

WEB-BASED PRODUCT MARKETING INFORMATION SYSTEM FOR MSMEs TANGGULANGIN WALLET AND BAG CRAFTSMEN

[SISTEM INFORMASI PEMASARAN PRODUK BERBASIS WEB PADA UMKM PENGERAJIN DOMPET DAN TAS TANGGULANGIN]

Enda Nuriya Dewi¹⁾, Sumarno^{*2)}

¹⁾ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: 181080200180@umsida.ac.id

Abstract. *The existence of MSMEs has an influence on improving people's welfare which can provide many business opportunities for the community. However, MSMEs currently have weaknesses in marketing their products, moreover they are still carrying out a manual marketing strategy using the method of making brochures, pamphlets and promoting their products in several stores. At the present time it is not easy to do marketing, the lack of the role of internet technology which can hinder MSMEs in terms of marketing their products. So that the business can develop and get maximum results, of course the role of internet technology is also very important for MSMEs in developing their business products. One way is to build an information system using PHP and Mysql programming as Database Storage, and using the Waterfall method which goes through the stages of needs analysis, design, programming, system testing and maintenance for information system development. The end result of this research is the advantage of an information system that is useful for the long term with the aim of facilitating online marketing and sales to be able to expand market reach.*

Keywords - *Marketing, SMEs, Websites, Waterfall, Information System*

Abstrak. *Keberadaan UMKM mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dapat memberikan banyak peluang usaha bagi masyarakat. Namun UMKM Saat ini memiliki kelemahan dalam memasarkan produknya apalagi masih melakukan strategi pemasaran manual dengan metode pembuatan brosur, pamflet dan mempromosikan produk mereka di beberapa toko. Di masa sekarang ini belum terbilang mudah dalam melakukan pemasaran, kurangnya peranan teknologi internet yang dapat menghambat UMKM dalam hal pemasaran produknya. Agar bisnis yang dilakukan dapat berkembang dan mendapatkan hasil yang maksimal tentu peranan teknologi internet juga sangat penting bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan produk usahanya. Salah satu cara yaitu membangun sistem informasi dengan pemrograman PHP dan Mysql sebagai Penyimpanan Database, serta menggunakan metode Waterfall yang melalui step analisis kebutuhan, desain, pembuatan program, pengujian sistem dan pemeliharaan untuk pengembangan sistem informasi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah sistem informasi yang mempermudah pemasaran dan penjualan secara online sehingga bisa memperluas jangkauan pasar.*

Kata Kunci - *Pemasaran, UMKM, Website, Waterfall, Sistem Informasi*

I. PENDAHULUAN

UMKM merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang didirikan dan dikelola oleh badan usaha maupun perorangan yang sudah resmi terdaftar sebagai pelaku UMKM. Sehingga keberadaan UMKM dapat di percaya oleh masyarakat. UMKM sendiri memiliki penggolongan klasifikasi berdasarkan beberapa kriterianya yaitu, kriteria menurut jumlah karyawan, jumlah asset dan omset pendapatan pertahun yang dimilikinya dengan total hasil penjualan lebih besar dari hasil kekayaan bersih.

Menurut Rudjito di dalam Irfanudin [1] menyatakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha milik perorangan atau badan usaha yang mempunyai peranan penting dalam memperkuat perekonomian suatu daerah ataupun negara termasuk di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari keberadaan UMKM karena mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dapat memberikan banyak peluang usaha bagi

masyarakat pengangguran untuk dapat berkarya dan menghasilkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan hidup. Maka dari itu perlu adanya pengembangan serta membangun langkah baru untuk lebih fokus lagi dalam berkembangnya UMKM di Indonesia guna mencapai perekonomian yang lebih baik lagi. [2]

Pengerajin Dompot dan Tas Tanggulangin merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang bergerak di bidang industri manufaktur yang menjual beberapa produk seperti Dompot dan Tas berbahan kulit. Tahun 2021 UMKM di Indonesia mengalami dampak buruk yang disebabkan oleh Covid-19, hal ini pemerintah membuat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), sehingga sektor perekonomian mengalami penurunan yang mengakibatkan pelaku usaha sangat sulit untuk dapat menjual produk yang dibuat. Tentu hal ini menjadi tantangan bagi UMKM untuk bertahan hidup ditengah wabah yang terjadi. [3]

Kelemahan pada UMKM saat ini yaitu dalam memasarkan produknya pelaku usaha masih melakukan strategi pemasaran manual dengan metode pembuatan brosur, pamflet dan mempromosikan produk mereka di beberapa toko, hal ini sangat memakan waktu, tenaga dan tidak sedikit biaya yang dikeluarkan untuk menyampaikan informasi ke target pasar saat ini. [4] Diperlukannya strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan hasil penjualan dengan cara meningkatkan strategi pemasaran produk dari usaha dengan mengaplikasikan metode pemasaran melalui sistem informasi penjualan. [5]

Kurangnya peranan teknologi internet yang dapat menghambat UMKM dalam hal pemasaran, sehingga peranan teknologi internet sangat penting bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan produk usahanya. Dengan adanya teknologi internet akan mempermudah untuk pencarian suatu informasi tentang produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. UMKM yang memiliki akses online seperti mengembangkan e-commercenya akan menikmati keuntungan dari bisnis yang signifikan dari segi pendapatan, inovasi dan daya saing. Akan tetapi masih banyak UMKM yang belum memahami teknologi informasi khususnya media digital serta belum memahami manfaat dan peran dari penggunaan media tersebut.[6] Oleh karena itu, peran pemerintah dibutuhkan untuk mendorong keberhasilan UMKM dalam memperluas akses komunikasi melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis website yang dapat digunakan sebagai media komunikasi secara global. [7]

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu akan berimbas di dunia pemasaran. Sistem informasi pemasaran sebagai bagian pemasaran dengan menyediakan banyak berbagai informasi untuk menunjang kebutuhan pemasaran. Trend pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online).[8] Di zaman sekarang internet sudah menjadi pelengkap terpenting dan tidak bisa terpisahkan karena dapat mempermudah segala aktivitas dari pengguna internet.[9] Oleh karena itu diperlukan adanya pengelolaan yang baik agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dan mampu bersaing dengan para pelaku usaha lainnya. [10]

Menurut Khafid [11] sistem informasi pemasaran merupakan bentuk dari sistem informasi bisnis yang lebih menuju pada bagian pemasaran dengan menyediakan banyak berbagai informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan maupun pelanggan untuk mendukung pemasaran. Dengan kemampuan web atau internet dapat mengirimkan berbagai bentuk data seperti teks, video, dan gambar, hal tersebut membuat banyak kalangan bisnis yang memanfaatkan teknologi ini dengan membuat homepage untuk mempromosikan usahanya. Dari website sistem informasi inilah mengarahkan UMKM dalam menarik konsumen dan memberikan informasi seputar usaha secara efektif dan efisien.[12] Sistem informasi adalah sistem yang menyediakan informasi manajemen untuk pengambilan keputusan dan informasi untuk manajemen perusahaan dengan adanya sumberdaya manusia dan teknologi informasi.[13]

Pemanfaatan media digital, pelaku usaha bisa memangkas biaya dalam membangun UMKM miliknya, dalam arti UMKM tidak perlu membangun sebuah outlet fisik sebagai tempatnya untuk mempromosikan barang atau jasa, bahkan tidak diperlukan lagi membuat banner, lalu dalam pemasarannya dapat dilakukan dengan media digital seperti website.[14] E-Commerce merupakan konsep bisnis yang cukup berkembang, sistem ini dapat menguntungkan banyak pihak yang terlibat, selain tidak banyak modal dengan itu tercetus penjualan jarak jauh yang bisa dikirim keseluruhan penjuru daerah.[15] Melalui website juga tidak hanya di lingkup tertentu tetapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi, namun pemanfaatan media website belum secara merata dapat dirasakan pelaku usaha.[16] Dengan website tersebut dapat menampilkan proses pelaku usaha melakukan penjualan sehingga menampilkan tampilan penawaran produk dan penjelasan produk.[17]

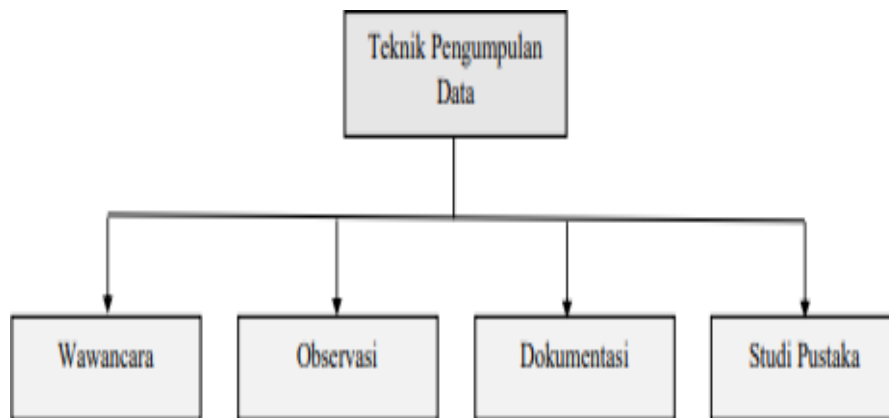
Oleh karena itu akan dilakukan sebuah penelitian yang mampu memberikan solusi permasalahan pada UMKM tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk membangun sebuah sistem informasi yang berguna untuk jangka panjang yang bertujuan untuk mempermudah proses pemasaran dan penjualan produk secara online.

Berdasarkan latar belakang di atas, pada penelitian ini memanfaatkan teknologi internet untuk membangun sebuah sistem. Maka dari itu peneliti tertarik mengambil judul “ **Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis Web Pada (UMKM) Pengerajin Dompot Dan Tas Tanggulangin** ”

II. METODE

Untuk mendapatkan informasi dan data penunjang serta teori dalam pengembangan sistem informasi pemasaran. Penulis perlu melakukan beberapa tahap penelitian sebagai berikut :

1. Metode Pengumpulan Data

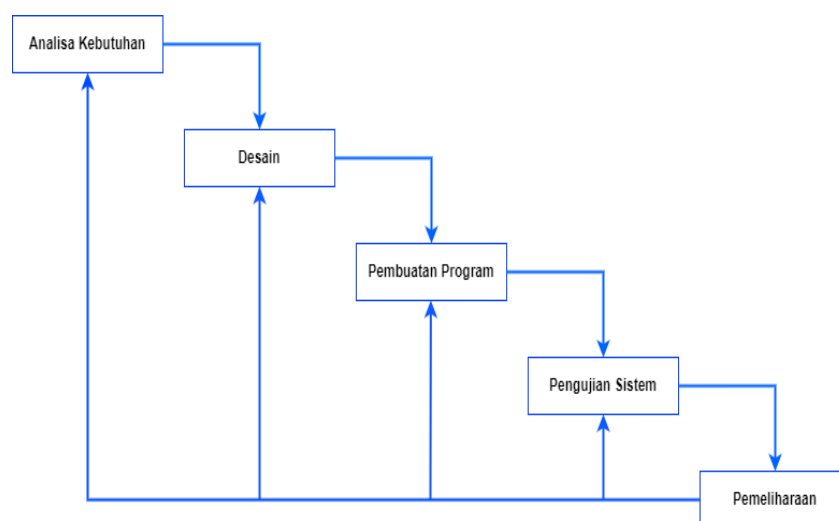


Gambar 1. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara, metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara terstruktur dengan tujuan memperoleh informasi secara luas mengenai objek penelitian.[18]
- b. Observasi, metode pengumpulan data yang diperoleh dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis dan terarah pada objek penelitian. Proses pengumpulan data observasi menggunakan metode observasi partisipasi dimana peneliti ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan kelompok yang diteliti.
- c. Dokumentasi, pengambilan data informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, gambar yang berupa laporan yang dapat dijadikan sebagai acuan. [19]
- d. Studi pustaka, kegiatan mengumpulkan informasi atau data-data dari sumber yang relevan terkait dengan topik peneliti.[20]

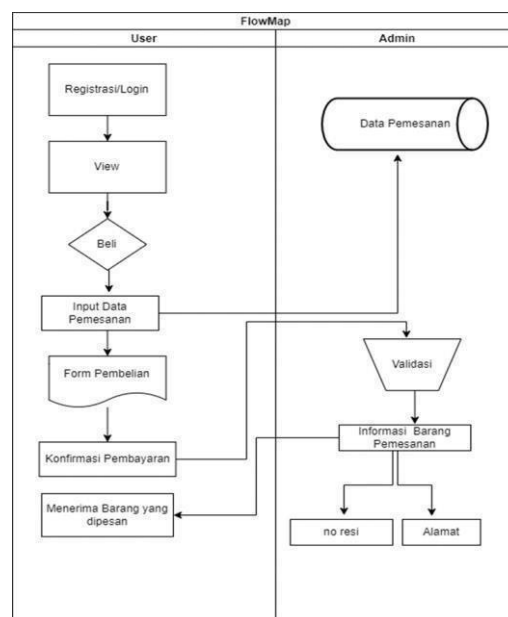
2. Metode Pengembangan Sistem

Dalam pengembangan sistem informasi ini menggunakan metode air terjun yang dikenal dengan waterfall.



Gambar 2. Alur Pengembangan Sistem

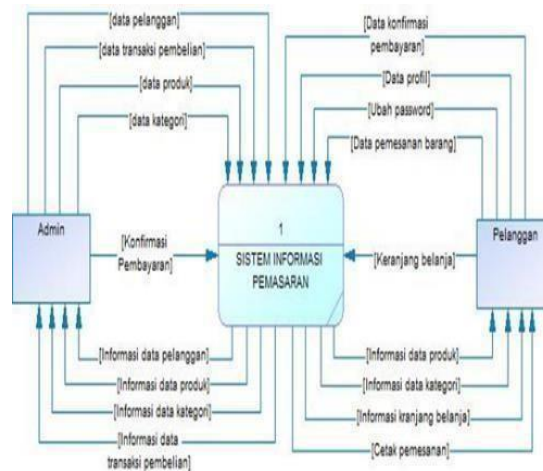
- a. Analisa Kebutuhan : Proses pengumpulan kebutuhan dilakukan secara insentif untuk menspesifikasikan kebutuhan perangkat lunak agar dapat dipahami perangkat lunak seperti apa yang dibutuhkan oleh user. Spesifikasi kebutuhan perangkat lunak pada tahap ini perlu untuk didokumentasikan. Langkah awal dalam mengembangkan program yang akan mencakup menu-menu yang dibutuhkan dalam sistem informasi pemasaran produk pada UMKM pengerajin dompet dan tas tanggulagin.
 - b. Desain : Desain perangkat lunak adalah proses multi langkah yang fokus pada desain pembuatan program perangkat lunak termasuk struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan prosedur pengkodean. Tahap ini mentranslasi kebutuhan perangkat lunak dari tahap analisis kebutuhan ke representasi desain agar dapat diimplementasikan menjadi program pada tahap selanjutnya. Pada proses desain menggunakan tools Antara lain Flow Map, Diagram Konteks, dan ERD (Entity Relationship Diagram)
 - c. Pembuatan Program : Pada proses ini merupakan proses implementasi desain yang sudah dibuat kedalam sistem informasi sesuai dengan hasil dari analisa kebutuhan.
 - d. Pengujian : Bagian pengujian menggunakan Black-Box Testing adalah pengujian perangkat lunak yang berfokus pada detail kegunaan tanpa memeriksa bentuk atau kode desain program yang bertujuan untuk menjamin bahwa semua fungsi dari perangkat lunak beroperasi dengan baik.
 - e. Pemeliharaan : Tidak menutup kemungkinan sebuah perangkat lunak mengalami perubahan ketika sudah dikirimkan ke pengguna. Perubahan bisa terjadi karena adanya kesalahan yang muncul dan tidak terdeteksi saat pengujian atau perangkat lunak harus beradaptasi dengan lingkungan baru. Tahap pendukung atau pemeliharaan dapat mengulangi prose pengembangan mulai dari analisis sesifikasi untuk perubahan perangkat lunak yang sudah ada, tapi tidaj untuk membuat perangkat lunak baru.
3. Tahap Perancangan Sistem merupakan tahapan awal dalam peneliti membangun sebuah website. Perancangan sistem ini dibangun berdasarkan studi kasus terkait dengan kebutuhan pengguna (user) akan sistem yang dibuat dalam perencanaan sistem perangkat lunak.
 - a. Flowmap Sistem Usulan



Gambar 3. Flowmap Sistem Usulan

Gambar 3, di atas merupakan flowmap system, dapat dijelaskan pelanggan tidak langsung datang dan bertanya ke toko atau penjual melainkan melakukan registrasi dan login melalui website. Jika (ya) user masuk ke menu beranda dan memilih produk mana yang akan dibeli. Jika (ya) langsung menuju halaman pembayaran, setelah itu pelanggan bisa melihat informasi barang yang dipesan dari mulai melihat nomor resi dan alamatnya.

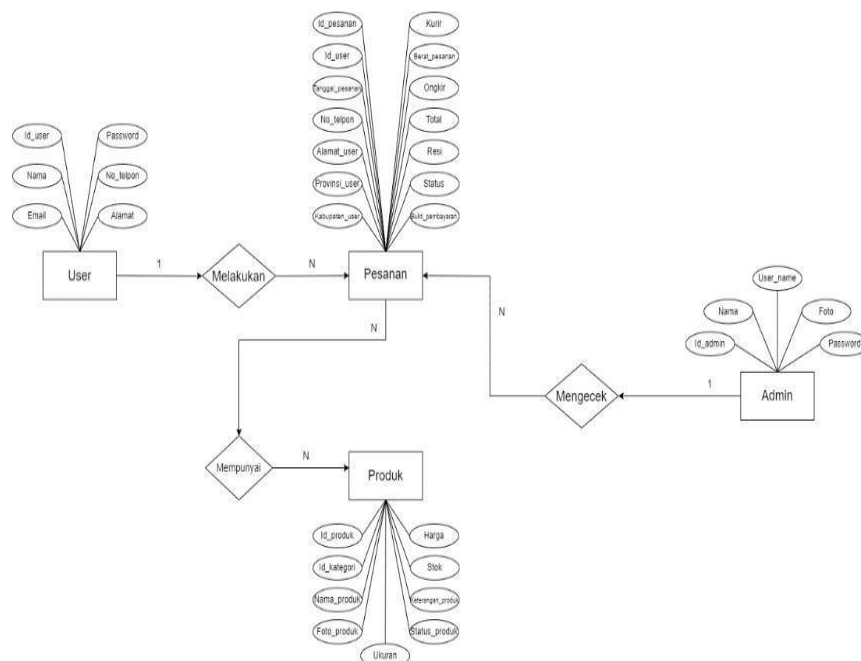
b. Diagram Konteks



Gambar 4. Diagram Konteks

Gambar 4, di atas merupakan diagram konteks diatas, pelanggan dapat melakukan registrasi atau login yang disimpan dalam database sistem, yang nantinya pelanggan dapat melihat informasi data datanya sendiri. Pelanggan melakukan pemesanan barang, kemudian sistem mengirim ke admin laporan pemesanan setelah itu admin acc laporan dengan mengirimkan bukti pemesanan kepada pelanggan.

c. ERD (Entity Relationship Diagram)



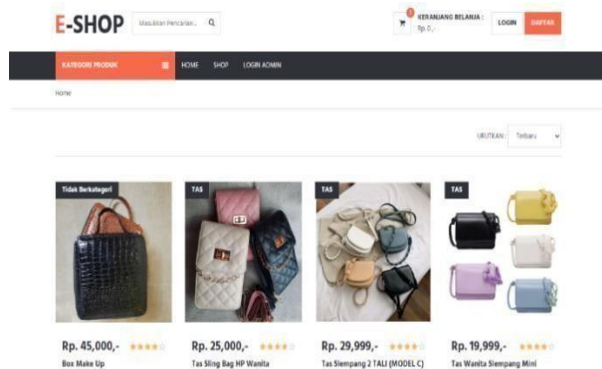
Gambar 5. ERD (Entity Relationship Diagram)

Gambar 5, diatas menjelaskan ERD penelitian dimana database saling berelasi satu sama lain yang memiliki entitasnya meliputi User, Admin, Pesanan, Produk. (1) User melakukan (N) Banyak pemesanan, (N) Banyak Pemesanan Mempunyai (N) Produk, (1) Admin Mengecek (N) pesanan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

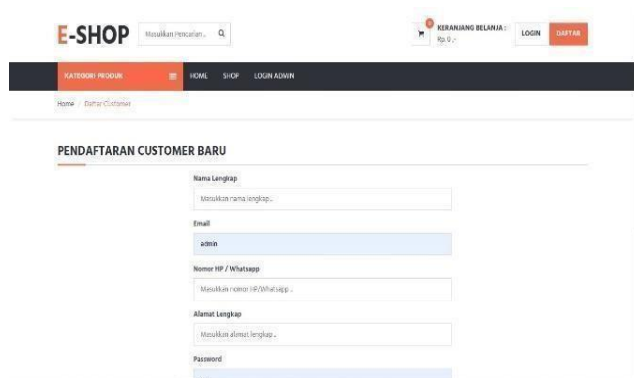
A. Hasil Penelitian Sistem

Berdasarkan hasil penelitian sistem dan interface didapatkan hasil berupa Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis Web Pada UMKM Pengerajin Dompot dan Tas Tanggulangin yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Setelah tahap perancangan sistem dan desain interface aplikasi sistem tahap selanjutnya adalah tahap implementasi. Berikut merupakan tampilan dari halaman serta menu yang ada sebagai berikut.



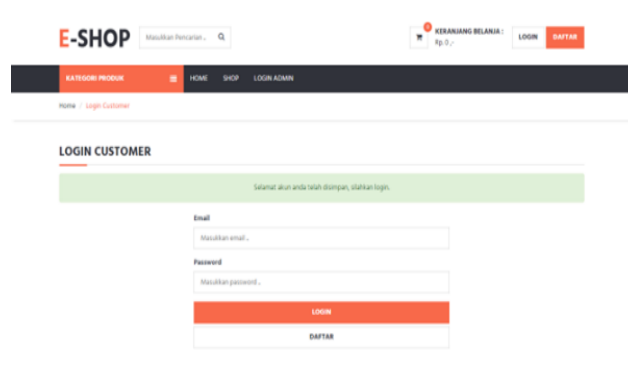
Gambar 6. Halaman Utama Website

Pada gambar 6, pada saat pertama kali user mengakses atau membuka web pada halaman depan akan muncul tampilan yang berisi gambar produk, kategori produk, *Login*, keranjang belanja dan informasi kontak website tersebut.



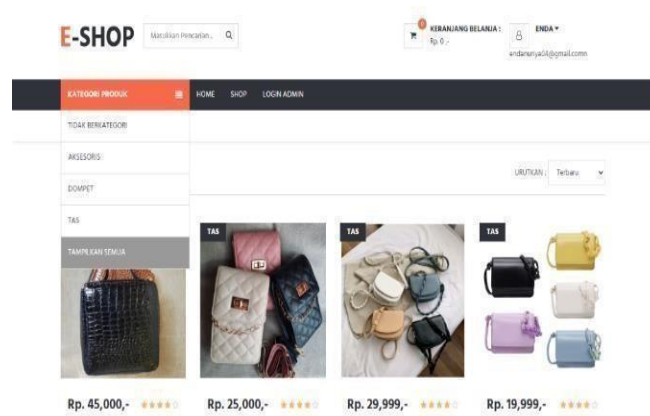
Gambar 7. Halaman Register

Pada Gambar 7, menunjukkan User akan diarahkan pada tahap registrasi di Website tersebut seperti memasukkan data pribadi lengkap untuk membuat akun.



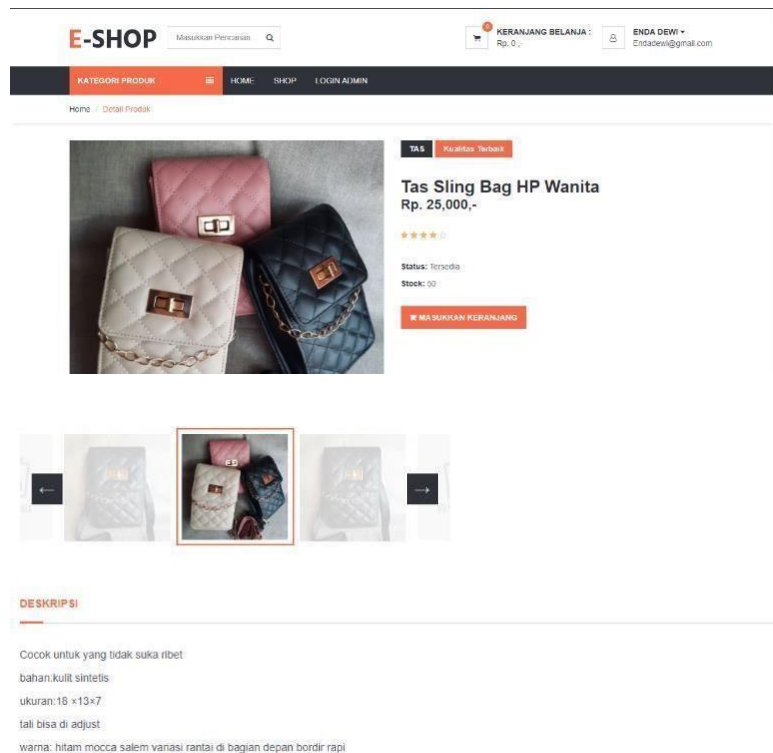
Gambar 8. Halaman User *Login*

Pada gambar 8, menunjukkan Halaman Login, setelah user mengisi form register pengguna memasukkan username dan password dahulu setelah benar kemudian user menuju halaman utama website yang terdapat beberapa menu.



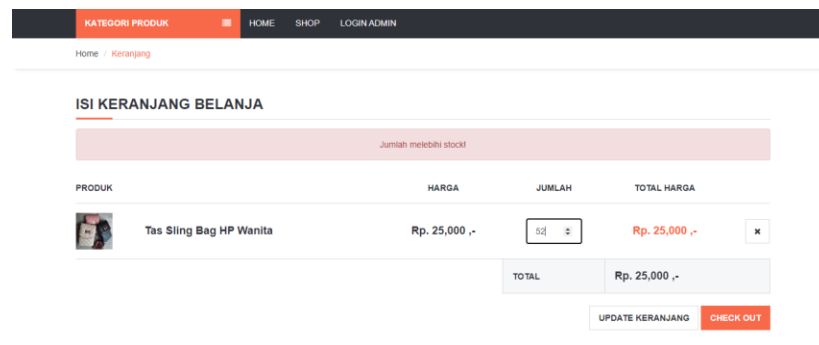
Gambar 9. Halaman Utama User

Pada Gambar 9, menunjukkan pada tampilan awal halaman sistem informasi dimana user setelah melakukan Login berhasil, sistem mengarahkan pengguna ke menu-menu yang dapat diakses oleh pengguna berdasarkan peran yang dimilikinya.



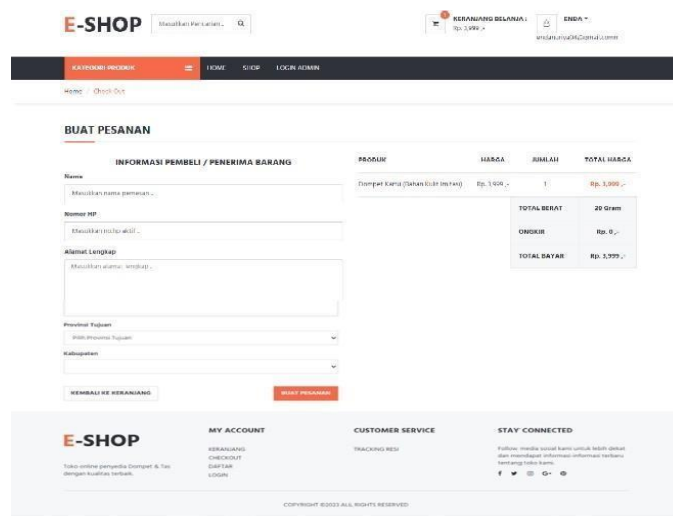
Gambar 10. Halaman Detail Produk

Pada Gambar 10, menunjukkan Halaman Detail Produk dimana merupakan halaman yang berisi tentang nama produk beserta gambar produk, kualitas produk, status produk, stok produk dan deskripsi produk.



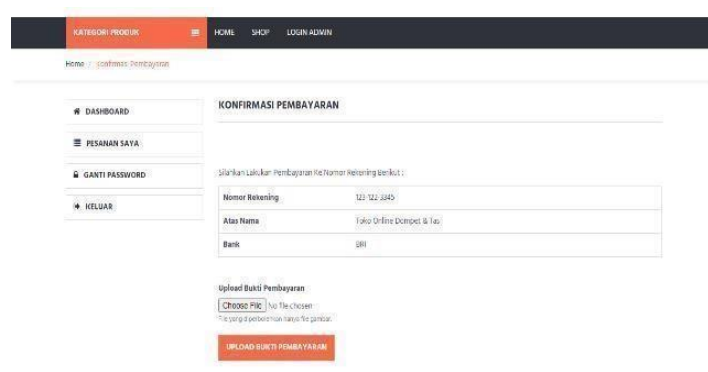
Gambar 11. Halaman Keranjang Belanja

Pada Gambar 11, menunjukkan ketika User memilih produk yang akan dibeli maka barang tersebut akan masuk kedalam keranjang belanja, sebelum melakukan Check Out user bisa merubah pesanan yang ada pada halaman tersebut. Jika user melakukan check out barang melebihi stok, akan muncul notifikasi seperti pada gambar di atas.



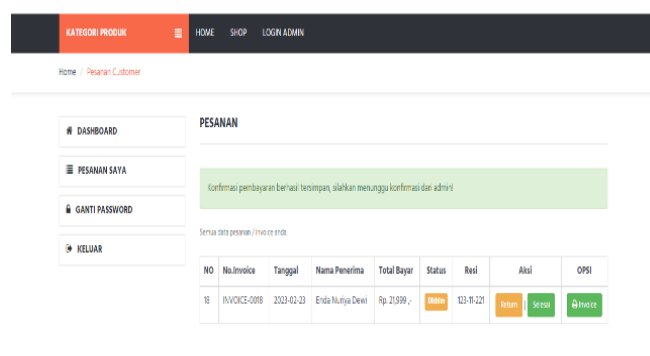
Gambar 12. Halaman Check Out

Pada Gambar 12, menunjukkan Halaman Check Out Barang yang berisikan rincian belanja user, apabila pengguna telah memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, langkah selanjutnya User juga akan memasukkan identitas lengkap serta tujuan pengiriman dan otomatis biaya ongkir akan terlihat.

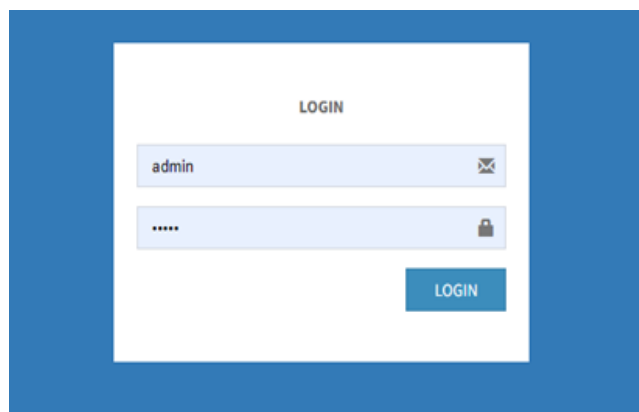


Gambar 13. Halaman Konfirmasi Pembayaran

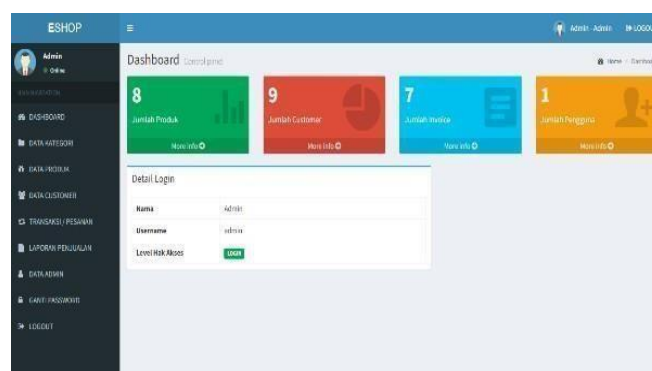
Pada Gambar 13, menunjukkan bahwa setelah pemilihan produk maka tahap selanjutnya yaitu user akan melakukan proses pembayaran dengan upload bukti pembayaran pada form yang sudah disediakan. Kemudian akan di proses oleh Admin.

**Gambar 13.** Halaman Status Pesanan

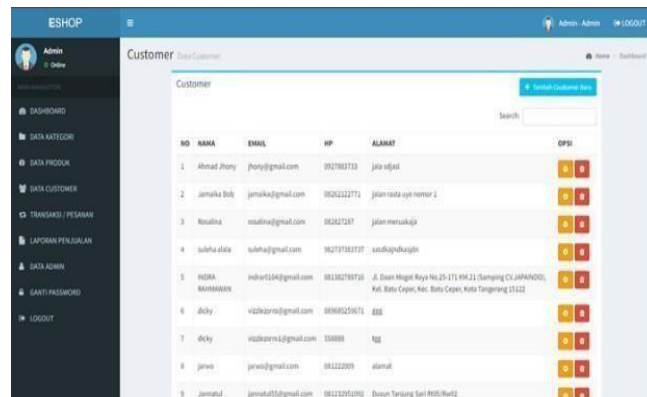
Pada Gambar 14, menunjukkan user dapat melihat status pesanan yang belum atau sudah di proses oleh admin, untuk dapat mengetahui atau melacak pesanan user dapat melakukan pelacakan pesanan barang melalui nomor resi yang sudah di input oleh admin.

**Gambar 15.** Halaman Login Admin

Pada Gambar 15, menunjukkan Tampilan Halaman login Admin yang digunakan untuk masuk ke sistem sesuai akses yang dimiliki oleh admin.

**Gambar 16.** Halaman Dashboard Admin

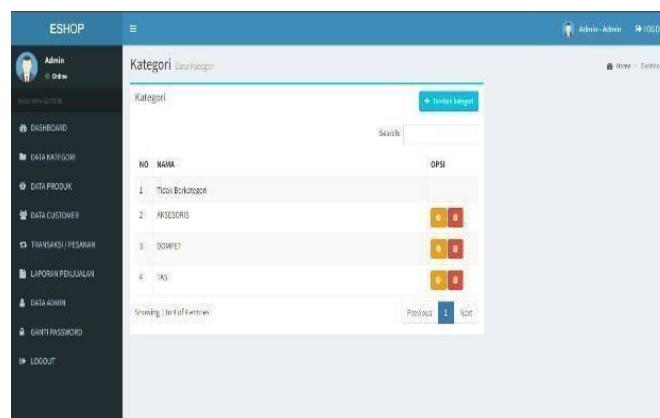
Pada Gambar 16, menunjukkan tampilan awal sistem informasi dimana terdapat banyak beberapa menu yang nantinya bisa diakses oleh admin.



ID	NAMA	EMAIL	HP	ALAMAT	OPSI
1	Almad phony	phony@gmail.com	092788733	jaka sdjkd	[Edit] [Hapus]
2	Jamaka Div	jamaka@gmail.com	0820222771	jalan mata eye nomor 1	[Edit] [Hapus]
3	Roudna	roudna@gmail.com	082022287	jalan merukaji	[Edit] [Hapus]
4	Subha alata	subha@gmail.com	08278788737	suakajudakgah	[Edit] [Hapus]
5	INDRA, Nombelwari	indrar10@gmail.com	08130279710	J. Sateh Magat Raya No.25-271.919.21 (damping C2 JAWANOO), Kot. Batu Ceper, Kec. Batu Ceper, Kota Tanggung 25122	[Edit] [Hapus]
6	dicky	vg2000@gmail.com	08960250171	888	[Edit] [Hapus]
7	dicky	vg2000@gmail.com	08888	122	[Edit] [Hapus]
8	jamal	jamal@gmail.com	082222000	alamak	[Edit] [Hapus]
9	Jamatul	jamatul@gmail.com	08222052092	Dusun Tangung Sari P05,Mat02	[Edit] [Hapus]

Gambar 17. Halaman Data Customer

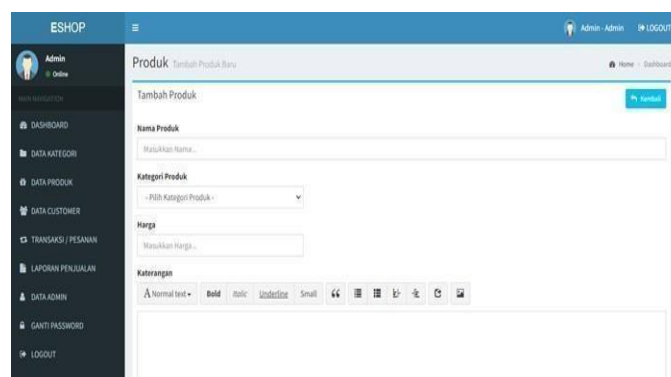
Pada Gambar 17, menunjukan Halaman Data Customer yang menampilkan beberapa data User yang sudah melakukan registrasi dan login dengan benar sehingga data pengguna bisa masuk pada halaman Data Customer.



ID	NAMA	OPSI
1	Ticon Berkebagal	[Edit] [Hapus]
2	KSESORIS	[Edit] [Hapus]
3	DOMPET	[Edit] [Hapus]
4	TAS	[Edit] [Hapus]

Gambar 18. Halaman data Kategori

Pada Gambar 18, menunjukan Halaman Data Kategori yang menampilkan beberapa jenis kategori produk yang sudah disesuaikan dengan produk dari UMKM Pengerajin Dompnet dan Tas, dimana Admin bisa menambahkan produk yang sesuai dengan kategori nya masing-masing.



Produk: Tambah Produk Baru

Tambah Produk

Nama Produk: Masukkan Nama...

Kategori Produk: Pilih Kategori Produk...

Harga: Masukkan Harga...

Keterangan: A Normal text, Bold, Italic, Underline, Small, [Icons]

Gambar 19. Halaman Data Produk

Pada Gambar 19, menunjukkan pada halaman Data Produk admin bisa menambahkan beberapa produk kedalam form yang sudah disediakan dengan menginputkan nama produk, gambar produk, harga produk, deskripsi produk, jumlah produk, berat produk dan bisa melakukan edit dan hapus produk.

NO	NO INVOICE	TANGGAL	CUSTOMER	TOTAL	BAYAR	STATUS	UPDATE STATUS	OPSI
1	INVOICE-001	15-02-2023	Jannah	Rp.	35.000,-	Menunggu Pembayaran	Menunggu Pembayaran	Bayar Pembayaran, Hapus, Edit
2	INVOICE-002	15-02-2023	Jannah	Rp.	33.000,-	Return	Return	Bayar Pembayaran, Hapus, Edit
3	INVOICE-003	15-02-2023	Jannah	Rp.	46.000,-	Selesai	Selesai	Bayar Pembayaran, Hapus, Edit
4	INVOICE-004	15-02-2023	Jannah	Rp.	33.000,-	Selesai	Selesai	Bayar Pembayaran, Hapus, Edit
5	INVOICE-005	06-11-2022	Jannah	Rp.	149.000,-	Return	Return	Bayar Pembayaran, Hapus, Edit
6	INVOICE-006	13-06-2023	Jannah	Rp.	898.000,-	Dikonfirmasi & Sedang Diproses	Dikonfirmasi & Sedang Diproses	Bayar Pembayaran, Hapus, Edit
7	INVOICE-007	13-06-2023	Jannah	Rp.	968.000,-	Dikonfirmasi & Sedang Diproses	Dikonfirmasi & Sedang Diproses	Bayar Pembayaran, Hapus, Edit

Gambar 20. Halaman Data Transaksi atau Pesanan

Pada gambar 20, menunjukkan halaman Data Transaksi atau Pesanan, admin bisa melihat banyaknya pesanan dan transaksi yang dilakukan oleh User dengan melihat bukti transaksi pembayaran yang sudah di upload user. Kemudian admin akan melakukan proses update status guna melancarkan proses transaksi.

NO	INVOICE	TANGGAL MASUK	NAMA SUPPLIER	JUMLAH	STATUS
1	INVOICE-0014	13-02-2023	Jannah	Rp. 88.000,-	Selesai
2	INVOICE-0015	15-02-2023	Jannah	Rp. 46.000,-	Selesai
3	INVOICE-0016	15-02-2023	Jannah	Rp. 33.000,-	Selesai
4	INVOICE-0017	13-02-2023	Jannah	Rp. 13.000,-	Menunggu Pembayaran

Gambar 21. Halaman Data Laporan Penjualan

Pada Gambar 21, menunjukkan Halaman Data Laporan Penjualan, berisikan data yang akurat mengenai jumlah produk yang terjual dan juga sebagai pengukur kemajuan penjualan. Yang nantinya menjadi laporan akhir untuk di serahkan kepada pemillik UMKM.

B. Hasil Pengujian Black-Box Testing

Black-Box Testing, pengujian sistem merupakan unsur yang paling penting dalam proses rekayasa perangkat lunak. Adapun pengujian Black-Box Testing merupakan pengujian yang berfokus pada spesifikasi fungsional dari perangkat lunak tanpa menguji desain dan kode program [21] memusat pada spesifikasi fungsional perangkat lunak.

Tabel 1. Pengujian Blackbox Testing

No	Pengujian	Test Case	Harapan	Hasil
1	Register	Masukkan nama lengkap, email, nomor telepon, alamat lengkap, password	Masuk ke halaman login	benar
		Masukkan data dengan nama dan email yang sama	Tetap pada halaman register	benar
2	Login	Username atau Password benar	Masuk ke halaman utama	benar
		Username atau Password salah	Tetap pada halaman login	benar
3	Profil Saya	Melihat detail profil	Menampilkan detail profil	benar
4	Ubah Profil	Mengubah, nama, foto, dan username profil	Menampilkan detail profil	benar
5	Ubah Password	Mengubah password profil	Password dapat dirubah	benar
6	Logout	Keluar dari sistem	Keluar dari sistem dan menuju halaman login	benar
7	Dashboard	Lihat kategori produk	Dapat beralih ke halaman kategori produk	benar
8	Keranjang Belanja	Masukkan produk	Menampilkan halaman belanja yang berisikan produk, harga, jumlah yang dipilih	benar
9	Halaman Check Out	Masukkan data pesanan lengkap, provinsi tujuan dan kabupaten tujuan	Menampilkan Detail pesanan beserta total belanjaan dan ongkir	benar
10	Halaman Pesanan	Melakukan konfirmasi pembayaran	Menampilkan form upload bukti pembayaran	benar
		Melacak no resi	Menampilkan posisi barang yang sedang dalam proses pengiriman	benar
		Pesanan selesai	Menampilkan detail status pesanan telah selesai	benar

Tabel 2. Pengujian Blackbox Testing

No	Pengujian	Test Case	Harapan	Hasil
1	Login	Username atau Password benar	Masuk ke halaman utama	benar
		Username atau Password salah	Tetap pada halaman login	benar

2	Logout	Keluar dari sistem	Keluar dari sistem dan menuju halaman login	benar
3	Dashboard	Lihat data user/customer	Dapat beralih ke halaman user	benar
4	Kategori	Admin menambahkan kategori	Menampilkan kategori baru	benar
		Admin menekan menu edit atau hapus	Menampilkan form untuk merubah atau menghapus data kategori	benar
5	Produk	Admin menekan tambah produk, masukkan nama produk, kategori, harga, keterangan, berat, jumlah stok, gambar.	Menampilkan Form mengisi data produk untuk di simpan oleh admin	benar
		Admin menekan menu edit atau hapus	Menampilkan form untuk merubah atau menghapus data produk	benar
6	Customer	Admin menekan tambah customer	Menampilkan form untuk menambah data customer baru	benar
		Admin menekan menu edit atau menghapus	Menampilkan form untuk mengubah data atau menghapus customer	benar
7	Status Transaksi	Admin melakukan update status untuk melancarkan aksi transaksi	Menampilkan di form customer, transaksi pesanan telah di update oleh admin	benar
8	Laporan Penjualan	Admin memilih bulan dan tahun kemudian memilih tampilkan laporan (generate data)	Menampilkan data laporan penjualan yang terpilih untuk dapat melakukan pencetakan	benar

Pengujian sistem informasi yang menggunakan metode black box testing ini menunjukkan secara fungsional bahwa proses pengujian pada fitur, sistem dapat memeriksa kemampuan pengguna dalam melakukan login menggunakan username dan password masing-masing. Dengan pengujian data normal dimana dapat menampilkan dashboard admin dan pelanggan, serta alur pemesanan, pembayaran dengan menampilkan secara lengkap. Hal ini tidak ditemukan adanya kesalahan pada sistem dengan demikian menunjukkan bahwa program telah berjalan dengan baik sesuai hasil yang diharapkan. Dan untuk menjaga kestabilan fungsi dari web tersebut diperlukan prosedur penggunaan dan batasan penggunaan yang jelas.

Secara non-fungsional proses pengujian dilakukan dengan menambahkan berbagai aspek tambahan agar bisa mengetahui kemampuan software atau aplikasi dalam menjalankan suatu perintah. Selain itu pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah aplikasi yang dibuat dapat berjalan dengan baik pada perangkat. Selain itu pengujian ini juga berguna untuk menjaga keamanan program.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji coba dan implementasi Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis Web Pada UMKM Pengerajin Dompot Dan Tas Tanggulangin, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi pemasaran online ini dibuat untuk mempermudah dalam penyampaian informasi produk terbaru dan mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian atau pembayaran tanpa harus datang ke toko. Dengan menggunakan sistem yang sudah dibuat, dapat mengurangi munculnya data produk yang sama pada saat produk di pasarkan. Sistem informasi berbasis web ini bisa di akses kapan saja dan dimana saja. Dengan menggunakan sistem informasi pemasaran berbasis web, Admin dapat menyimpan data laporan penjualan lebih aman melalui media penyimpanan data yang lebih terjamin dalam database sistem.

Saran yang dapat disampaikan dalam pengembangan Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis Web Pada UMKM Pengerajin Dompot Dan Tas Tanggulangin, yaitu dapat menambahkan metode Pembayaran Midtrans Payment Gateway dan ketelitian pada saat input produk harus di perhatikan, karena data produk tidak boleh ganda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih kepada owner pengrajin dompot dan tas yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan penelitian di Ketegan Tanggulangin Sidoarjo dan telah menerima dengan baik sistem yang saya buat. Serta terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan terkait penelitian yang dilakukan.

REFERENSI

- [1] A. M. Irfanudin, D. Sunardi, R. Sari, I. Imbron, and N. Nariah, "Peran Seo Dalam Meningkatkan Reliabilitas Pemasaran Produk Via Media Online Pada Forum Muslimah Depok," *Dedik. Pkm*, vol. 1, no. 1, p. 21, 2020, doi: 10.32493/dedikasipkm.v1i1.6044.
- [2] Y. Syafitri, A. Prasetyo, and R. Astika, "Sistem Informasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Web Pada Kecamatan Bumi Nabung Lampung Tengah," *J. Inf. dan Komput.*, vol. 9, no. 2, pp. 124–134, 2021.
- [3] H. ; W. Wijoyo, "Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Era Pandemi Covid-19," *Snapshot Semin. Nas. Kahuripan*, pp. 9–13, 2020.
- [4] J. S. Irsandi, I. Fitri, and N. D. Nathasia, "Sistem Informasi Pemasaran dengan Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Website menggunakan Metode Waterfall dan Agile," *J. JTik (Jurnal Teknol. Inf. dan Komunikasi)*, vol. 5, no. 4, p. 346, 2020, doi: 10.35870/jtik.v5i4.192.
- [5] F. Musyafa and S. Sumarno, "Web-Based Bag and Luggage Sales Information System," *Indones. J. Innov. Stud.*, vol. 20, pp. 1–17, 2022, doi: 10.21070/ijins.v20i.729.
- [6] A. Wardhana, "Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia," *Semin. Nas. Keuang. dan Bisnis IV*, pp. 327–337, 2015.
- [7] Mariana Kristiyanti, "Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang," *J. Apl. Manaj.*, vol. 13, no. 2, pp. 186–196, 2015.
- [8] P. ES, Rahmi, and Sandy Aditya, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," *J. Pemberdaya. Masy. Madani*, vol. 1, no. 1, pp. 1–17, 2017.
- [9] Suci Nurfadilah, "Perancangan Website Company Profile Pada Ukm Orazio Multiusaha Indonesia," *Appl. Bus. Adm. J.*, vol. 1, no. 3, pp. 1–8, 2022.
- [10] I. D. Utama, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung," *Equilibrium*, vol. 7, no. 1, pp. 1–10, 2017, doi: 10.25273/equilibrium.v7i1.3829.
- [11] M. K. Taufani, Riyadi, and R. Y. Dewantara, "Analisis Dan Desain Sistem Informasi Pemasaran (Studi Pada Sistem Informasi Pemasaran Untuk Promosi Cv. Intan Catering)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 38, no. 2, pp. 1–10, 2016.
- [12] Damayanti and Sumiati, "Sistem Informasi Daya Tarik Pembelian Produk UMKM Home Industri Berbasis WEB," *Konf. Nas. Sist. Inf.*, pp. 502–507, 2018.
- [13] B. Al Ghazian and R. Akbar, "Perancangan Sistem Informasi E-Commerce Pada Toko Sepatu Ud Anggun Berbasis Web," *Procedia Eng. Life Sci.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–7, 2022, [Online]. Available: www.apachefriends.org.
- [14] N. Dimas, I. Dewi, Z. Latiefa, A. Rosanto, and S. Amin, "Perancangan Website sebagai Media Digital Marketing untuk Mendorong Pemasaran UMKM," *J. Bina Desa*, vol. 3, no. 3, pp. 176–180, 2021, [Online]. Available: <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jurnalbinadesa>.
- [15] S. Santoso, I. A. Sitanggang, and G. Melisa, "Perancangan Website E-Commerce Ineed.Id," *J. Tek. Inform.*, vol. 14, no. 1, pp. 19–23, 2022, [Online]. Available: <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/informatika/article/view/1915>.
- [16] L. Indrayani, F. Awopi, and S. Zabir, "Sistem Informasi Pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) Berbasis Website," *Dinamis*, vol. 17, no. 1, pp. 111–116, 2020, [Online]. Available: <http://ojs.ustj.ac.id/dinamis/article/view/703>.
- [17] S. N. Ramadhany and A. Eviyanti, "Perancangan Sistem Informasi Penawaran dan Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus : PT. Daya Berkah Sentosa Nusantara)," *Procedia Eng. Life Sci.*, vol. 1, no. 2, 2021, doi: 10.21070/pels.v1i2.1030.
- [18] S. Dewi, L. Laudeciska, A. Figa, A. Auliani, D. V. Marbun, and W. Dwiyanti, "Perancangan Sistem Informasi Berbasis Website Pada Ukm Jaya Punggur," *Pros. Natl. Conf. Community Serv. Proj.*, vol. 3, no. 1, pp. 841–

- 848, 2021.
- [19] Mukhsin, “Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm),” *Teknokom*, vol. 2, no. 1, pp. 1–10, 2019, doi: 10.31943/teknokom.v2i1.25.
- [20] P. M. Simanullang, “Pengaruh Perangkat Keras Komputer Dalam Sistem Informasi Manajemen,” p. 10.
- [21] E. Prasetyo, “Rancang Bangun Sistem Informasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmanyah Kabupaten Musi Banyuasin Berbasis Website,” *J. Inform.*, vol. 1, no. 2, pp. 19–30, 2015.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.