Notifikasi Berhasil Simpan Data <i>Success Story Campaign</i>	150
Gambar L10.25 Notifikasi Gagal Simpan Data <i>Success Story Campaign</i>	151
Gambar L10.26 Halaman Dashboard Video <i>Campaign</i>	152
Gambar L10.27 Halaman Dashboard Edit Data Video <i>Campaign</i>	153
Gambar L10.28 Halaman Dashboard Form Video <i>Campaign</i>	154
Gambar L10.29 Notifikasi Berhasil Simpan Data Video <i>Campaign</i>	154
Gambar L10.30 Notifikasi Gagal Simpan Data Video <i>Campaign</i>	155
Gambar L10.31 Halaman List <i>Campaign</i>	156
Gambar L10.32 Halaman Detail <i>Campaign</i>	157
Gambar L10.33 Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian Laporan <i>Campaign</i>	158
Gambar L10.34 Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian Komentar <i>Campaign</i>	159
Gambar L10.35 Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian <i>Success Story</i>	160
Gambar L10.36 Halaman Detail <i>Campaign</i> Belum Tersedia <i>Success Story</i>	161
Gambar L10.37 Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian Video <i>Campaign</i>	162
Gambar L10.38 Memutar Video <i>Campaign</i>	163
Gambar L10.39 Halaman Detail <i>Campaign</i> Belum Tersedia Video <i>Campaign</i>	163
Gambar L10.40 Halaman Detail <i>Campaign</i> Bagian <i>Share Campaign</i>	164
Gambar L10.41 <i>Share</i> Sosial Media Ke Twitter.....	165
Gambar L10.42 Halaman Donasi <i>Campaign</i>	165

Gambar L10.43 Notifikasi Gagal Simpan Data Donasi <i>Campaign</i>	166
Gambar L10.44 Tidak Menampilkan Nama Donatur	167
Gambar L10.45 Menampilkan Pesan Dukungan <i>Campaign</i>	167
Gambar L10.46 Pembayaran Donasi Melalui Midtrans	168
Gambar L10.47 Halaman List <i>Success Story</i>	169
Gambar L10.48 Halaman List Video <i>Campaign</i>	170
Gambar L10.49 Halaman Dashboard <i>Campaign</i>	171
Gambar L10.50 Halaman Dashboard Approved <i>Campaign</i>	171
Gambar L10.51 Database Soft Delete <i>Campaign</i>	172
Gambar L10.52 Halaman Dashboard Edit <i>Campaign</i>	172
Gambar L10.53 Halaman Dashboard Donasi <i>Campaign</i>	173
Gambar L10.54 Halaman Dashboard Pembuatan <i>Campaign</i>	173
Gambar L10.55 Halaman Dashboard Donasi <i>Campaign</i>	174
Gambar L10.56 Notifikasi Donasi <i>Campaign</i> Approved	174
Gambar L10.57 Pembatalan Donasi <i>Campaign</i>	175
Gambar L10.58 Halaman Dashboard Video <i>Campaign</i>	175
Gambar L10.59 Database Soft Delete Video <i>Campaign</i>	176
Gambar L10.60 Halaman Edit Video <i>Campaign</i>	176
Gambar L10.61 Notifikasi Sukses Edit Video <i>Campaign</i>	177
Gambar L10.62 Halaman Dashboard <i>Success Story</i>	178
Gambar L10.63 Database Soft Delete <i>Success Story</i>	178
Gambar L10.64 Halaman Dashboard Edit <i>Success Story</i>	179
Gambar L10.65 Notifikasi Berhasil Halaman Dashboard <i>Success Story</i>	179
Gambar L10.66 Halaman Dashboard Penarikan Donasi	180
Gambar L10.67 Halaman Dashboard Detail Penarikan Donasi	180
Gambar L10.68 Pengajuan Penarikan Donasi Telah Disetujui	181
Gambar L10.69 Halaman Dashboard Laporan <i>Campaign</i>	182
Gambar L10.70 Halaman Dashboard List Laporan <i>Campaign</i>	182

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Jadwal Kerja Pengembangan Aplikasi	51
Lampiran 2. Penjelasan IPO Diagram.....	52
Lampiran 3. System Flow Diagram	55
Lampiran 4. Data Flow Diagram	74
Lampiran 5. Entity Relationship Diagram	80
Lampiran 6. Desain Basis Data.....	81
Lampiran 7. Desain Antarmuka Pengguna	87
Lampiran 8. Desain <i>Testing</i>	114
Lampiran 9. Kebutuhan Perangkat Lunak	131
Lampiran 10. Implementasi Sistem.....	132
Lampiran 11. Hasil <i>Testing</i> Sistem	183



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peduly adalah *startup* untuk menggalang dana dan berdonasi secara *online*. Secara umum orang-orang mengenal yang kami lakukan sebagai *crowdfunding*. (Peduly, 2018). Peduly memiliki beberapa aktivitas proses bisnis yang ada didalamnya, meliputi: proses bisnis dalam penggalangan dana, pendataan donatur dan pencatatan dana masuk dan keluar.

Startup Peduly berdiri pada tanggal 5 Juli 2018, kota Malang. Didirikan oleh bapak Zainal Multazam yang sekaligus menjadi *founder* dari *Startup* Peduly. Pada awalnya *startup* ini sempat vakum dan akhirnya memulai kembali dengan secara *offline* yaitu menggunakan *fundraiser*, namun di kota yang berbeda, yaitu di kota Surabaya. Terhitung sampai saat ini Peduly mempunyai data donatur sebanyak kurang lebih 7000 donatur. Serta total donasi yang terkumpul sejak pertama didirikan sampai saat ini mencapai kurang lebih Rp. 100.000.000.

Pada saat ini Peduly telah mempunyai aplikasi fitur pembuatan *campaign*, pelacakan donasi, *Share campaign* ke sosial media serta pembayaran donasi melalui transfer bank dengan notifikasi pada email donatur. Dengan aplikasi ini ditemukan fakta bahwasanya terdapat *campaign* yang mempunyai nilai kecil untuk donasi bahkan terdapat *campaign* yang mempunyai donasi kosong. Kondisi ini dinilai begitu memperhatikan, dimana Indonesia mempunyai kultur saling tolong menolong dan bergotong royong.

Permasalahan diatas dapat terjadi dikarenakan kurangnya minat calon donatur untuk berdonasi pada platform Peduly bahkan pada suatu *campaign* tidak ada yang berdonasi. Jika hal itu sampai terjadi dan berlangsung lama dampak resiko tersebut akan merugikan Peduly, Kepercayaan dari donatur berkurang dan beresiko mendapat sanksi pidana mengenai kasus penipuan. Hal tersebut akan berdampak pada keraguan calon donatur mengenai integritas dari *startup* Peduly. Sehingga perlu dilakukan

usaha lebih untuk melakukan publikasi atau pendekatan/teori menerapkan AISAS.

Berdasarkan permasalahan diatas maka peneliti mengajukan pengembangan aplikasi sistem penggalangan dana berbasis web dengan menerapkan konsep *crowdfunding* dengan teori AISAS pada startup Peduly.

Toeri AISAS cocok digunakan pada penggalangan dana karena khalayak dibuat *Interested* dan *give Attention*, untuk kemudian *Search* atas pesan yang disampaikan dan pada akhirnya melakukan *Action* dan *Share* kepada khalayak lainnya. Strategi ini secara nyata sangat efektif dalam mendorong partisipasi khalayak dalam penggalangan dana. (Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi, & Putri, 2019).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada, yaitu:

1. Bagaimana menerapkan teori AISAS pada sistem penggalangan dana dengan konsep *crowdfunding*.
2. Bagaimana menerapkan *crowdfunding* pada sistem penggalangan dana pada startup Peduly.
3. Bagaimana merancang bangun aplikasi penggalangan dana dengan konsep *crowdfunding* dan teori AISAS

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat disusun batasan masalah dalam pembuatan aplikasi penggalangan dana menggunakan konsep *crowdfunding* dengan teori AISAS pada Peduly berbasis *website* adalah sebagai berikut :

1. Jenis *crowdfunding* berupa *donation based*.
2. Tidak membahas mengenai data keuangan atau keuntungan mengenai operasional pada startup Peduly.
3. Pengembangan akan dilakukan pada *campaign* startup Peduly.
4. Menggunakan teori AISAS.

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, berikut ini tujuan yang akan dicapai yaitu :

1. Menerapkan teori AISAS pada sistem penggalangan dana menggunakan konsep *crowdfunding* pada startup Peduly berbasis website.
2. Menerapkan *crowdfunding* pada sistem penggalangan dana pada startup Peduly
3. Merancang bangun aplikasi penggalangan dana dengan konsep *crowdfunding* dan teori AISAS.

1.5 Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat disusun manfaat yang diperoleh dari aplikasi penggalangan dana menggunakan konsep *crowdfunding* dengan teori AISAS berbasis website antara lain :

1. Aplikasi ini akan membantu proses penggalangan dana dan publikasi mengenai *campaign* bagi *startup* Peduly. Serta masyarakat kota Surabaya khususnya dapat membantu membuat *campaign* dan membantu penggalangan dana.
2. Bagi peneliti diharapkan dapat menambah pengetahuan terapan dan mengaplikasikan ilmu – ilmu yang telah didapat semasa kuliah di Universitas Dinamika Surabaya dan menambah wawasan serta pengetahuan dalam pembuatan aplikasi system penggalangan dana berbasis web dengan menerapkan konsep *crowdfunding* dengan teori AISAS pada *startup* Peduly.
3. Aplikasi ini memudahkan pengguna untuk berdonasi sesuai dengan *campaign* yang ada secara cepat. Serta membantu *startup* Peduly dalam menerapkan teori AISAS.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Penggalangan Dana

Penggalangan dana (*fundraising*) adalah proses pengumpulan kontribusi sukarela dalam bentuk uang atau sumber daya lain dengan meminta sumbangan dari individu, perusahaan, yayasan, atau lembaga pemerintah. (ict4ngo, 2016).

2.2 *Crowdfunding*

Crowdfunding merupakan bentuk pendanaan alternatif dari pinjaman/pendanaan yang bersifat tradisional. Prinsipnya sama seperti pendanaan konvensional, *crowdfunding* terbuka untuk semua orang pribadi maupun pelaku ekonomi atau kelompok orang yang memberikan pendanaan kecil ataupun besar. Pada dasarnya *crowdfunding* tetap merujuk pada pendanaan dalam satu proyek/bisnis/kampanye tetapi dengan melibatkan proses dari media baru yakni internet itu sendiri. Mekanisme ini diperlukan untuk memperlancar dan mempercepat arus informasi pendanaan sehingga dapat menjangkau luas masyarakat dan frekuensinya yang begitu tinggi. (Sitanggang, 2016)

Crowdfunding adalah fenomena berbasis web 2.0. Faktor penting keberhasilan konsep *crowdfunding* adalah digitalisasi masyarakat dengan berkembangnya kehadiran internet. Saat ini, pasar semakin jenuh dengan peralatan dan akun digital. Orang dapat berkomunikasi, mengakses dan memberikan informasi secara konstan terhadap proyek atau kampanye sosial *crowdfunding* sendiri. Baru-baru ini orang-orang juga bersedia memberikan kontribusi dan mendorong perkembangan pesat *crowdfunding* dalam lima tahun belakangan ini (Sitanggang, 2016)

Jenis proyek-proyek yang menggunakan metode *crowdfunding* sendiri dapat dikategorikan untuk memudahkan klasifikasi atau membedakan tiap proyek yang ada [7]. Menurut Hemer, berikut adalah kategori-kategori proyek:

1. *Commercial background or objectives of initiative or project:*
 - a. *Not-for-profit*
 - b. *For profit*

c. *Intermediate*

2. *Original organizational embeddedness:*

a. *Independent and single*

b. *Embedded*

c. *Startup*

Penggalangan dengan menggunakan *crowdfunding* sendiri biasanya diterapkan dalam bentuk sebuah aplikasi berbasis website. Terdapat empat jenis website *crowdfunding* berdasarkan sistemnya, yaitu *rewards-based*, *equity based*, *donation based*, dan *lending based* (Rosalina ., A., 2017).

Perhatian, kepercayaan, kerjasama kolektif, dan pengumpulan uang bersama merupakan 4 aspek penting dalam melakukan *Crowdfunding*. Keempat aspek ini saling berkaitan dan tidak bisa dipisahkan satu dengan yang lainnya. Dalam perhatian, pemilik proyek melakukan ‘kampanye’ supaya pemilik situs dan masyarakat memberikan perhatian kepada proyeknya. Setelah pemilik situs dan masyarakat memberikan perhatian, timbul kepercayaan yang ditanamkan oleh pemilik situs dan masyarakat kepada si pemilik proyek, untuk melakukan *Crowdfunding* bersama. Perhatian dan kepercayaan yang diberikan oleh pemilik situs menimbulkan sebuah kerjasama untuk melakukan pengumpulan uang bersama yang akan dilakukan oleh masyarakat. (Irfan, 2017)

Ada satu perbedaan mendasar antara *crowdsourcing* dan *crowdfunding* ketika keduanya sama-sama menfaatkan media sosial dan internet sebagai perantara ke masyarakat luas. Perbedaan tersebut mengenai peran donatur yang mendonasikan uangnya ke suatu proyek. *Crowdsourcing* mengharapkan para donatur terlibat lebih dalam proyek yang dibantunya, dengan cara memberikan umpan balik berbentuk ide dan saran untuk keberlangsungan proyek. Berbeda dengan *crowdsourcing*, *Crowdfunding* hanya memanfaatkan para donatur untuk mengumpulkan dana demi terlaksananya suatu proyek. (Irfan, 2017)

Crowdfunding sangat memanfaatkan situasi ini, dimana *Crowdfunding* bisaanya menggunakan internet untuk menggalang dana dari para pengguna internet dan media sosial. Para pemberi donatur bisaanya mempunyai tujuan dan visi yang sama dengan para individu atau organisasi yang memerlukan dukungan, contohnya adalah menolong korban

bencana, dukungan fans kepada artisnya, dan untuk membantu melakukan pelayanan sosial kepada sesama. (Irfan, 2017).

Crowdfunding dibagi dalam 4 jenis yaitu:

1. *Donation Based* Sesuai namanya, para pendonor yang menyetorkan modalnya tidak mendapat imbalan apapun dari proyek yang diajukan. Biasanya pada *donation based crowdfunding* memang diperuntukkan untuk proyek-proyek yang bersifat non-profit seperti membangun panti asuhan, sekolah dsb.
2. *Reward Based* Pada jenis ini, mereka yang mengajukan proposal biasanya memberikan penawaran berupa hadiah atau imbalan lainnya berupa barang, jasa atau sebuah hak, bukan memberikan bagi hasil dari keuntungan yang didapat dari proyek tersebut. *Crowdfunding* jenis ini biasanya diperuntukkan untuk proyek dari industri kreatif seperti games, dimana para donatur yang mendanai proyek tersebut akan diberikan fitur-fitur menarik dari games tersebut.
3. *Debt Based* Sebenarnya *crowdfunding* jenis ini sama dengan pinjaman biasa. Para calon debitur akan mengajukan proposalnya dan para donatur atau kreditur akan menyetorkan modal yang dianggap sebagai pinjaman dengan imbal balik berupa bunga.
4. *Equity Based* Konsepnya sama seperti saham, dimana uang yang disetorkan akan menjadi ekuitas atau bagian kepemilikan atas perusahaan dengan imbalan dividen. (Akbar, 2017)

Bahwa pada penelitian ini akan berfokus pada *Crowdfunding Donation Based* karena para donatur yang melakukan donasi tidak mendapat imbalan apapun dari *campaign* yang didonasikan. Biasanya pada *donation based crowdfunding* memang diperuntukkan untuk *campaign* yang bersifat non-profit seperti membangun panti asuhan, sekolah dsb.

2.3 Startup Peduly

Peduly adalah *startup* yang bergerak pada bidang penggalangan dana dan berdonasi secara *online*. Secara umum orang-orang mengenal yang kami lakukan sebagai *crowdfunding*. *Startup* Peduly berdiri pada tanggal 5 Juli 2018, kota Malang. Didirikan oleh bapak Zainal Multazam yang sekaligus menjadi *founder* dari *Startup* Peduly (Peduly, 2018)

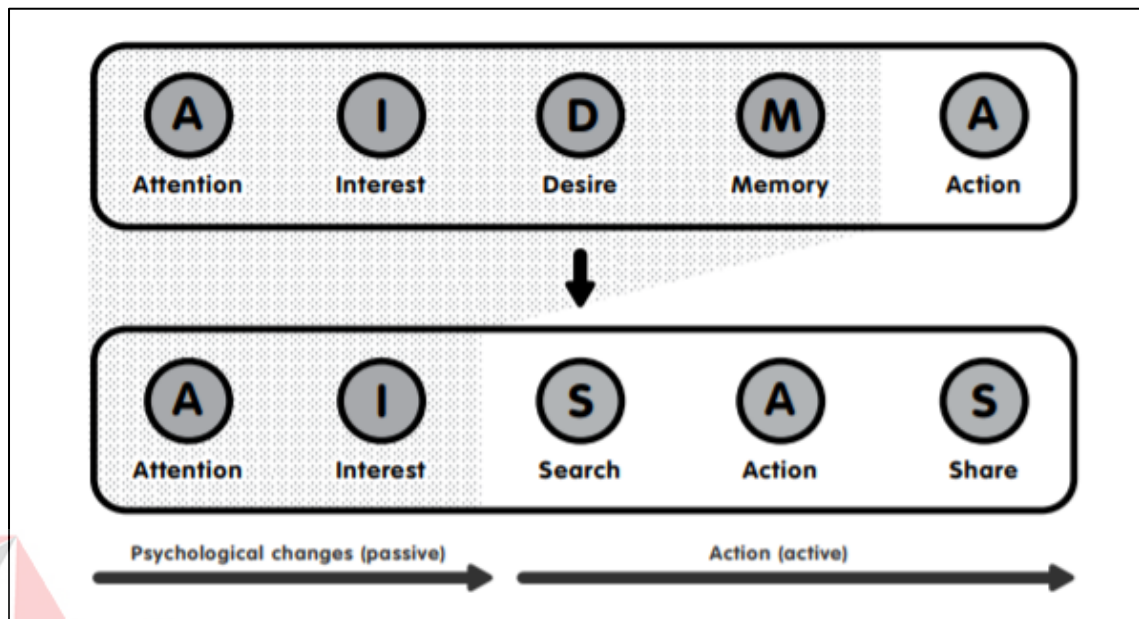
2.4 Campaign

Campaign merupakan tindakan komunikasi yang terorganisasi mengajak khalayak untuk terlibat dalam suatu kegiatan yang membawa perubahan dan tidak hanya dilakukan dalam satu tindakan, tetapi kombinasi dari beberapa tindakan, pelaporan, dan event yang saling berbeda, pada periode waktu tertentu guna mencapai tujuan tertentu untuk perubahan di masa mendatang (Ardiaz, 2017)

2.5 AISAS

Sugiyama dan Andree berpendapat bahwa AISAS adalah model yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang kemajuan teknologi internet. AISAS merupakan singkatan dari *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action* dan *Share* dimana seorang konsumen yang memperhatikan produk, layanan, atau iklan (*Attention*) dan menimbulkan ketertarikan (*Interest*) sehingga muncul keinginan untuk mengumpulkan informasi (*Search*) tentang barang tersebut. Konsumen kemudian membuat penilaian secara keseluruhan berdasarkan informasi yang dikumpulkan, kemudian membuat sebuah keputusan untuk melakukan pembelian (*Action*). Setelah pembelian, konsumen menjadi penyampai informasi dengan berbicara pada orang lain

atau dengan mengirim komentar dan tayangan di Internet (*Sharing*). (Elizabeth Meilyana, 2018)



Gambar 2.1 Model AISAS

2.5.1 Attention (Perhatian)

Terdapat beberapa prinsip melakukan *crowdfunding* Agar sukses mendapatkan dana donasi atas *campaign* yang digalangkan berikut ini merupakan langkah-langkah untuk melakukan *crowdfunding* yang dijelaskan oleh (Young, 2013)

1. Buat proyek yang menarik. Berikan deskripsi yang dapat menarik perhatian donator dan berikan penegasan kepada *campaign* yang dibuat disertai dengan gambar-gambar yang dapat mendeskripsikan *campaign* tersebut.
2. Buat sebuah video promosi. Buat video yang simpel dan menarik yang mendeskripsikan *campaign*. Keberadaan proyek video menambah kesempatan sukses tercapainya target pendanaan. Dari sisi format, format yang digunakan berfokus pada format video. Hal ini dikarenakan format video lebih menarik bagi masyarakat untuk menyimak penjelasan mengenai kampanye sosial sehingga memberikan peluang besar bagi calon donatur untuk berdonasi. Format video juga dapat di putar berulang kali sehingga format ini lebih menarik apabila dibandingkan dengan format foto

3. Target pendanaan yang tepat. Target pendanaan harus dipertimbangkan dengan matang, apabila target pendanaan terlalu tinggi maka target tersebut tidak akan terpenuhi.
4. Durasi promo yang tepat. Semakin lama durasi promo proyek dilakukan semakin besar kesempatan target pendanaan dapat terpenuhi.

Berdasarkan hal diatas, maka dari itu guna menarik perhatian sesuai dengan AISAS. Pada penerapan *Attention* maka peneliti menggunakan upload video *campaign*. Karena telah dijelaskan bahwa format video lebih menarik perhatian dibandingkan dengan format foto.

2.5.2 Interest (Ketertarikan)

Dari sisi konten, konten yang berkualitas dapat membuat suatu website selalu diingat oleh pengikutnya. Kitabisa.com menggunakan beberapa tipe konten yang diunggah pada media sosial dan menjadi acuan diantaranya *Success Story*. Tipe konten tersebut menjadikan Kitabisa.com populer di kalangan masyarakat berkat kontennya yang berbobot, memberikan pesan yang menarik, selalu menebarkan kebaikan. *Success Story* menjadi konten yang paling menarik perhatian masyarakat, khususnya bagi para calon *campaigner* dan donatur. Konten *Success Story* cenderung dapat memberikan motivasi, optimism dan ketertarikan bahwa masih banyak kebaikan yang terjadi di sekitar kita, dan masyarakat masih bisa ikut serta dalam memberikan harapan dan kebahagiaan untuk orang lain serta membuatnya dalam hal donasi.

Dalam menyampaikan tujuan untuk menarik *campaigner*, Kitabisa.com menggunakan strategi dengan menggunakan *storytelling*. Strategi ini dimaksudkan untuk menambah keyakinan *campaigner* ataupun donatur. Melalui media sosial ataupun website kita menunjukkan bahwa melalui Kitabisa.com, akan lebih mudah berdonasi untuk membantu orang lain. Kemudian kita update *Success Story* dari yang terbantu. (Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi, & Putri, 2019)

Berdasarkan hal diatas, maka dari itu guna membuat calon donatur atau *campaigner* tertarik sesuai dengan penerapan AISAS pada *Interest*, maka peneliti menggunakan *Success Story* dalam penerapannya.

2.5.3 Search (Pencarian)

Search merupakan bagian dari AISAS. *Search* masuk kedalam tahap active atau communication high involvement, karena terjadinya komunikasi terhadap pengguna yaitu pengguna mencari informasi pada *campaign*.

Laporan merupakan suatu bentuk penyajian dari suatu fakta mengenai suatu keadaan ataupun suatu kegiatan. Dan pada dasarnya suatu fakta yang disajikan itu adalah tanggung jawab yang ditugaskan kepada si pelapor. Sedangkan fakta yang disajikan adalah bahan ataupun keterangan dari informasi yang dibutuhkan. Dan berdasarkan dari suatu objektif yang dialaminya sendiri oleh si pelapor atau dilihat, didengar, dirasakan sendiri. Dan ketika si pelapor telah melaksanakan kegiatan ataupun suatu kegiatan. (Pengetahuan, 2016)

Di dalam sebuah laporan tentu terdapat fungsi yang dimilikinya, untuk dapat mengetahui apa saja fungsi yang dimiliki dari sebuah laporan mari kita bahas di bawah ini.

1. Sebagai bahan untuk pertanggungjawaban
2. Sebagai alat untuk menyampaikan informasi
3. Sebagai alat pengawasan
4. Sebagai bahan penilaian
5. Sebagai bahan pengambilan keputusan

Berdasarkan hal diatas mengenai laporan, dalam studi kasus ini penerapan *Search* atau mencari informasi diterapkan pada fitur laporan perkembangan *campaign*.

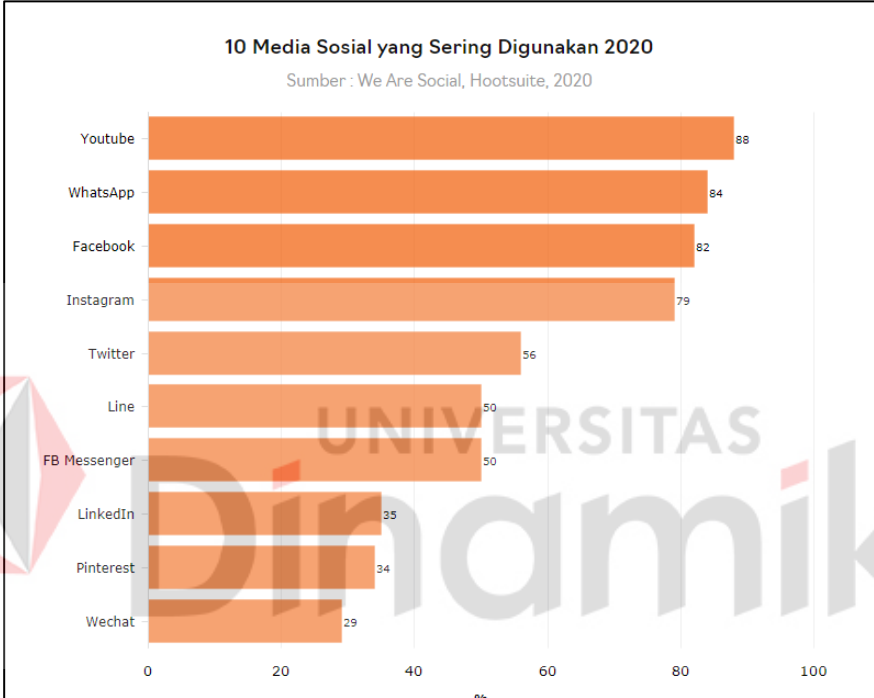
2.5.4 Action (Aksi)

Action merupakan bagian dari AISAS. *Action* masuk kedalam tahap active atau communication high involvement, karena terjadinya komunikasi terhadap pengguna. *Action* digunakan dalam membuat sebuah keputusan untuk melakukan pembelian . (Elizabeth Meilyana, 2018)

Berdasarkan pernyataan diatas maka dalam studi kasus ini, *Action* diterapkan melalui penerapan fitur donasi *campaign*. Donasi *campaign* merupakan keputusan yang harus diambil oleh donatur dalam melakukan donasi atau tidak.

2.5.5 Share (Berbagi)

Share merupakan bagian dari AISAS. *Share* termasuk kedalam tahap active atau communication high involvement, karena terjadinya komunikasi terhadap pengguna. *Share* atau berbagi digunakan setelah melakukan suatu pengambilan keputusan, lalu berikutnya donatur menjadi penyampai informasi dengan berbicara pada orang lain atau dengan mengirim komentar dan tayangan di Internet (*Sharing*). (Elizabeth Meilyana, 2018)



Gambar 2.2 Media Sosial yang Sering Digunakan 2020

Youtube menjadi *platform* yang paling sering digunakan pengguna media sosial di Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun. Persentase pengguna yang mengakses Youtube mencapai 88%. Media sosial yang paling sering diakses selanjutnya adalah WhatsApp sebesar 84%, Facebook sebesar 82%, dan Instagram 79%.

Sebagai informasi, rata-rata waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia untuk mengakses sosial media selama 3 jam 26 menit. Total pengguna aktif sosial media sebanyak 160 juta atau 59% dari total penduduk Indonesia. 99% pengguna media sosial berselancar melalui ponsel. (Jayani, 2020).

Berdasarkan penjelasan mengenai *Share* pada teori AISAS, maka dalam studi kasus ini, *Share* diterapkan melalui penerapan fitur *Share campaign* dan komentar

campaign. Mengenai platform yang digunakan untuk *Share campaign*, berdasarkan data yang telah disajikan mengenai 10 platform yang sering digunakan pada tahun 2020. Maka *Share campaign* dapat dilakukan ke platform whatsapp, facebook, twitter dan line.

2.6 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan jurnal penelitian terdahulu mengenai *crowdfunding* dan teori AISAS:

2.6.1 *Crowdfunding*

A. *Crowdfunding* Sebagai Alternatif Pembiayaan Pembangunan Infrastruktur

1. Hasil Analisis Konten

Survey *platform crowdfunding* yang pernah dilakukan oleh Wisudanto & Arifin (2017) menemukan bahwa terdapat 6 *platform crowdfunding* dengan kapitalisasi yang cukup besar. Total dana terhimpun dari *platform-platform* tersebut mencapai lebih dari 505 miliar rupiah. Total pengguna baik investor maupun pengakses dana mencapai 339.581 entitas.

2. Pembangunan Infrastruktur Melalui *Crowdfunding* di Luar Negeri

Neighborly.com merupakan salah satu *platform crowdfunding* yang berbasis di Amerika Serikat yang pendanaannya diinvestasikan pada obligasi daerah (*municipal bond*) di berbagai negara bagian. *Municipal bond* juga merupakan salah satu sumber pembiayaan pembangunan infrastruktur daerah. Cara kerja *platform* ini menyederhanakan proses investasi pada *municipal bond* sehingga dapat diakses lebih banyak orang melalui internet dengan skema *crowdfunding*.

B. Memahami Mekanisme *Crowdfundin* dan Motivasi Berpartisipasi Dalam Platform Kitabisa.com

Esensi Pengalaman Donatur

1. *Empathy Altruism* dalam *Crowdfunding* Donasi

Altruism (altruisme) adalah tindakan sukarela untuk membantu orang lain tanpa pamrih atau ingin sekedar beramal baik (Schroder, et al., 1995:121). Hal yang ditampilkan oleh Kitabisa.com sendiri adalah hal-hal seputar nilai kemanusiaan yang bisa menaikkan rasa empati seseorang agar mau menolong orang lain. Empati yang dirasakan oleh para donatur sangat berbeda-beda. Hal ini tergantung dari bagaimana donatur meletakkan perasaan iba dan kasihan pada kampennya yang dipilih.

2. *Gotongroyong* dalam *Crowdfunding*

Gotongroyong dapat diartikan sebagai bentuk solidaritas sosial. Gotongroyong terbentuk karena adanya bantuan dari pihak lain, untuk kepentingan pribadi ataupun kepentingan kelompok, sehingga di dalamnya terdapat sikap loyal dari setiap warga sebagai satu kesatuan. Kitabisa.com sebagai platform *crowdfunding* terpopuler di Indonesia merefleksikan nilai yang sudah membudaya di masyarakat Indonesia.

2.6.2 Teori AISAS

A. Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs Online Kitabisa.com

Kitabisa.com menyebarkan tagline “Menghubungkan Orang Baik” dan menyebut para pengguna Kitabisa.com sebagai #OrangBaik. Dengan penggunaan sebutan demikian, Kitabisa.com membangun citra yang kuat dari apa yang ditawarkan. Kini Kitabisa.com telah menjadi top-of-mind dalam platform galang dana, dan juga berhasil menarik banyak inisiatif para anak muda. Untuk menarik para calon #OrangBaik .

Bentuk partisipasi masyarakat dalam penggalang dana secara online ini mengarah pada perilaku konsumen seperti dalam teori AISAS. AISAS adalah suatu model perilaku konsumen online yang dikembangkan oleh Dentsu Group yang merupakan satu perusahaan iklan terbesar di dunia yang didirikan di Jepang. Model AISAS ini dinilai

dapat menjelaskan perilaku konsumen secara lebih akurat dari model-model sebelumnya. AISAS sendiri terbentuk dari *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan), *Search* (pencarian), *Action* (aksi), dan *Share* (berbagi). Perubahan pola perilaku ini didorong oleh perkembangan pesat teknologi internet sehingga menciptakan era digital atau online.

B. Strategi Periklanan Dalam Mempromosikan Sistem *Crowdfunding* Kolase.com Analisis *Attention, Interest, Search, Action, dan Share* Dalam Konteks AISAS

AISAS sendiri merupakan kepanjangan dari *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*. AISAS ditujukan sebagai refleksi atas besarnya peranan internet terhadap hidup manusia di era sekarang. Posisi *Search* dan *Share* menjadi kegiatan penting di internet dalam mencari informasi berupa pengalaman pemakai, tingkat pelayanan, dan kepuasan. Berikut penjelasan dari masing-masing langkah model AISAS.

1. *Attention*

Hasil dari temuan yang didapatkan oleh penulis di lapangan berdasarkan wawancara dengan narasumber Raden Maulana selaku CEO kolase.com menjelaskan bahwa, *crowdfunding* itu merupakan pengalangan dana secara kolektif, dan secara pribadi yang membuat menarik perhatiannya adalah *crowdfunding* kegunaan *crowdfunding* itu sendiri serta manfaatnya.

2. *Interest*

Hasil dari temuan yang didapatkan oleh penulis di lapangan berdasarkan wawancara dengan narasumber Raden Maulana selaku CEO kolase.com kolase.com menjelaskan bahwa, dalam hal yang membuat ketertarikan muncul adalah karena fungsi dari *Crowdfunding* itu sendiri dan sesuai untuk digunakan dalam membantu para pekerja seni untuk membuat sebuah karya.

3. *Search*

Hasil dari temuan yang didapatkan oleh penulis di lapangan berdasarkan wawancara dengan narasumber Raden Maulana selaku CEO kolase.com. menjelaskan bahwa, hal

yang pertama adalah beliau mencari semua informasi tentang *crowdfunding* dari media sosial dan berdiskusi dengan teman sebelum menggunakan *crowdfunding*.

4. *Action*

Hasil dari temuan yang didapatkan oleh penulis di lapangan berdasarkan wawancara dengan narasumber Raden Maulana selaku CEO kolase.com menjelaskan bahwa, beliau memutuskan untuk menggunakan *crowdfunding* adalah karena dengan menggunakan dana pribadi beliau rasa tidak akan bisa sehingga menggunakan *crowdfunding* menjadi jalan yang tepat.

5. *Share*

Hasil dari temuan yang didapatkan oleh penulis di lapangan berdasarkan wawancara dengan narasumber Raden Maulana selaku CEO kolase.com menjelaskan bahwa, karena dinilai masih banyak dari masyarakat yang belum mengetahui apa itu *crowdfunding*, berbagi informasi kepada masyarakat dan agar bisa bermanfaat bagi siapapun.

Dalam menyampaikan tujuan untuk menarik *campaigner*, Peduly.com akan menggunakan strategi dengan menggunakan *storytelling*. Strategi ini dimaksudkan untuk menambah keyakinan *campaigner* ataupun donatur. Melalui media sosial ataupun website kita menunjukkan bahwa melalui Peduly.com, akan lebih mudah berdonasi untuk membantu orang lain. Kemudian kita update *Success Story* dari yang terbantu.

Pengembangan fitur yaitu menambahkan laporan perkembangan *campaign* guna untuk donatur atau calon donatur mengetahui perkembangan pada *campaign* yang telah ia donasi. Pengembangan fitur akan dilakukan yaitu menambah fitur komentar, sehingga tidak membatasi jumlah komunikasi yang terjalin. Bahkan siapapun bisa menjadi komunikator jika audiens atau konsumen yang dituju sudah sesuai dan tepat. Pengembangan yang dilakukan telah sesuai dengan teori AISAS.

BAB III

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

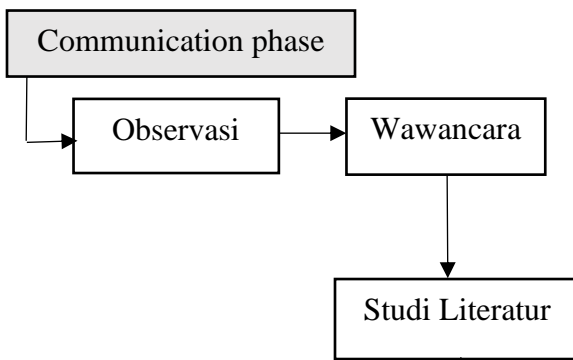
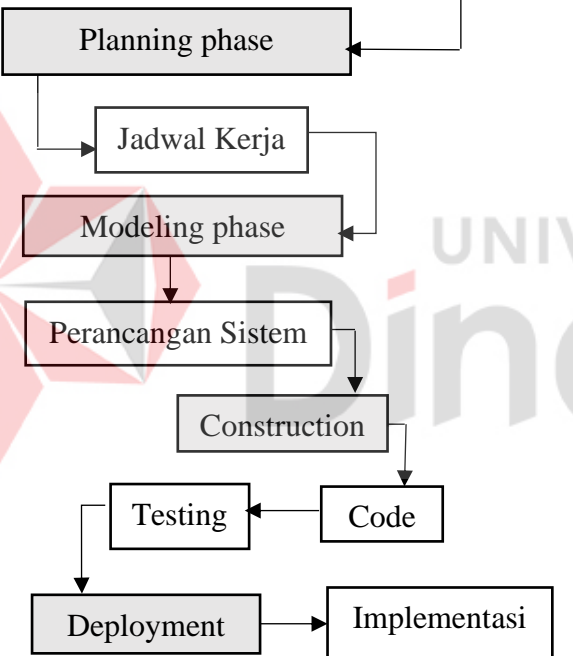
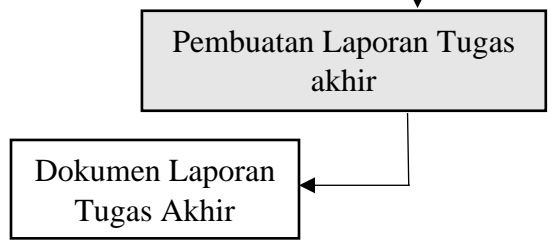
Metode penelitian yang digunakan untuk menyelesaikan tugas akhir ini terdiri atas tiga tahap, yaitu :

1. Tahap Awal
2. Tahap Pengembangan
3. Tahap Akhir

Pada tahap awal merupakan proses peneliti melakukan komunikasi dengan Peduly guna memahami dan mencapai tujuan yang ingin dicapai serta pengumpulan data tambahan yang dapat diambil dari jurnal, artikel dan internet. Pada tahap awal berisi tentang *communication phase* yang terdiri atas observasi, wawancara dan studi literatur.

Pada tahap pengembangan merupakan proses untuk menyelesaikan pengembangan aplikasi yang dibutuhkan berdasarkan data yang telah didapat pada tahap awal. Tahap pengembangan terdiri atas *planning phase*, *modeling phase*, *construction phase* dan *deployment phase*.

Pada tahap akhir merupakan proses peneliti untuk menyelesaikan dokumentasi berupa pembuatan laporan tugas akhir yang akan disetujui oleh dosen pembimbing dan dosen penguji. Tahapan atau urutan dari metode penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.

Tahapan Penelitian	Output
<p>Tahap Awal</p>  <pre> graph TD A[Communication phase] --> B[Observasi] B --> C[Wawancara] C --> D[Studi Literatur] </pre>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikasi masalah. 2. Identifikasi pengguna, data dan informasi. 3. Identifikasi kebutuhan fungsional. 4. Identifikasi data. 5. Identifikasi kebutuhan non fungsional.
<p>Tahap Pengembangan</p>  <pre> graph TD A[Planning phase] --> B[Jadwal Kerja] B --> C[Modeling phase] C --> D[Perancangan Sistem] D --> E[Construction] E --> F[Code] F --> G[Testing] G --> H[Deployment] H --> I[Implementasi] </pre>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diagram IPO <i>Campaign</i> dan Pembuatan <i>Campaign</i> 2. Penjelasan Diagram IPO aplikasi sistem penggalangan dana. 3. Konstruksi dalam pembuatan aplikasi. 4. Implementasi
<p>Tahap Akhir</p>  <pre> graph TD A[Implementasi] --> B[Pembuatan Laporan Tugas akhir] B --> C[Dokumen Laporan Tugas Akhir] </pre>	<ol style="list-style-type: none"> 5. Dokumen laporan tugas akhir. 6. Sidang laporan tugas akhir. 7. Tanda tangan laporan tugas akhir oleh dosen pembimbing dan penguji. 8. Yudisium

Gambar 3.1. Tahapan Penelitian.

3.1 Communication Phase

Pada tahapan ini dilakukan pengumpulan data yang digunakan dalam pengembangan. Dalam pengumpulan data ada beberapa tahapan yaitu studi literatur, observasi, wawancara, identifikasi pengguna data dan informasi, identifikasi data, identifikasi kebutuhan fungsional, identifikasi kebutuhan non fungsional.

3.1.1 Studi Literatur

Pada tahap studi literatur ini penulis melakukan pencarian referensi teori yang sesuai dengan kasus dan permasalahan yang ditemukan. Referensi tersebut berisikan tentang :

- a. *Website Application*
- b. *Konsep Crowdfunding*
- c. *Metode Pengembangan Sistem yaitu Software Development Life Cycle (SDLC)*

3.1.2 Observasi

Pada tahap ini penulis melakukan observasi dengan mengamati tempat studi kasus di *Startup Peduly* yang terletak di Kompleks AJBS, Jl. Ratna No.14, Ngagel, Kec. Wonokromo, Kota Surabaya , Jawa Timur 60111.

3.1.3 Wawancara

Wawancara dilakukan dengan bertujuan untuk memperoleh penjelasan langsung tentang proses data, dan informasi yang berhubungan dengan perangkat lunak yang akan dibuat. Wawancara juga dimaksudkan untuk mengkonfirmasi hasil observasi yang telah dilakukan. Dalam analisis untuk pembuatan perangkat lunak ini wawancara dilakukan dengan *founder startup Peduly*.

3.2 Planning Phase

Penelitian ini dilaksanakan kurang lebih selama 4 bulan. Dimulai pada bulan April hingga Juli 2020. Penjadwalan kerja mengenai pengembangan aplikasi dapat dilihat pada lampiran 1.

3.3 Modeling

Pada tahapan ini dilakukan proses permodelan yang digunakan dalam pengembangan. Dalam proses modeling terdapat tahapan perancangan sistem.

3.3.1 Identifikasi Data, Pengguna dan Informasi

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara maka dapat dilakukan identifikasi pengguna untuk desain sistem yang akan dibuat. Pengguna tersebut dapat diidentifikasi pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Identifikasi Data, Pengguna dan Informasi

Pengguna	Data	Informasi
1. Donatur	<ul style="list-style-type: none"> • Data <i>Campaign</i> • Data Kategori • Data Kabupaten / Kota • Data Detail <i>Campaign</i> • Data Payment • Data Update Donasi • Data laporan perkembangan <i>campaign</i> • Data <i>Success Story</i> • Data komentar <i>campaign</i> • Data sharing social media 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui <i>campaign</i> yang tersedia pada Peduly. • Mengetahui <i>campaign</i> yang tersedia pada Peduly berdasarkan kategori , kabupaten atau kota. • Mengetahui informasi detail <i>campaign</i> saat akan berdonasi. • Mengetahui pihak yang bekerja sama mengenai pembayaran donasi • Mengetahui proses pengelolaan data donasi hingga sampai pada pihak yang membutuhkan. • Mengetahui <i>Success Story</i> setiap <i>campaign</i> • Digunakan untuk memberikan komentar dalam suatu <i>campaign</i> • Mengetahui laporan perkembangan suatu <i>campaign</i>



Dipinangika

Pengguna	Data	Informasi
2. <i>Campaigner</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Data Kabupaten / Kota • Data Kategori. • Data video <i>campaign</i> • Data laporan perkembangan <i>campaign</i> • Data sharing social media 	<ul style="list-style-type: none"> • Digunakan untuk membuat <i>campaign</i> • Digunakan untuk melakukan upload video <i>campaign</i> jika tersedia • Digunakan untuk melaporkan perkembangan suatu <i>campaign</i> kepada donatur
3. Bagian Administrasi	<ul style="list-style-type: none"> • Data <i>Campaign</i> • Data User Peduly • Data Kategori • Data Kabupaten / Kota • Data Donasi • Data video <i>campaign</i> • Data <i>Success Story</i> • Data komentar <i>campaign</i> • Data Laporan Perkembangan <i>Campaign</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui <i>campaign</i> yang ada pada Peduly • Mengetahui user yang terdaftar pada Peduly • Informasi mengenai kategori yang tersedia • Informasi mengenai <i>campaign</i> yang diprioritaskan • Informasi mengenai kabupaten / kota yang tersedia. • Mengetahui donatur yang telah berdonasi pada setiap <i>campaign</i>

3.3.2 Identifikasi Data

Berdasarkan hasil observasi, awal wawancara dan identifikasi pengguna maka dapat diidentifikasi data yang dibutuhkan yaitu:

1. Data *Campaign*
2. Data User
3. Data Kategori
4. Data Kabupaten / Kota
5. Data *Payment*
6. Data Penarikan Donasi
7. Data Laporan Perkembangan *Campaign*
8. Data Donasi
9. Data Komentar *Campaign*
10. Data *Share Campaign*

11. Data *Success Story*
12. Data Video *Campaign*

3.3.3 Identifikasi Kebutuhan Fungsional

Berdasarkan hasil observasi, awal wawancara dan identifikasi data maka dapat diidentifikasi kebutuhan fungsional pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Identifikasi Kebutuhan Fungsional

No	Pengguna	Kebutuhan Fungsional	Keterangan
1.	Donatur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi Pengelolaan User 2. Fungsi Donasi <i>Campaign</i> 3. Fungsi Komentar <i>Campaign</i> 	Fungsi ini dibutuhkan karena donatur dapat melakukan donasi <i>campaign</i> , komentar pada suatu <i>campaign</i>
2.	<i>Campaigner</i> / Donatur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi Pengelolaan <i>Campaigner</i> 2. Fungsi Pengelolaan Halaman <i>Campaigner</i> 3. Fungsi Pengelolaan Laporan <i>Campaign</i> 4. Fungsi Komentar <i>Campaign</i> 5. Fungsi Pengelolaan Upload Video <i>Campaign</i> 6. Fungsi Pengelolaan Pengajuan Penarikan Donasi 7. Fungsi Pengelolaan <i>Success Story</i> 8. Fungsi <i>Share Campaign</i> 	Fungsi ini dibutuhkan karena <i>campaigner</i> dapat mengelola tentang <i>campaign</i> yang digalangkan olehnya, serta dapat mengelola laporan <i>campaign</i> , upload video <i>campaign</i> , <i>Success Story</i> dan penarikan donasi <i>campaign</i> serta <i>campaigner</i> dapat memberikan komentar pada suatu <i>campaign</i> .
3.	Bagian Administrasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi Pengelolaan Halaman Administrasi 2. Fungsi Pengelolaan <i>Success Story</i> 3. Fungsi Pengelolaan Video <i>Campaign</i> 4. Fungsi Pengelolaan Penarikan Donasi 5. Fungsi Pengelolaan Donasi <i>Campaign</i> 	Fungsi ini dibutuhkan karena bagian administrasi dapat mengelola <i>Success Story</i> dari <i>campaigner</i> , video <i>campaign</i> , donasi <i>campaign</i> serta penarikan donasi

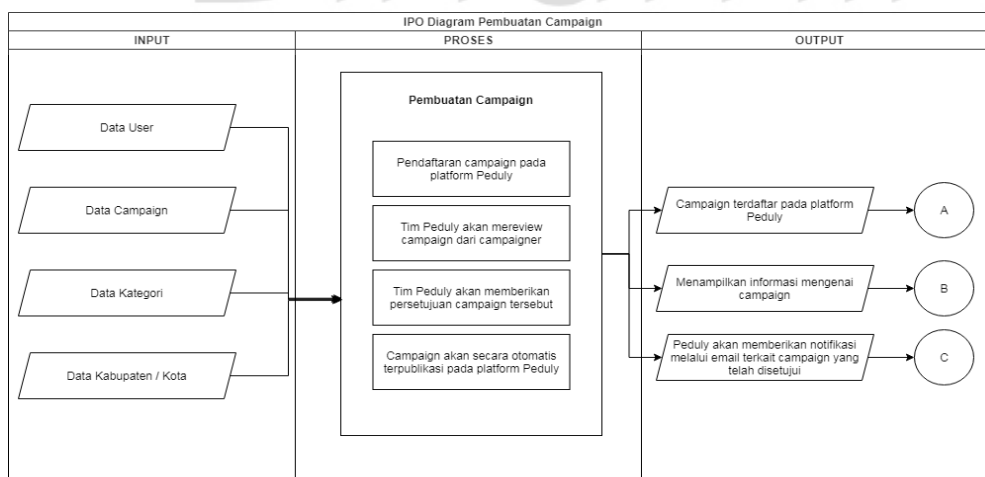
3.3.4 Identifikasi Kebutuhan Non Fungsional

Analisis kebutuhan *non fungsional* merupakan analisis sebuah system seperti sebuah standarisasi, pengembangan sebuah proses dan Batasan waktu dari sebuah system. Kebutuhan *non fungsional* dari sebuah perangkat lunak secara umum yaitu terdiri dari :

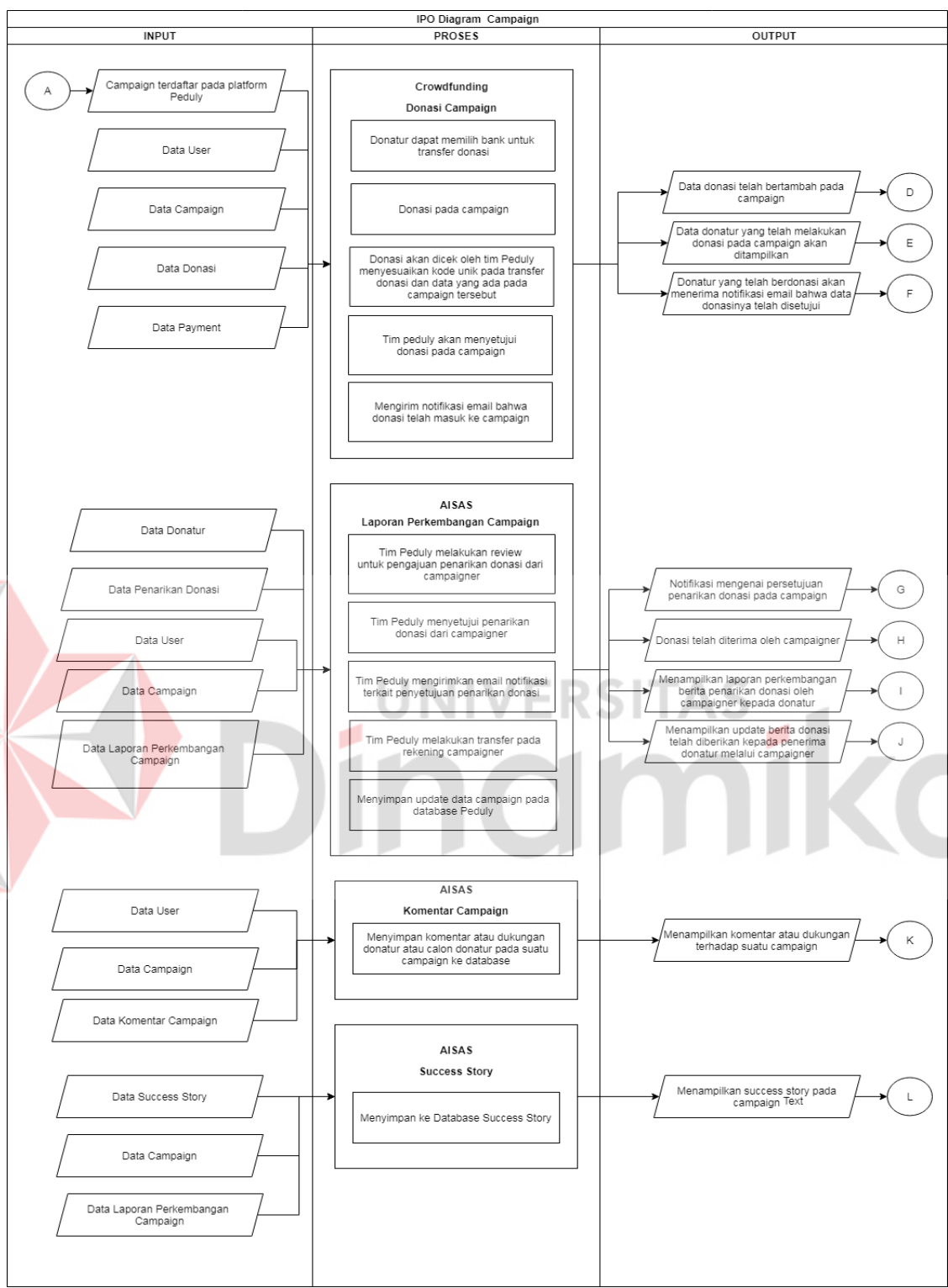
- a. Kebutuhan *non fungsional* yang berperan untuk memberikan kemudahan pengguna perangkat lunak atau sebuah system. Kebutuhan ini sering disebut sebagai *Usability*.
- b. Kebutuhan *non fungsional* yang berperan dalam kehandalan perangkat lunak atau sistem seperti keamanan yang dimiliki sebuah sistem. Kebutuhan ini disebut sebagai *Reability*.
- c. Kebutuhan *non fungsional* yang berperan dalam kemudahan akses sebuah sistem yang terkait dengan waktu, lokasi dan perangkat yang digunakan untuk mengakses sebuah sistem tersebut. Kebutuhan ini disebut sebagai *Portability*.
- d. Kebutuhan *non fungsional* yang berperan dalam memberikan dukungan dalam penggunaan sistem atau perangkat lunak. Kebutuhan ini disebut sebagai *Supportability*.

3.3.5 Perancangan Sistem

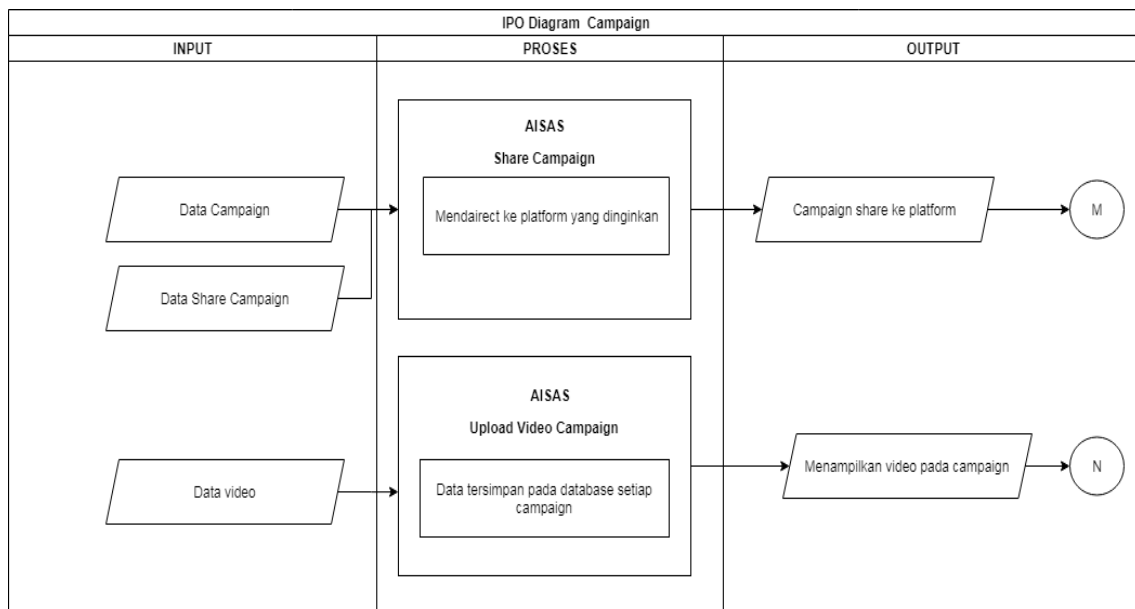
Dalam perancangan sistem ini menggunakan pemodelan sistem IPO Diagram pada aplikasi sistem penggalangan dana untuk menggambar kan kebutuhan *input*, proses dan *output* setiap modul. Dapat dilihat pada Gambar 3.2 IPO Diagram Pembuatan Campaign.



Gambar 3.2 IPO Diagram Pembuatan Campaign 1



Gambar 3. 3 IPO Diagram pada Campaign 2



Gambar 3.4 IPO Diagram pada Campaign 3

3.3.6 Penjelasan Diagram IPO

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai diagram IPO yang telah peneliti analisa berdasarkan data yang tersedia. Maka dapat diidentifikasi mengenai input diagram IPO pada tabel 3.3 Mengenai penjelasan diagram IPO proses dan output akan dijelaskan pada lampiran 5.

Input :

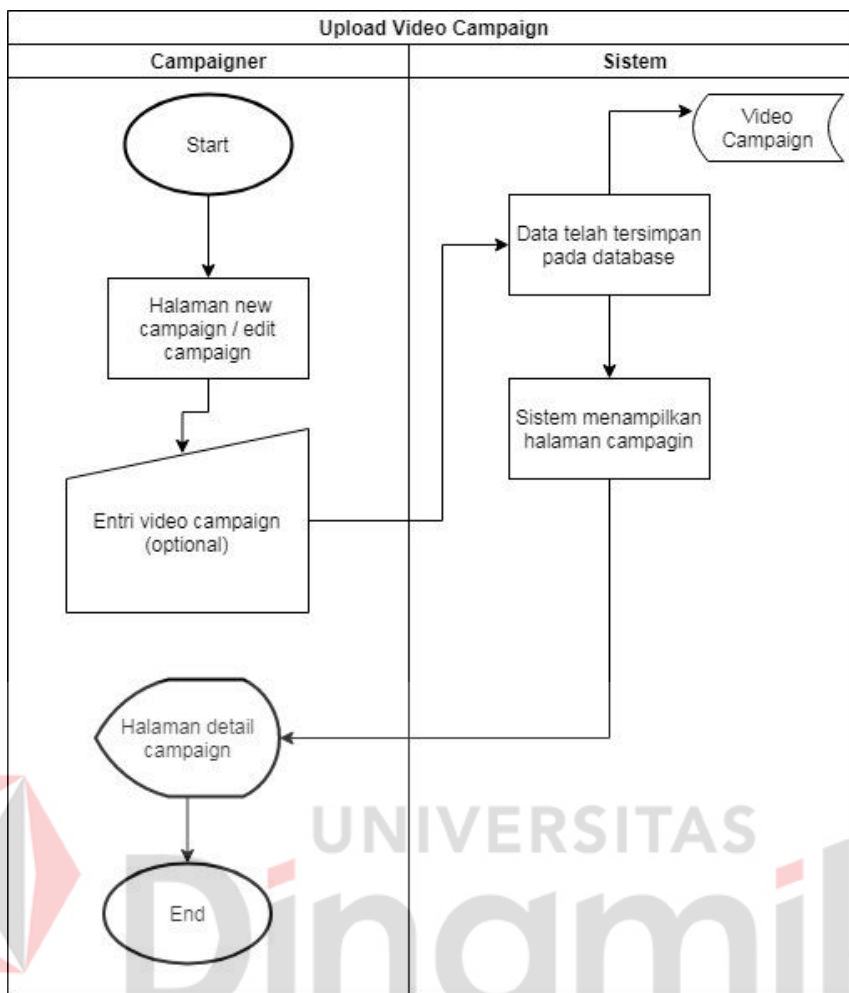
Tabel 3.3 Diagram IPO Input

No	Data	Keterangan
1.	Data User	Berisi tentang nama media social, nama lengkap , role untuk hak akses, username , password , status verifikasi akun, nomor <i>handphone</i> , usia, jenis kelamin user , alamat , foto , foto ktp dan nomor rekening bank.
2.	Data Kategori	Berisi tentang kategori yang tersedia pada Peduly.
3.	Data Kabupaten / Kota	Berisi tentang nama kabupaten atau kota yang ada di seluruh Indonesia.
4.	Data Campaign	Berisi tentang judul <i>campaign</i> , waktu tenggat <i>campaign</i> , nominal yang dibutuhkan , keterangan detail <i>campaign</i> , foto <i>campaign</i> , status <i>campaign</i>
5.	Campaign terdaftar pada platform peduly	Berisi tentang <i>campaign</i> yang telah terdaftar pada platform Peduly
6.	Data Donasi	Berisi tentang nama donatur, judul <i>campaign</i> , jumlah donasi, payment, status donasi, email donatur

No	Data	Keterangan
7.	Data Payment	Berisi tentang bank yang terdaftar pada platform Peduly
8.	Daftar Donatur	Berisi tentang data donatur pada suatu <i>campaign</i>
9.	Data Penarikan Donasi	Berisi tentang pengajuan untuk melakukan transaksi penarikan donasi saat <i>campaign</i> telah habis masanya, terdapat alasan mengapa melakukan penarikan donasi. Mendapatkan tiga kali kesempatan untuk melakukan penarikan donasi
10.	Data Laporan Perkembangan <i>Campaign</i>	Berisi tentang jumlah donasi yang ditarik dan perkembangan <i>campaign</i>
11.	Data Komentar <i>Campaign</i>	Berisi tentang nama donatur / calon donatur , waktu komentar , detail komentar, komentar <i>campaign</i>
12.	Data <i>Success Story</i>	Berisi tentang penulis , judul <i>Success Story</i> , refrensi <i>campaign</i> , detail <i>Success Story</i> , nominal donasi terkumpul dan nama <i>campaigner</i> serta total donatur yang berdonasi
13.	Data <i>Share Campaign</i>	Berisi tentang platform yang dapat melakukan <i>Share campaign</i> seperti platform line , whatsapp , facebook dan twitter
14.	Data Video	Berisi tentang judul <i>campaign</i> , video <i>campaign</i> , detail <i>campaign</i>

3.3.7 System flow Diagram

System flow Diagram merupakan gambaran aliran data dan prosedur proses informasi yang diperlukan dalam sebuah sistem. Hal ini dilakukan dengan berbagai simbol yang dihubungkan dengan panah-panah untuk menunjukkan kelanjutan aktivitas proses informasi. *System flow* yang mengenai proses tersebut terdapat pada sebuah sistem. Penjelasan lebih lengkap terkait proses-proses sistem yang digambarkan dengan *System flow Diagram* terdapat di Lampiran 6.



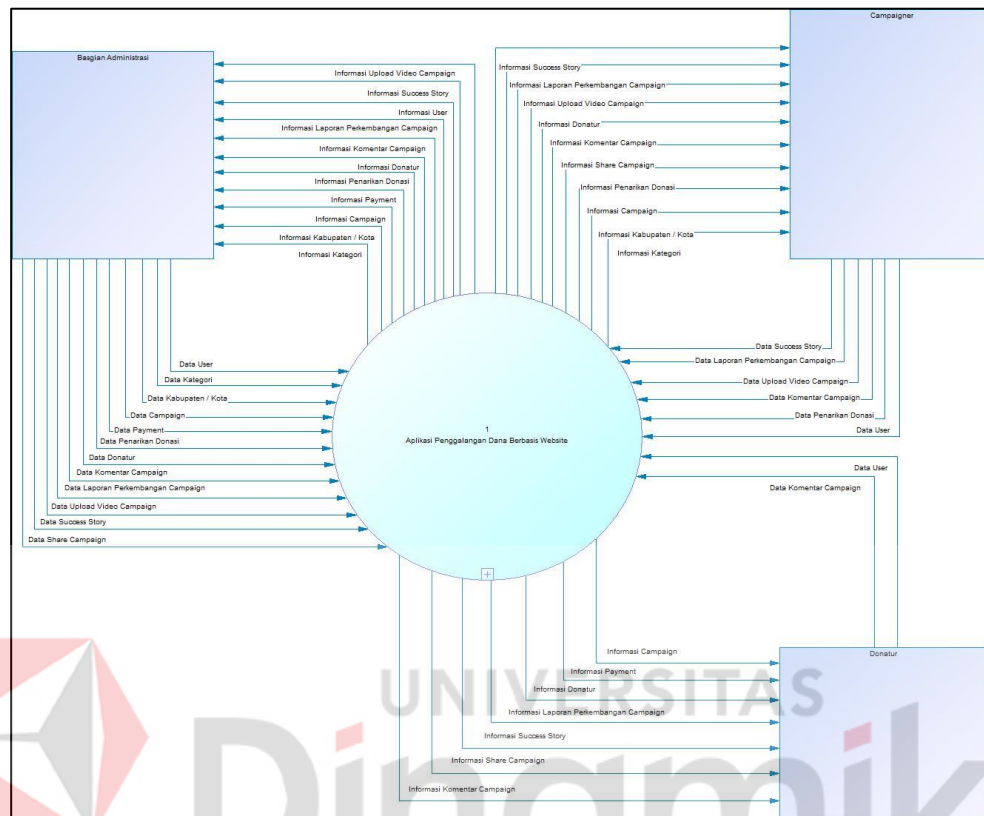
Gambar 3.5 System flow Upload Video Campaign

System flow Upload Video Campaign dapat dilihat pada Gambar 3.5 menjelaskan bahwa, ketika ingin mengupload video campaign, maka yang harus dilakukan ialah, menuju halaman new campaign atau edit campaign setelah itu entry data video pada halaman tersebut. Sistem akan menyimpan atau mengupdate data pada database campaign. Setelah itu sistem akan menampilkan halaman detail campaign dan video dapat dilihat pada detail campaign.

3.3.8 Context Diagram

Context Diagram menggambarkan ruang lingkup sistem secara umum. Context diagram dari aplikasi sistem penggalangan dana berbasis web dengan menerapkan konsep

crowdfunding pada startup Peduly memiliki 3 entitas yaitu bagian administrasi , *campaigner* dan donatur. Dapat dilihat pada Gambar 3.6.



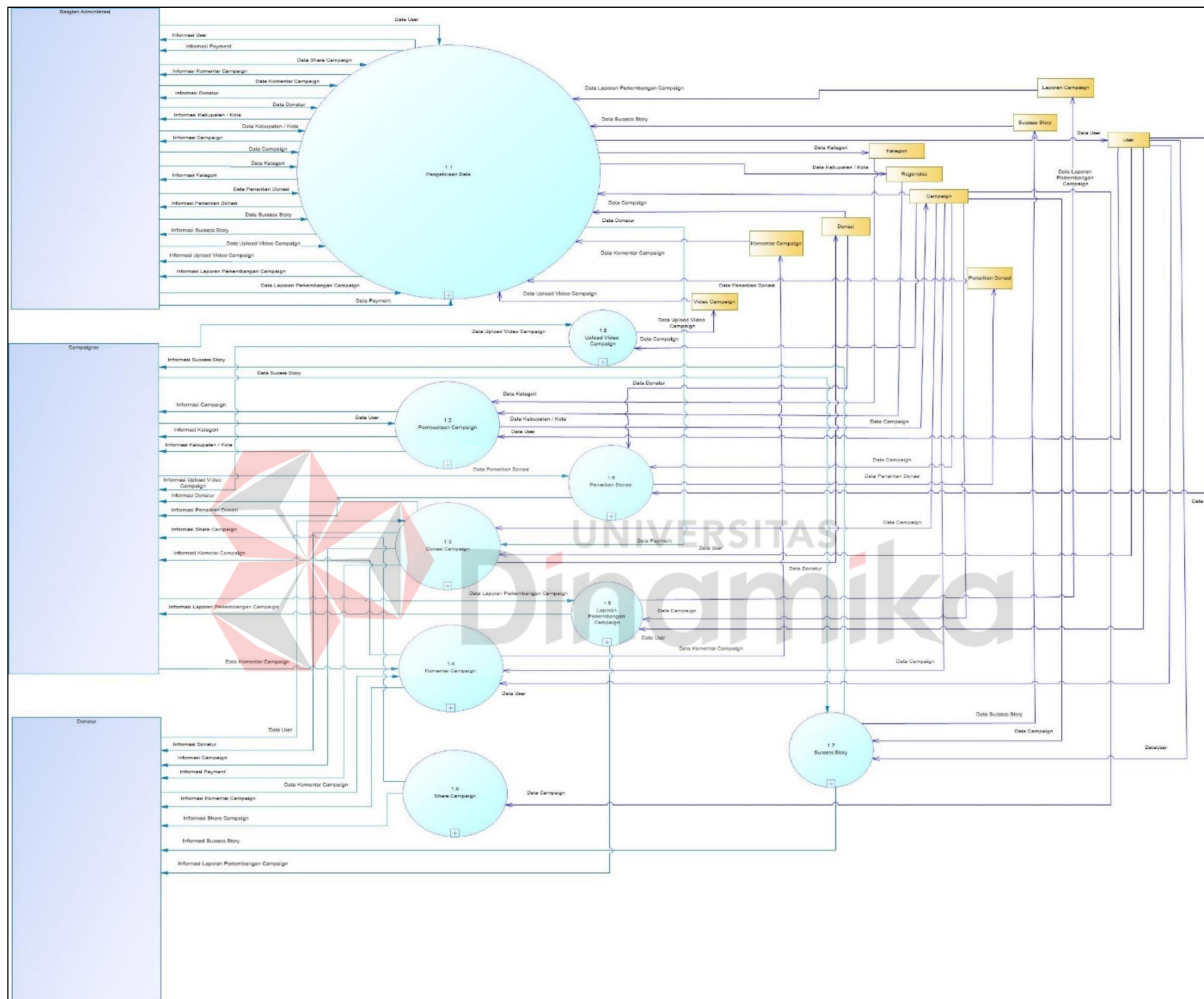
Gambar 3.6 Context Diagram

3.3.9 Data Flow Diagram

Data Flow Diagram atau Diagram Alir Data adalah sebuah diagram yang menggambarkan aliran data dari tiap proses atau fungsi pada sistem.

1. DFD Level 0

Data Flow Diagram (DFD) Level 0 merupakan hasil decompose dari context diagram. Berikut ini adalah DFD Level 0 dari Pengembangan Fitur Aplikasi Penggalangan Dana Pada Startup Peduly Berbasis Website dilihat pada gambar 3.7



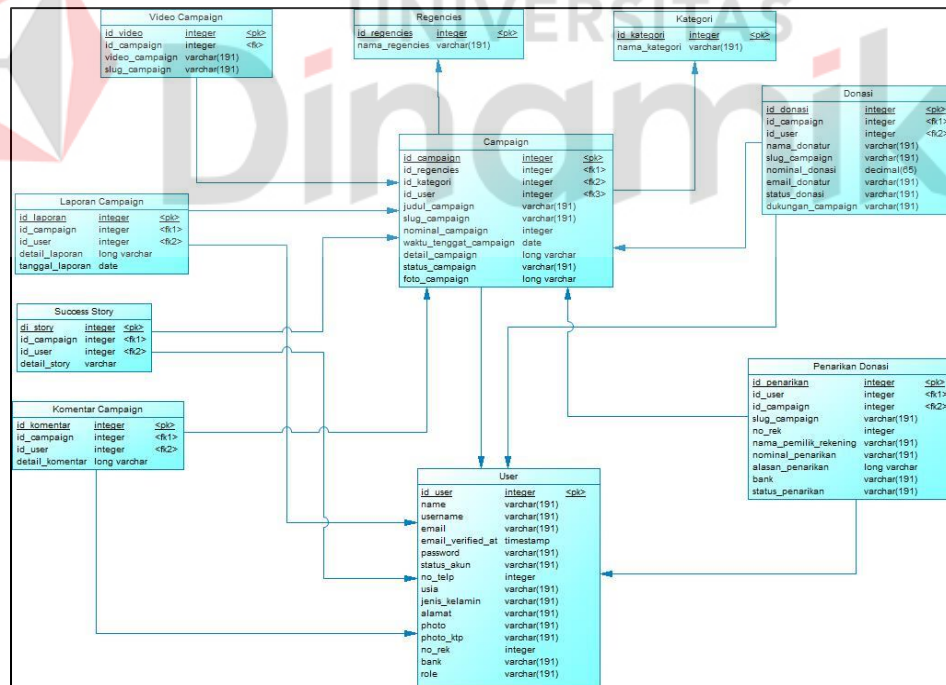
Gambar 3.7 Data Flow Diagram Level 0

Pada Gambar 3.6 menggambarkan detail proses dan ruang lingkup dari context diagram. Pada DFD Level 0 memiliki tiga entitas eksternal yaitu bagian administrasi, *campaigner* dan donatur. Kemudian memiliki delapan proses yaitu pengelolaan data, *Share campaign*, *Success Story*, donasi *campaign*, komentar *campaign*, laporan perkembangan *campaign*, pembuatan *campaign*. Pada DFD Level 0 ini tiap proses akan di decompose menjadi Data Flow Diagram Level 1 untuk menggambarkan proses secara detail.

3.3.10 Entity Relationship Diagram

Entity Relationship Diagram adalah sebuah diagram model yang menjelaskan hubungan tiap tabel atau data yang mempunyai hubungan antar relasi tiap tabel dalam basis data. Didalam Entity Relationship Diagram terdiri dari dua model yaitu Conceptual Data Model dan Physical Data Model. Untuk melihat lebih detail terdapat di Lampiran 9.

1. Physical Data Model



Gambar 3.8 Physical Data Model

3.3.11 Desain Basis Data

Desain basis data adalah desain struktur atau model data dari basis data pada sistem yang didalamnya terdiri tabel *campaign*, *donasi*, *penarikan_donasi*, *kategori*, *regencies*, *video_campaign*, *laporan_campaign*, *success_story*, dan *komentar_campaign*. Dari tiap tabel terdapat nama tabel, tipe data, panjang data dan penjelasan kegunaan tabel tersebut. Untuk melihat lebih detail dari desain basis datanya terdapat pada lampiran 10.

3.3.12 Desain Antarmuka

Desain antarmuka adalah tampilan berupa desain prototipe sebagai acuan desain tampilan yang akan diimplementasikan kedalam sistem. Berikut ini adalah desain antarmuka detail *campaign* dapat dilihat pada gambar 3.9. Mengenai penjelasan lebih detail dari desain antarmuka dapat dilihat pada lampiran 11.



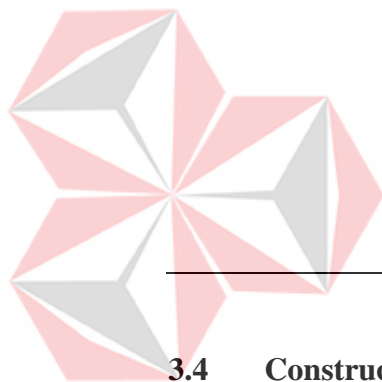
Gambar 3.9 Halaman Desain Antarmukan Detail *Campaign*

3.3.13 Desain *Testing*

Desain *Testing* adalah merupakan suatu tes yang dilakukan berdasarkan pada suatu inialisasi, masukan, kondisi ataupun hasil yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut ini adalah desain *Testing* dari halaman detail *campaign* dapat dilihat pada tabel 3.4. Mengenai penjelasan lebih detail dari desain *Testing* dapat dilihat pada lampiran 12.

Tabel 3.4 Desain *Testing* Halaman Detail *Campaign*

No	Tujuan	Input	Output yang diharapkan
1	Donatur dapat melihat detail <i>campaign</i> dari yang dipilih dari beberapa data <i>campaign</i> yang tersedia	<ul style="list-style-type: none"> - Id_campaig - Id_kategori - Id_regencies - Id_user - Judul_campaign - Slug_campaign - Nominal_campaign - Waktu_tenggat_campaign - Detail_campaign - Status_campaign - Foto_campaign - Video_campaign - Success_stroy - Laporan_campaign - Komentar_campaign - Nominal_donasi 	Sistem akan menampilkan detail suatu <i>campaign</i> yang telah dipilih oleh donatur.



UNIVERSITAS
Dinamika

3.4 Construction

Penulis menggunakan tahap konstruksi dalam pembuatan aplikasi berbasis website dengan menggunakan perangkat lunak pengembangan web (Visual Studio Code) dengan menggunakan database MySQL. Selain pengembangan aplikasi konstruksi digunakan untuk pengujian aplikasi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan pengujian *blackbox Testing*.

3.5 Deployment

Tahap ini digunakan sebagai langkah penulis untuk mengimplementasikan aplikasi kepada Startup Peduly serta sebagai cara menyerahkan aplikasi yang telah dibuat dan diuji kepada perusahaan.

3.6 Pembuatan Laporan Tugas Akhir

Pada tahapan ini, peneliti akan membuat laporan Tugas Akhir guna memberikan pengalaman praktis dilapangan secara langsung berhubungan dengan teori-teori keahlian yang diterima dari para dosen Program Studi S1 Sistem Informasi guna mengetahui secara langsung fungsi dan tugas pekerjaan sebenarnya.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV IMPLEMENTASI DAN EVALUASI

4.1 Kebutuhan Sistem

Untuk menjalankan sistem dengan baik, dibutuhkan perangkat lunak dan perangkat keras yang mendukung. Berikut ini merupakan spesifikasi minimum dari kebutuhan perangkat lunak dan kebutuhan perangkat keras.

4.1.1 Kebutuhan Perangkat Lunak

Berikut ini merupakan spesifikasi minimum dari kebutuhan perangkat lunak yang diperlukan pada aplikasi sesuai pada tabel 4.1. Mengenai penjelasan lebih detail dari kebutuhan perangkat lunak akan dijelaskan pada lampiran 13.

Tabel 4.1 Kebutuhan Perangkat Lunak

No	Keterangan	Spesifikasi	Penjelasan
1.	Sistem Operasi	Linux Ubuntu Server 18.04 / Windows 7	Mengenai versi linux tidak dipermasalahkan menggunakan apa saja namun disarankan versi 18.04 karena sudah stable untuk windows disarankan windows 7.
2.	Web Server	Apache 2.4.29 / Xampp	Karena spesifikasi tersebut telah diuji coba,
3.	Database Server	MySQL	Karena pada aplikasi ini menggunakan database MySQL.

4.1.2 Kebutuhan Perangkat Keras

Berikut ini merupakan spesifikasi minimum dari kebutuhan perangkat lunak yang diperlukan pada aplikasi sesuai pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Kebutuhan Perangkat Lunak

No	Keterangan	Spesifikasi	Penjelasan
1.	Processor	Intel Core i3	Karena kecepatan CPU Intel Core i3 sudah termasuk spesifikasi minimum untuk programming
2.	RAM	Minimum 3 GB	Karena untuk memudahkan multitasking dan menampilkan beberapa tab browser
3.	Hardisk	Minimum 500 GB	Karena HDD dengan kapasitas 500 GB sudah cukup dalam transfer data maupun programming.
4.	Spesifikasi Lain	Mouse, Keyboard dan Jaringan Internet	Karena untuk menunjang kenyamanan dalam membangun aplikasi atau menggunakannya

4.2 Implementasi Sistem

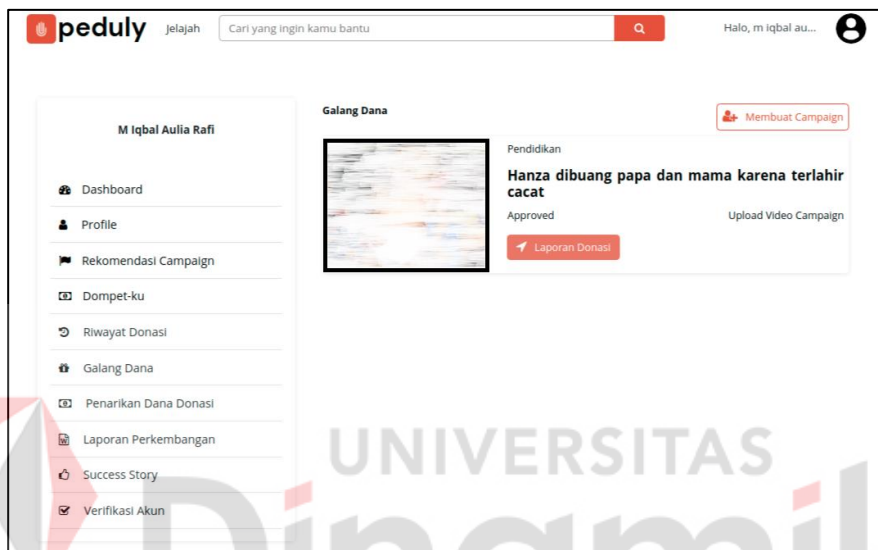
Setelah memenuhi kebutuhan sistem maka tahap selanjutnya melakukan implementasi sistem yang telah dibuat sesuai dengan hasil analisis dan perancangan sistem pada tahapan Modeling Phase. Berikut ini adalah beberapa tampilan implementasi dari aplikasi yang telah dikerjakan. Gambar implementasi selanjutnya akan dijelaskan pada lampiran 14.

4.2.1 Campaigner

Berikut ini merupakan tampilan yang dimiliki oleh *campaigner* diantaranya yaitu halaman dashboard *campaign*, halaman dashboard edit *campaign* dan halaman laporan donasi. Mengenai detail halaman yang dimiliki oleh *campaigner* dapat dilihat pada lampiran 10.

1. Halaman Dashboard *Campaign*

Berikut ini merupakan halaman dashboard *campaign* pada bagian dashboard *campaigner*. Halaman ini digunakan pengguna aplikasi dalam mengetahui list data *campaign* yang pernah dibuat oleh *campaigner* atau pengguna tersebut. Pada halaman ini *campaigner* akan disajikan data judul *campaign*, link upload video, kategori *campaign*, status *campaign* dan tombol laporan donasi. Dapat dilihat pada gambar 4.1



Gambar 4.1 Halaman Dashboard *Campaign*

Pada halaman ini, jika *campaigner* ingin upload video *campaign* dapat menekan link ‘Upload video *Campaign*’ lalu akan menuju halaman video *campaign*. Jika *campaigner* ingin melakukan edit data *campaign*, maka *campaigner* dapat menekan judul *campaign* yang terdapat pada list data *campaign*. Dapat dilihat pada gambar 4.2

The screenshot shows the 'Edit Campaign' page on the Peduly platform. On the left is a sidebar menu for an anonymous user with options like Dashboard, Profile, and Campaigns. The main area contains a form with the following fields:

- Judul:** Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat
- Jumlah Uang Dibutuhkan:** 100000000
- Batas Waktu Campaign:** 08/01/2020
- Kota / Kabupaten:** Sidoarjo

Below the form is an 'Upload Foto Campaign' section with a 'Choose file' button and a 'Browse' button. A photo of a large crowd of people is visible. At the bottom, there is a 'Detail Campaign' section with a rich text editor containing text about 'Yayasan Anugerah Tuhan Hafara'.

Gambar 4.2 Halaman Dashboard Edit *Campaign*

Jika *campaigner* ingin membuat *campaign* baru maka *campaigner* dapat menekan tombol “ membuat *campaign* “ dan akan diarahkan menuju halaman Pembuatan *Campaign*.

Campaigner ingin mengetahui mengenai laporan donasi yang terdapat pada *campaign* tersebut, maka *campaigner* dapat menekan tombol “ laporan donasi “ dan sistem akan menuju halaman laporan donasi. Pada laporan donasi tercatat semua mengenai total donasi yang didapatkan dan data donatur seperti nama donatur , nominal donasi serta kapan melakukan donasi tersebut. Dapat dilihat pada gambar 4.3

The screenshot shows the 'Laporan Donasi' (Donation Report) page on the Peduly platform. The user's name is M Iqbal Aulia Rafi. The total donation amount is Rp. 102.001.267. Below this, there is a table with two rows of approved donations.

No	Campaign	Tanggal	Status	Donasi
1	hanza-dibuang-papa-dan-ma...	6 July 2020	Approved	Rp.100.000.525
2	hanza-dibuang-papa-dan-ma...	6 July 2020	Approved	Rp.2.000.742

Gambar 4.3 Halaman Laporan Donasi

4.2.2 Donatur

Berikut ini merupakan tampilan yang dimiliki oleh donatur diantaranya yaitu halaman detail *campaign* dan donasi *campaign*. Mengenai detail halaman yang dimiliki oleh donatur dapat dilihat pada lampiran 10.

1. Halaman Detail *Campaign*

Berikut ini merupakan halaman detail *campaign* pada bagian donatur. Halaman ini digunakan pengguna aplikasi dalam mengetahui data detail dari suatu *campaign* yang tersedia pada platform Peduly. Pada halaman ini, donatur akan disajikan data judul *campaign*, total donasi yang terkumpul, tenggat waktu penggalangan dana, foto *campaign*, nama pembuat *campaign* beserta progress bar untuk donasi yang terkumpul.

Selain itu juga terdapat data donatur yang telah berdonasi pada *campaign* tersebut, data detail *campaign*, data laporan *campaign*, data komentar *campaign*, data *Share campaign*, data video *campaign* dan juga data *Success Story* pada *campaign* tersebut. Hal ini bertujuan agar dapat menarik perhatian para donatur untuk berdonasi pada *campaign* yang tersedia. Dapat dilihat pada gambar 4.4.

The screenshot shows a crowdfunding campaign on the Peduly platform. The campaign title is "Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat". The goal is Rp. 2.000.000, and 10% of the goal has been reached. A "Donasi Sekarang" button is prominently displayed. The donor list shows one donor: "Iqbal developer" for Rp. 200.000. The page includes social media sharing options, a "Detail" tab, and a "Success Story" section with a video thumbnail.

Gambar 4.4 Halaman Detail *Campaign*

2. Halaman Donasi *Campaign*

Berikut ini merupakan halaman donasi *campaign*. Halaman ini digunakan untuk donasi pada *campaign* yang dilakukan oleh donatur. Pada halaman ini donatur akan memasukan data berupa nominal donasi, nama lengkap, email dan pesan yang bersifat optional. Nama lengkap dan email akan secara otomatis terisi berdasarkan data user yang melakukan donasi. Sedangkan untuk id donasi akan tersimpan secara urut sesuai dengan urutan data yang tersimpan. Dapat dilihat pada gambar 4.5.

The screenshot shows the Peduly website interface for a donation campaign. At the top, there is a search bar and a user profile indicator. The main content area features a campaign title: "Anda akan berdonasi untuk: Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat". Below the title, there is a form with the following fields: "Dana Didonasikan:" with a value of "Rp 0", "Nama Lengkap:" with the value "Iqbal developer", and "Email:" with the value "iqbal.developer16@gmail.com". There are also two toggle switches: "Sembunyikan nama (domain anonim)" and "Tuliskan pesan atau komentar (opsional)". A red button labeled "Lanjut Pembayaran" is positioned at the bottom of the form.

Gambar 4.5 Halaman Donasi *Campaign*

Pada saat melakukan proses penyimpanan jika terdapat field tidak terpenuhi maka sistem akan merespon dengan memberikan notifikasi field yang tersedia pada halaman donasi campaign. Dapat dilihat pada gambar 4.6.

This screenshot shows the same donation form as in Gambar 4.5, but with a validation error. A red message box appears below the "Dana Didonasikan:" field, stating "Donasi campaign wajib diisi." The "Rp 0" value is still present in the field. The rest of the form, including the name and email fields, and the "Lanjut Pembayaran" button, remain visible.

Gambar 4.6 Notifikasi Gagal Simpan Data Donasi *Campaign*

Pada halaman ini juga tersedia fitur yang dapat menyembunyikan nama donatur. Ketika donatur tidak ingin namanya diketahui oleh donatur lain maka, donatur tersebut hanya tinggal menekan slidebar pada bagian “sembunyikan nama” maka nama tersebut akan berganti menjadi anonim. Dapat dilihat pada gambar 4.7.

The screenshot shows the Peduly donation interface. At the top, there's a search bar with the text "Cari yang ingin kamu bantu" and a user profile icon. Below this, a campaign card displays a photo and the text "Anda akan berdonasi untuk: Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat". The form includes a "Dana Didonasikan:" field with "Rp" and "0", a "Nama Lengkap:" field with "Anonim", and an "Email:" field with "miqbal16@gmail.com". There are two toggle switches: "Sembunyikan nama (domain anonim)" which is turned on, and "Tuliskan pesan atau komentar (opsional)" which is turned off. A red "Lanjut Pembayaran" button is at the bottom.

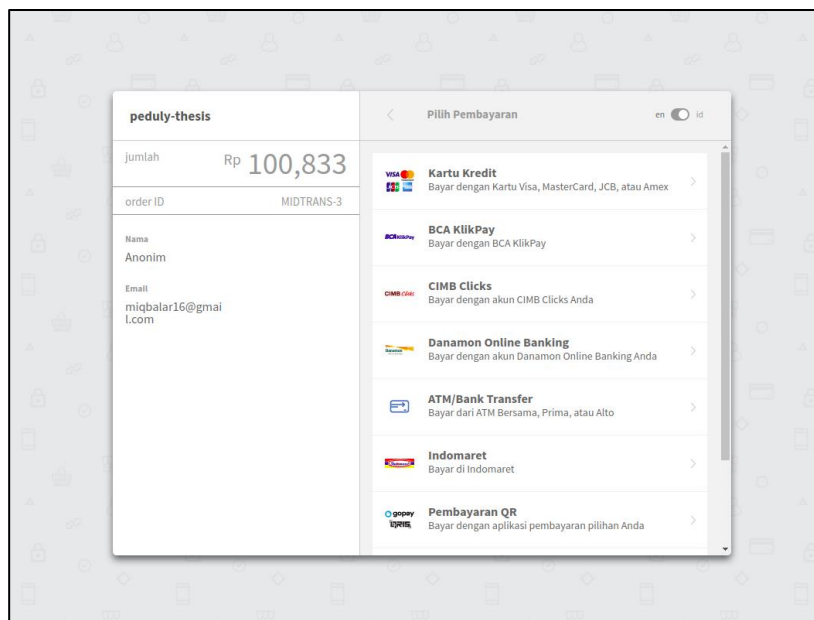
Gambar 4.7 Tidak Menampilkan Nama Donatur

Ketika donatur ingin memberikan pesan penyemangat untuk *campaigner*, maka donatur hanya tinggal menekan slidebar pada bagian “Tuliskan Pesan atau Komentar“. Maka sistem akan memunculkan field pesan *campaign*. Dapat dilihat pada gambar 4.8.

This screenshot is identical to Gambar 4.7, but the "Tuliskan pesan atau komentar (opsional)" toggle switch is now turned on. This action has revealed a text input field with the placeholder text "Tulis dukungan atau doa untuk penggalangan dana ini." The "Lanjut Pembayaran" button remains at the bottom.

Gambar 4.8 Menampilkan Pesan Dukungan *Campaign*

Pada saat semua field inputan telah terisi dan donatur hendak berdonasi, maka donatur dapat menekan tombol “Lanjut Pembayaran“, lalu sistem akan menampilkan halaman pembayaran melalui pihak ketiga yaitu midtrans. Dapat dilihat pada gambar 4.9.



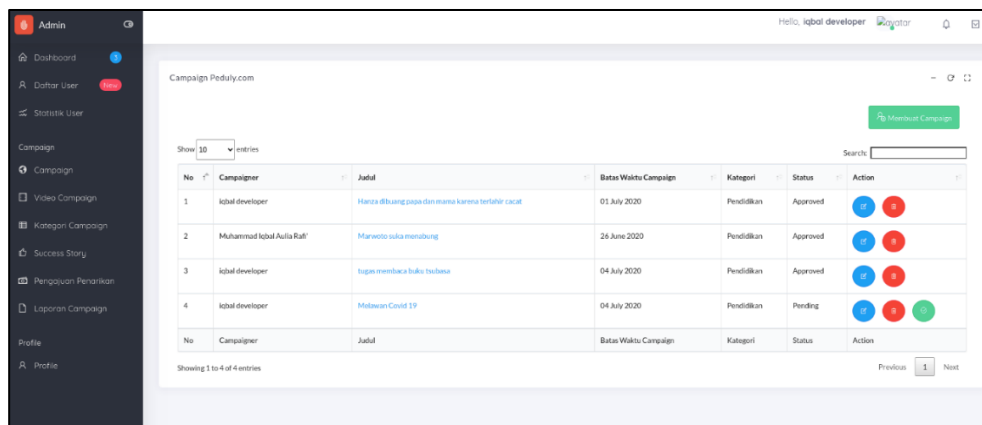
Gambar 4.9 Pembayaran Donasi Melalui Midtrans

4.2.3 Bagian Administrasi

Berikut ini merupakan tampilan yang dimiliki oleh bagian administrasi diantaranya yaitu halaman dashboard *campaign* dan donasi *campaign*, dashboard donasi *campaign* dan dashboard penarikan donasi. Mengenai detail halaman yang dimiliki oleh bagian administrasi dapat dilihat pada lampiran 10.

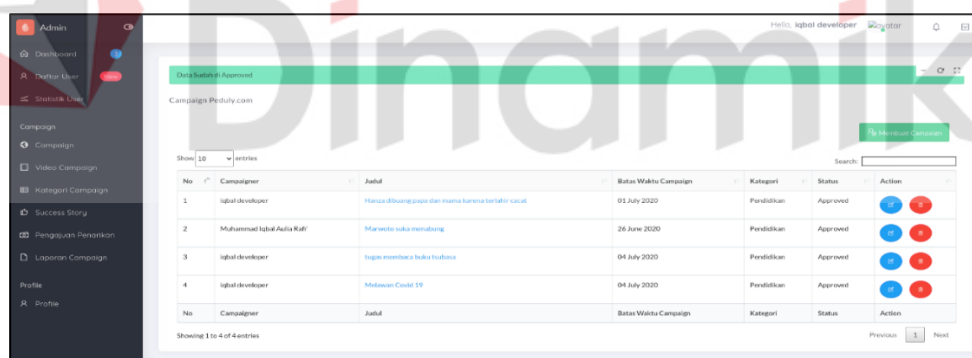
1. Halaman Dashboard *Campaign*

Berikut ini merupakan halaman dashboard *campaign*. Halaman ini digunakan untuk menampilkan data *campaign* yang telah dibuat oleh *campaigner* dengan terdapat status pending atau approved. Pada halaman dashboard *campaign*, bagian administrasi akan melakukan pengecekan terhadap isi dari *campaign* yang telah dibuat oleh *campaigner*. Selain itu, bagian administrasi dapat dilihat pada gambar 4.10.



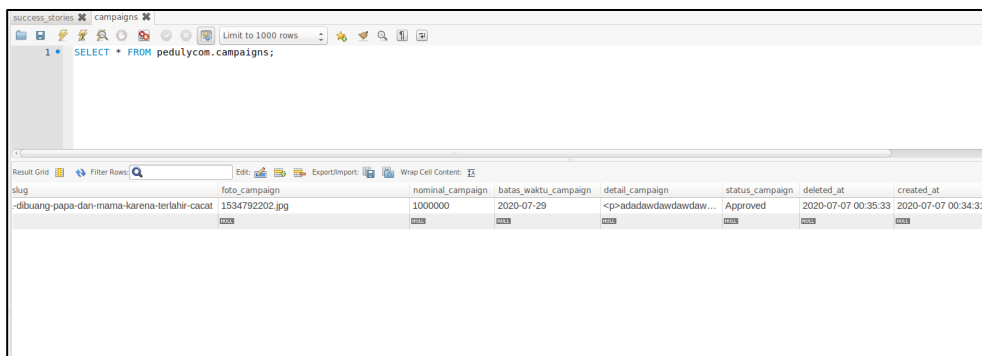
Gambar 4.10 Halaman Dashboard *Campaign*

Pada halaman ini, bagian administrasi akan melakukan pengecekan terhadap suatu *campaign* yang telah dibuat oleh *campaign*. Ketika *campaign* tersebut telah sesuai dengan Platform Peduly, maka bagian administrasi akan menekan tombol berwarna hijau dan data tersebut akan berganti status menjadi approved. Ketika status *campaign* approved berarti *campaign* tersebut sudah dipublish pada platform Peduly dan donatur dapat memberikan donasinya pada *campaign* tersebut. Dapat dilihat pada gambar 4.11.



Gambar 4.11 Halaman Dashboard Approved *Campaign*

Ketika bagian administrasi akan menghapus suatu *campaign* dengan cara menekan tombol hapus atau tombol merah yang terdapat pada halaman dashboard *campaign*, maka sistem akan menghapus *campaign* tersebut namun, data *campaign* tersebut tetapi tersedia pada database *campaign* dengan field `deleted_at` terisi waktu *campaign* tersebut dihapus. Dapat dilihat pada gambar 4.12.

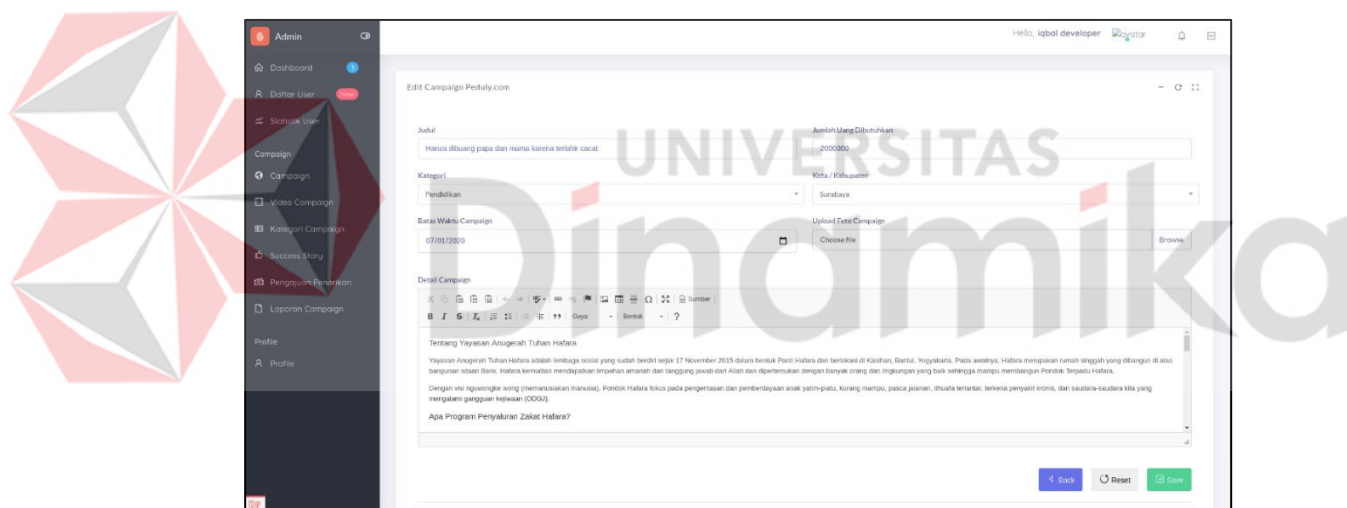


The screenshot shows a database query result for the 'pedulycom.campaigns' table. The query is 'SELECT * FROM pedulycom.campaigns;'. The result grid contains one row of data.

slug	foto_campaign	nominal_campaign	batas_waktu_campaign	detail_campaign	status_campaign	deleted_at	created_at
-dibuang-papa-dan-mama-karena-terlahir-cacat	1534792202.jpg	1000000	2020-07-29	<p>adadawdawdawdaw...	Approved	2020-07-07 00:35:33	2020-07-07 00:34:31

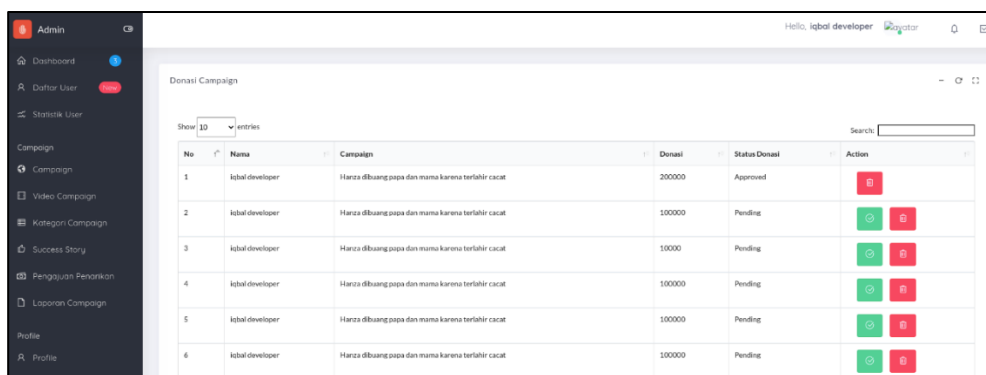
Gambar 4.12 Database Soft Delete *Campaign*

Pada halaman dashboard *campaign*, bagian administrasi dapat melakukan perubahan pada suatu *campaign* berdasarkan *campaign* yang dipilih, perubahan yang dimaksud ialah data yang ada pada *campaign* tersebut, mulai dari judul hingga detail suatu *campaign*. Dapat dilihat pada gambar 4.13.



Gambar 4 13 Halaman Dashboard Edit *Campaign*

Selain dapat melihat data *campaign*, approve *campaign* serta edit *campaign*, bagian administrasi dapat melihat detail donasi dari suatu *campaign*. Maksud detail donasi adalah siapa saja donatur yang telah berdonasi pada *campaign* tersebut. Selain itu bagian administrasi melakukan pengecekan perihal donasi terhadap *campaign* tersebut. Dapat dilihat pada gambar 4.14.



No	Nama	Campaign	Donasi	Status Donasi	Action
1	ibai developer	Harza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	200000	Approved	
2	ibai developer	Harza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	
3	ibai developer	Harza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	10000	Pending	
4	ibai developer	Harza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	
5	ibai developer	Harza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	
6	ibai developer	Harza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	

Gambar 4.14 Halaman Dashboard Donasi *Campaign*

Selain dapat melihat detail donasi suatu *campaign*, bagian administrasi dapat membuat *campaign* untuk menggalangkan dana, dengan cara menekan tombol membuat *campaign* seperti pada halaman dashboard *campaign*. Setelah tombol *campaign* ditekan, maka sistem akan menampilkan halaman pembuatan *campaign*. Dapat dilihat pada gambar 4.15.

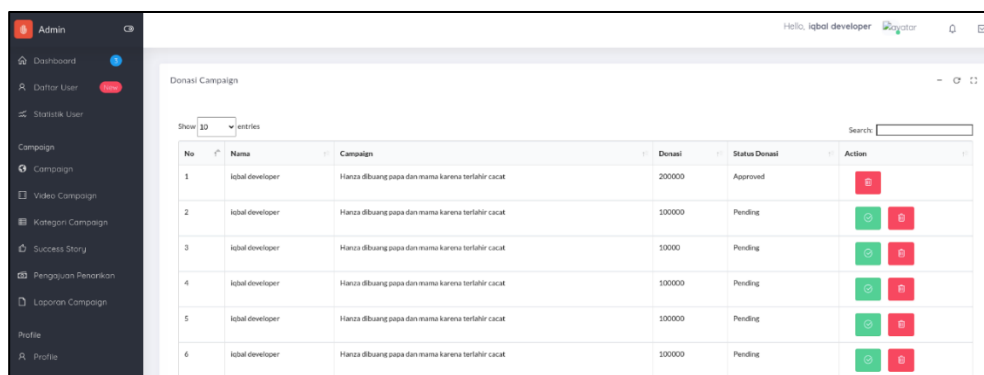


The screenshot shows the 'Campaign Peduly.com' creation form. It includes fields for 'Judul Campaign', 'Kategori', 'Batas Waktu Campaign', 'Jumlah Uang Dibutuhkan', and 'Kota / Kabupaten'. There is also an 'Upload Foto Campaign' section with a 'Choose File' button. A rich text editor is present for 'Detail Campaign'. The form is overlaid on a background image of a university logo and the text 'UNIVERSITAS Dinomika'.

Gambar 4.15 Halaman Dashboard Pembuatan *Campaign*

2. Halaman Dashboard Donasi *Campaign*

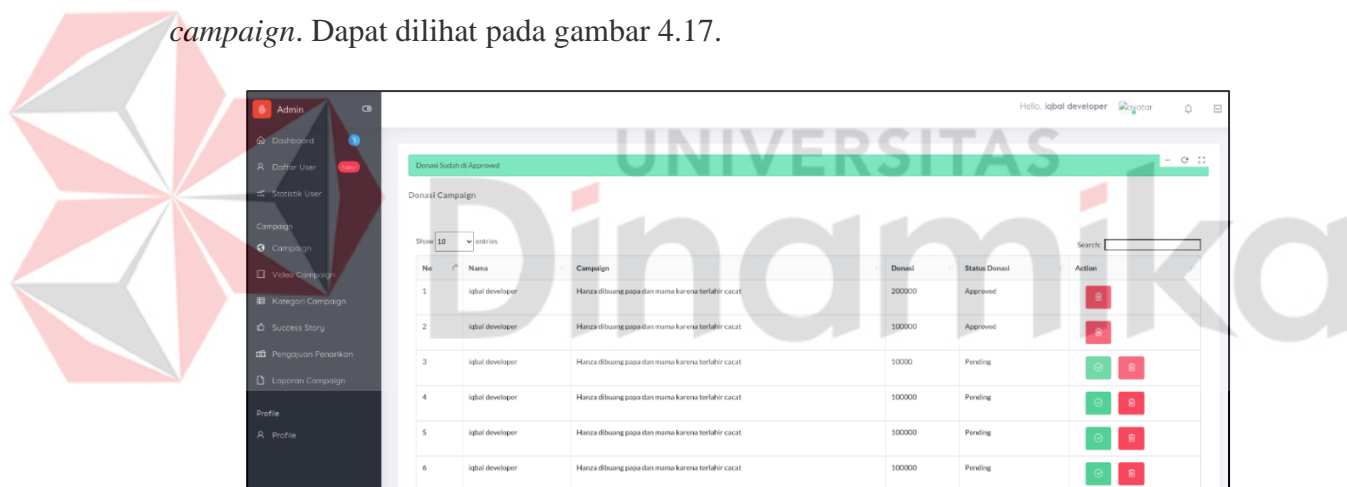
Pada halaman berikut ini, bagian administrasi dapat melihat detail donasi suatu *campaign*. Data tersebut berupa nama donatur, judul *campaign*, donasi dari donatur serta status dari donasi tersebut. Ketika donasi tersebut telah masuk kedalam suatu *campaign*, status dari donasi tersebut menjadi 'Pending'. Dapat dilihat pada gambar 4.16.



No	Nama	Campaign	Donasi	Status Donasi	Action
1	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	200000	Approved	
2	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	
3	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	10000	Pending	
4	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	
5	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	
6	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	

Gambar 4.16. Halaman Dashboard Donasi *Campaign*

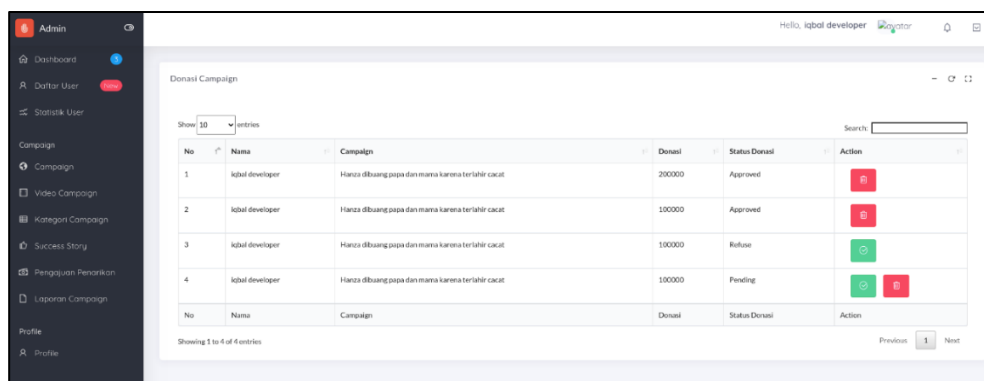
Selain itu, bagian administrasi dapat melakukan approve donasi dari donatur dengan cara melakukan pengecekan kode unik dari donasi tersebut. Ketika kode uniknya sama maka, bagian administrasi menekan tombol hijau dengan dan status donasi akan berubah menjadi “ approved “ , hal itu dimaksudkan bahwa donasi tersebut telah masuk kedalam *campaign*. Dapat dilihat pada gambar 4.17.



No	Nama	Campaign	Donasi	Status Donasi	Action
1	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	200000	Approved	
2	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Approved	
3	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	10000	Pending	
4	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	
5	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	
6	iqbal developer	Hanza dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	

Gambar 4.17 Notifikasi Donasi *Campaign* Approved

Selain itu bagian administrasi dapat membatalkan donasi dari donatur jika tidak ada transaksi yang terjadi terhadap donasinya dan melebihi tenggat waktu yang ditentukan dalam transaksi donasi tersebut. Dapat dilihat pada gambar 4.18.

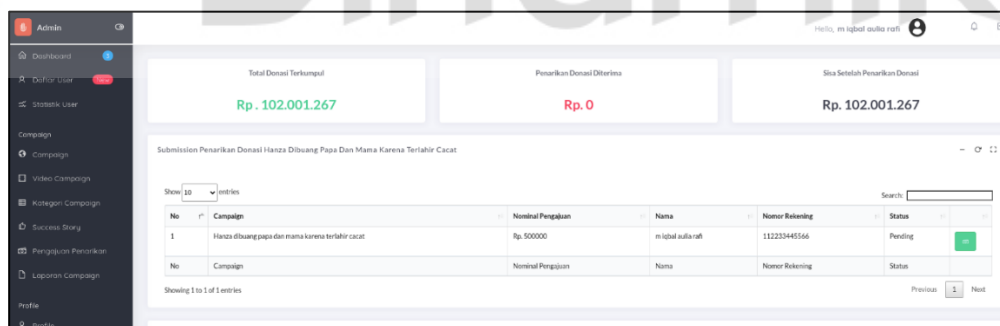


No	Nama	Campaign	Donasi	Status Donasi	Action
1	iqbal developer	Hanzo dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	200000	Approved	[Red X]
2	iqbal developer	Hanzo dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Approved	[Red X]
3	iqbal developer	Hanzo dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Refuse	[Green Check]
4	iqbal developer	Hanzo dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	100000	Pending	[Green Check] [Red X]

Gambar 4.18 Pembatalan Donasi *Campaign*

3. Halaman Dashboard Penarikan Donasi

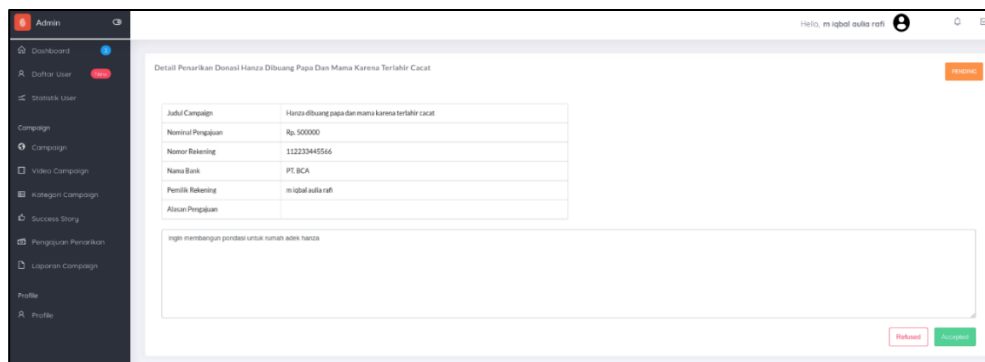
Pada halaman berikut ini, bagian administrasi dapat melihat data detail penarikan donasi *campaign* yang telah mengajukan penarikan donasi. Pada halaman dashboard penarikan donasi, bagian administrasi akan disajikan data detail penarikan donasi antara lain data judul *campaign*, nominal pengajuan, nama *campaigner*, nomor rekening dan status penarikan donasi selain itu juga terdapat informasi total donasi terkumpul, penarikan donasi yang diterima dan sisa setelah penarikan donasi. Dapat dilihat pada gambar 4.19.



No	Campaign	Nominal Pengajuan	Nama	Nomor Rekening	Status
1	Hanzo dibuang papa dan mama karena terlahir cacat	Rp. 500000	m iqbal aulianafi	11223445566	Pending

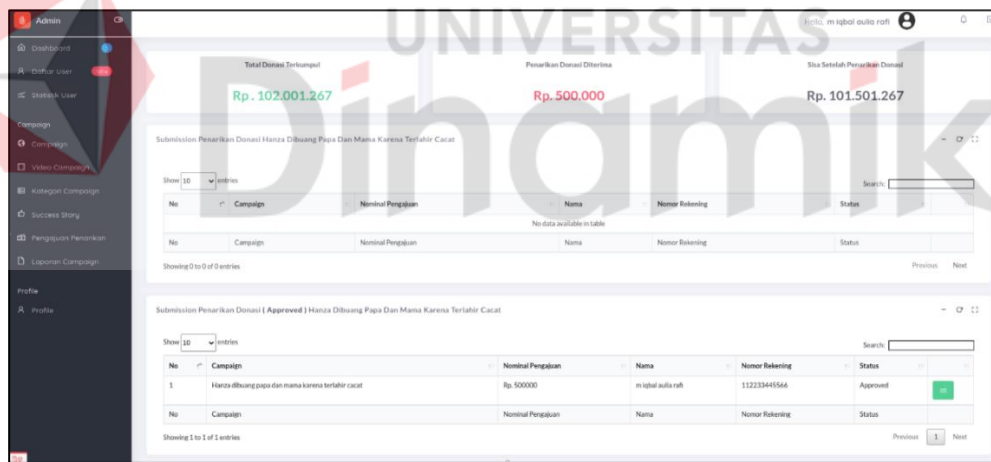
Gambar 4.19 Halaman Dashboard Penarikan Donasi

Selain dapat melihat detail dari penarikan donasi, bagian administrasi dapat melakukan penerimaan atau menyetujui penarikan donasi tersebut dengan menekan tombol berwarna hijau, lalu secara otomatis sistem akan menampilkan halaman dashboard detail penarikan donasi. Dapat dilihat pada gambar 4.20.



Gambar 4.20 Halaman Dashboard Detail Penarikan Donasi

Pada halaman dashboard detail penarikan donasi, bagian administrasi akan ditampilkan data detail dari suatu pengajuan penarikan donasi. Ketika bagian administrasi akan menyetujui penarikan donasi tersebut maka, bagian administrasi akan menekan tombol accepted lalu status penarikan donasi akan berubah menjadi approved dan tersimpan pada database setelah itu sistem akan menampilkan halaman dashboard penarikan donasi. Dapat dilihat pada gambar 4.21



Gambar 4.21 Pengajuan Penarikan Donasi Telah Disetujui

4.3 Hasil *Testing* Sistem

Berikut ini merupakan hasil *Testing* rancang bangun aplikasi sistem penggalangan dana berbasis web dengan menerapkan konsep *crowdfunding* pada startup Peduly. Guna melihat lebih detail dari hasil implementasi dan penjelesannya terdapat di Lampiran 15.

4.3.1 Donatur

1. Hasil *Testing* Halaman Detail *Campaign*

Berikut ini merupakan hasil *Testing* halaman detail *campaign* sesuai dengan desain *Testing* yang dirancang sebelumnya. Dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Hasil *Testing* Halaman Detail *Campaign*

No	Tujuan	Input	Output yang diharapkan	Hasil Ouput
1.	Donatur dapat melihat detail <i>campaign</i> dari yang dipilih dari beberapa data <i>campaign</i> yang tersedia pada halaman list <i>campaign</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Id_campaig - Id_kategori - Id_regencies - Id_user - Judul_campaign - Slug_campaign - Nominal_campaign - Waktu_tenggat_campaign - Detail_campaign - Status_campaign - Foto_campaign - Video_campaign - Success_stroy - Laporan_campaign - Komentar_campaign - Nominal_donasi 	Sistem akan menampilkan detail suatu <i>campaign</i> yang telah dipilih oleh donatur.	Uji Berhasil (Gambar L7.32)

4.4 Hasil Pembahasan

Berdasarkan hasil yang dibuat guna untuk meningkatkan intensitas donasi suatu *campaign* dengan menerapkan teori AISAS. Maka pada halaman detail *campaign* peneliti menambahkan fitur mengenai komentar *campaign*, *Success Story*, video *campaign*, laporan perkembangan *campaign* dan *Share campaign* yang sesuai dengan penerapan teori AISAS. Mengenai pengembangan fitur yang sesuai dengan penerapan teori AISAS dapat dilihat pada lampiran 4.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pengembangan sistem informasi dalam penelitian ini menggunakan tahapan seperti komunikasi, perencanaan, pemodelan serta tahap konstruksi. Berdasarkan hasil ujicoba dan evaluasi, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Aplikasi penggalangan dana berbasis web pada startup Peduly telah menerapkan prinsip dari prinsip – prinsip teori AISAS yang terdiri atas beberapa elemen yaitu *Share* media social, *Success Story*, *upload video campaign*, *komentar campaign*, *laporan perkembangan campaign*.
2. Aplikasi penggalangan dana berbasis web pada startup Peduly sudah menerapkan konsep *crowdfunding* yang memiliki beberapa elemen pada *crowdfunding* yaitu *Campaign*, dan *Donatur*.
3. Telah dihasilkan pengembangan sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan terdiri atas beberapa fungsional antara lain pembuatan *campaign*, *donasi campaign*, *laporan perkembangan campaign*, *komentar campaign*, *Success Story*, *Share campaign* dan *upload video campaign*.

5.2 Saran

Aplikasi penggalangan dana berbasis web pada startup Peduly masih banyak memiliki kekurangan. Oleh sebab itu, untuk pengembangan aplikasi ini agar menjadi lebih baik kedepannya, maka diberikan saran sebagai berikut:

1. Aplikasi dapat dikembangkan menjadi aplikasi berbasis android
2. Aplikasi dapat dikembangkan dalam pembuat API untuk sertiap service yang ada. Agar dapat terintegrasi dengan aplikasi berbasis website.
3. Aplikasi dapat dikembangkan untuk bagian akuntansi agar semua transaksi yang berhubungan dengan *campaign* dapat dapat dijalankan oleh bagian akuntansi sehingga tidak bertumpu pada bagian administrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, D. S. (2017). Konsep Crowdfunding untuk Pendanaan Infrastruktur di Indonesia. *Crowdfunding untuk Pendanaan Infrastruktur di Indonesia*, 1 - 2. Retrieved from <https://www.kemenkeu.go.id/media/4402/konsep-crowdfunding-untuk-pendanaan-infrastruktur-di-indonesia.pdf>
- Ardiaz, A. N. (2017, Desember). *Apa yang dimaksud dengan kampanye atau campaign ?* Retrieved from dictio.id: <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-kampanye-atau-campaign/14599>
- Badan Wakaf Indonesia. (2009, Januari 06). *Manajemen Fundraising dalam Penghimpunan Dana Wakaf*. Retrieved from <https://www.bwi.go.id/>: <https://www.bwi.go.id/297/2009/01/berita/berita-wakaf/manajemen-fundraising-dalam-penghimpunan-dana-wakaf/>
- cranium. (2019). *Kenapa Anda Harus Mengembangkan Website dan Web app untuk Bisnis Anda*. Retrieved from <https://cranium.id/>: <https://cranium.id/website-developer-jakarta>
- Elizabeth Meilyana, S. (2018, Aug 13). *AISAS Model*. Retrieved from bbs.binus.ac.id: <https://bbs.binus.ac.id/international-marketing/2018/08/aisas-model/>
- Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi, & Putri, A. A. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENDORONG PARTISIPASI KHALAYAK PADA SITUS ONLINE KITABISA.COM. *Jurnal Komunikasi Pembangunan Juli 2019, Volume 17, No. 2, 6*.
- ict4ngo. (2016, Mei 30). *Digital Fundraising*. Retrieved from <http://ict4ngo.com/>: <http://ict4ngo.com/2016/05/digital-fundraising/>
- idCloudHost. (2018, Mei 15). *Bagaimana Perkembangan Teknologi Informasi Saat ini?* Retrieved from <https://idcloudhost.com/>: <https://idcloudhost.com/bagaimana-perkembangan-teknologi-informasi-saat-ini/>
- Irfan, M. (2017). CROWDFUNDING SEBAGAI PEMAKNAAN ENERGI GOTONG ROYONG TERBARUKAN. *SOCIAL WORK JURNAL*, 35 - 40.
- Jayani, D. H. (2020, 02 26). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*. Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia#>

- Maxmonroe. (2016). *Pengertian Aplikasi: Arti, Fungsi, Klasifikasi, dan Contoh Aplikasi*. Retrieved from <https://www.maxmanroe.com/https://www.maxmanroe.com/vid/teknologi/pengertian-aplikasi.html>
- Muntoha, Jamroni, & H. T. (2015). PEMANFAATAN SITUS WEB SEBAGAI SARANA PROMOSI DESA SONGBANYU, KECAMATAN GIRI SUBO, GUNUNG KIDUL, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 173.
- Peduly. (2018). *Apa itu Peduly.com?* Retrieved from <https://help.peduly.com/https://help.peduly.com/apa-itu-peduly-com/>
- Pengetahuan, S. (2016, 09). *Pengertian Laporan, Fungsi Laporan & Manfaat Laporan Lengkap*. Retrieved from [Seputar Pengetahuan: https://www.seputarpengetahuan.co.id/2016/09/pengertian-laporan-fungsi-laporan-dan-manfaat-laporan.html](https://www.seputarpengetahuan.co.id/2016/09/pengertian-laporan-fungsi-laporan-dan-manfaat-laporan.html)
- Rosalina, . A. (2017). Aplikasi Crowdfunding Sebagai Perantara Penggalangan Dana Berbasis Website dan Facebook Application. *Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Kristen Petra*, 1-2.
- Rosalina, Handojo, A., & Wibowo, A. (2018). Aplikasi Crowdfunding sebagai perantara penggalangan dana berbasis website dan facebook application. 1.
- Sitanggang, M. H. (2016). *Departemen Ilmu Komunikasi*, 2.
- UINJKT. (2019, Desember 19). *"Crowds" di Era Digital*. Retrieved from <https://www.uinjkt.ac.id/ujid/crowdsdi-era-digital-2/>
- UNJA. (2016, July 15). *Pengertian Aplikasi*. Retrieved from <http://edel.staff.unja.ac.id/http://edel.staff.unja.ac.id/blog/artikel/Pengertian-Aplikasi.html>
- Young, T. E. (2013). *The Everything Guide to Crowdfunding : Learn how to use social media for small-business funding*. U.S.A: Karen Cooper.
- Zulfiandri, M., MMSI, S. H., & Skom, M. A. (2014). RANCANG BANGUN APLIKASI POLIKLINIK GIGI (STUDI KASUS : POLIKLINIK GIGI KEJAKSAAN AGUNG RI). *Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2014)*, 475.