

## ENTERPRISE ARCHITECTURE PLANNING SEBAGAI STRATEGIS MANAJEMAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN UMKM IBU AINUN BERBASIS WEBSITE

Siti Mukodimah<sup>1</sup>, Sri Ipnuwati<sup>2</sup>, Scandy Audrey Chelvina<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu Lampung  
email : scandyaudrey0608@gmail.com

### *Abstract*

*The use of technology in today's modern era is very helpful in various sectors of life, one of which is the business sector. Technology makes it easier to introduce business products to consumers. Mrs. Ainun's MSMEs are one of the many business sectors that can take advantage of technological advances to advance their business. This research aims to simplify the online marketing process for Mrs. Ainun's ginger wedang UMKM and is expected to provide and increase the income of Ainun's ginger wedang UMKM. This research uses qualitative methods using interviews, observations and literature studies. The results of this research show that the marketing information system in Ibu Ainun's MSMEs has a positive effect on increasing sales of Ibu Ainun's own ginger drink. and it can be concluded that this website-based marketing system is complete. Therefore, Ibu Ainun's MSMEs can market their products effectively and efficiently.*

**Keywords :** *E-commerce, Information System, UMKM*

### **Abstrak**

Pemanfaatan teknologi di zaman modern saat ini sangat membantu dalam berbagai sektor kehidupan, salah satunya sektor bisnis. Teknologi mempermudah dalam hal memperkenalkan produk bisnis kepada konsumen. UMKM Ibu Ainun adalah salah satu dari sekian banyak sektor bisnis yang bisa memanfaatkan kemajuan teknologi untuk kemajuan bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk mempermudah dalam proses pemasaran online pada UMKM wedang jahe Ibu Ainun dan di harapkan dapat memberikan serta meningkatkan pendapatan UMKM wedang jahe Ainun. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara, observasi dan studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem informasi pemasaran yang terdapat pada UMKM ibu ainun berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan wedang jahe ibu ainun sendiri. dan dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran yang berbasis website ini memiliki yang lengkap. Olehkarena itu, UMKM ibu ainun dapat memasarkan produknya secara efektif dan efisien.

**Kata Kunci :** *E-commerce, Sistem Informasi, UMKM*

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di zaman yang semakin canggih saat ini kemajuan teknologi telah berdampak di semua sektor kehidupan, tidak terkecuali di Indonesia. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Menkominfo), Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia. Data tersebut juga menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi 5 besar pengguna internet aktif, atau 47 juta, atau sekitar 14% dari total jumlah pengguna ponsel. Pada saat ini, dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Kita bisa memanfaatkannya untuk sektor bisnis dan peran ekonomi di masyarakat. Seperti pemasaran online (e-commerce). Oleh karena itu, e-commerce sendiri dapat menjadi ladang atau alat bagi perusahaan untuk bersaing dengan ekonomi sosial. Persaingan usaha semakin menjadi tantangan bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, semuanya menggunakan teknologi dan fasilitas yang canggih. Salah satunya adalah perkembangan pemasaran dimana para pelaku usaha tidak lagi hanya mengandalkan keunggulan teknologi karena pesatnya perkembangan informasi berpindah tangan, termasuk teknologi produk. perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah Anis Sholihah pada tahun (2021) dengan hasil Strategi produk yang dilakukan UMKM syrup jahe yaitu dengan memperhatikan produknya, dari mulai bahan baku, alat dan kebersihan produk. Strategi promosi yang dilakukan UMKM syrup jahe 33 adalah dengan mengikuti berbagai macam pameran-pameran, festival, dan event [1]. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Danang Satrio dan Anggraini Putri pada tahun (2021) dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM makanan ringan di Subah mengenai pemasaran online dapat dikatakan berhasil dan terjadi peningkatan ketertarikan pelaku UMKM makanan ringan sebesar 30% menjadi 89% setelah diberikan penjelasan tentang manfaat e-commerce [2]. Berdasarkan strategi pemasaran online UMKM makanan pada kecamatan Cibinong yang dilakukan oleh Teguh Febrianto Setiawan, Budi suhardjo, dan Muhammad Syamsun pada tahun (2018) memberikan kesimpulan bahwa Pemasaran online telah meningkatkan pendapatan UMKM makanan responden di Kecamatan Cibinong 10-32% [3]. Pada faktor internal adalah pengetahuan dan skill SDM dalam operasional usaha dan pada faktor eksternal adalah kemajuan TI dan inovasi menu dan produk baru. Terdapat 3 hal point utama dalam menerapkan strategi pemasaran kopi janji jiwa yang di lakukan oleh Wina Arahmah, Pitri, Joana Sarah, dan Annie Mustika Putri pada tahun (2021) yaitu memanfaatkan sosial media seperti instagram, Dari instagram bisa mencakup ke seluruh jaringan media seperti Go-Food, aplikasi serta ke WhatsApp. Kedua dengan metode sistem pembayaran digital, dengan begitu konsumen yang tidak membawa uang tunai bisa menggunakan QRIS. Ketiga, selalu memperbarui menu. dapat kita simpulkan walaupun kopi janji jiwa mengalami penurunan terhadap penjualan dia mampu memanfaatkan media sosial [4]. Pada penelitian sebelumnya sistem pemasaran masih menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Sedangkan pada penelitian yang akan di buat, sistem pemasaran sudah berbasis aplikasi marketplace. Marketplace dibuat untuk mengurangi proses bisnis yang kompleks sehingga tercipta efisiensi dan efektifitas. Indikator efektifitas marketplace bisa dilihat dari kemampuan platform tersebut dalam memberikan fasilitas transaksi, mempertemukan penjual dan pembeli, serta menyediakan infrastruktur.

Seiring berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan masyarakat sebagai konsumen akan semakin jeli dalam memilih produk yang diinginkan, sehingga perusahaan dan pelaku bisnis harus mampu mengantisipasi perubahan lingkungan yang terjadi dalam hal permintaan produk. Tidak cukup bagi perusahaan untuk menciptakan nilai tambah melalui berbagai kegiatan terutama pada

kegiatan penjualan secara manual. Dan masyarakat pun kurang mengetahui adanya produk wedang jahe ibu Ainun. Maka, dari permasalahan tersebut peneliti membuatan website marketplace untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di UMKM ibu Ainun.

Dengan adanya sebuah website dapat mempermudah dalam proses pemasaran sebuah produk dan dalam website itu juga pelanggan atau masyarakat dapat mengetahui produk apa saja dengan lebih lengkap. Serta dengan adanya website tersebut, masyarakat bisa mengetahui di mana produk UMKM wedang jahe ibu Ainun akan dipasarkan. Tidak hanya di kota-kota tertentu melainkan produk tersebut juga bisa menjangkau pasar internasional. Sehingga bisa memperluas pasar dengan kata lain produktivitas industri dan pendapatan perusahaan meningkat.

**1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perancangan sistem informasi e commerce pada umkm wedang jahe berbasis website?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat perancangan sistem informasi e commerce?

**1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Untuk mempermudah dalam proses pemasaran online pada UMKM wedang jahe Ainun
2. Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan serta meningkatkan pendapatan UMKM wedang jahe Ainun.

**II. TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Penelitian Terdahulu**

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian/Th	Kelemahan	Metode	Hasil
Pengaruh strategi pemasaranonline terhadap peningkatan laba UMKM, IraSetiawati (2017)	Sistem ini hanya menentukan laba dalam penjualan online.	Kuantitatif	Pada sistem saat ini tidak hanya peningkatan laba saja yang didapat tetapi produk juga bisa menjangkau pasar nasional hingga internasional dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.
Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Kerajinan Tas, Wiwit Agus	Proses pemasaran dan promosi produk kerajinan yang selama ini masih dilakukan	Modelling Language (UML)	Dengan adanya sistem ini, perusahaan dapat menyebarkan dan memperluas promosi pada produk tersebut.

Triyanto (2017)	secara manual dan terbatas karena hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut dan pintu ke pintu		
Sistem informasi penjualan oleh sales marketing pada PT Erlangga Mahameru, Fitriyana (2020)	Pemesanan bukumasih dilakukan dengan caradatang ke perusahaan dan penyampaian informasi buku terbaru masih menggunakan majalah	Prototype	Pada sistem ini, perusahaan bisa memberikan informasi penjualan serta penyampaian informasi terbaru kepada para konsumen. Dan perusahaan dapat memperluas pemasarantersebut.
Upaya peningkatan minat pemasaran online (e-commerce) untuk pelaku UMKM makanan ringan di Kabupaten Batang, Danang Satrio (2021)	Pelaku usaha kebanyakan wanita usiasedang hingga tua yang belum memahami tentang internet sehingga belum mengetahui apakah itu pemsaran online	Sosialisasi	Sistem informasi pemasaran online yang di hasilkan dapat memberikan informasi dan dapat memperluas pasar hingga penjuru negeri jika di lihat dari produk itu sendiri.
Penerapan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan di masa pandemi Covid-19 pada Perusahaan Waralaba (Studi kasus toko kopi janji jiwa), Wina Arahmah	Mengalami penurunan jumlah omzet yang drastis akibat pandemi	Kualitatif	Dengan adanya sistem ini, omzet penjualan yang di dapat tidak mengalami penurunan dan akan terus bertambah

Dari beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ada nya kelebihan yang dapat membantu perusahaan dalam menghasilkan sebuah pendapatan. Dari beberapa kelemahan penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk membuat sebuah website yang menyediakan cara untuk meningkatkan produktivitas industri dalam memasarkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

## **2.2 Konsep Sistem Informasi**

### **2.2.1 Definisi Sistem Informasi**

Menurut Lani Sidharta (1995: 11) Sistem informasi adalah sistem buatan manusia yang berisi himpunan terintegrasi dari komponen – komponen manual dan komponen – komponen terkomputerisasi yang bertujuan untuk mengumpulkan data, memproses data, dan menghasilkan informasi untuk pemakai. Menurut Turban, McLean, dan Wetherbe (1999) Sistem informasi adalah sebuah sistem informasi yang mempunyai fungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan, menganalisis, dan menyebarkan informasi untuk tujuan yang spesifik. Sistem informasi adalah suatu sistem yang menyajikan dan mengolah data untuk menghasilkan sebuah tujuan yang bermanfaat. Menurut Kertahadi (2007) Sistem informasi merupakan alat untuk menyajikan informasi sedemikian rupa dan memiliki manfaat untuk penggunanya. Tujuannya ialah untuk memberikan informasi dalam perencanaan, memulai, pengorganisasian sebuah perusahaan yang melayani sinergi organisasi dalam proses mengendalikan pengambilan keputusan[5].

### **2.2.2 Komponen Sistem Informasi**

Menurut Zakiyudin (2011:9), di dalam sistem informasi terdapat komponen komponen seperti:

- a. **Perangkat keras (hardware)** mencakup, peranti-peranti fisik seperti komputer dan printer.
- b. **Perangkat lunak (software)** atau program, yaitu sekumpulan instruksi yang memungkinkan perangkat keras untuk dapat memproses data.
- c. **Basis data (data base)** adalah sekumpulan tabel, hubungan dan lain-lain yang berkaitan dengan penyimpanan data.
- d. **Prosedur** adalah sekumpulan aturan yang dipakai untuk mewujudkan sistem informasi, pemrosesan dan penggunaan keluaran sistem Informasi.
- e. **Jaringan komputer dan komunikasi data**, merupakan sistem penghubung yang memungkinkan sumber (resources) dipakai secara bersama atau diakses oleh sejumlah pemakai[6].

Burch dan Grudnitski (1989) mengemukakan bahwa sistem informasi terdiri dari komponen-komponen yang disebutnya sebagai blok pembangun (building block). Blok pembangun ini kemudian dibagi menjadi Blok Masukan (Input Block), Blok Model (Model Block), Blok Keluaran (Output Block), Blok Teknologi (Technology Block), Blok Basis Data (Database Block), dan Blok Kendali (Controls Block)[7].

## **2.3 Enterprise Architecture Planning (EAP)**

Menurut Steven H. Spewak, Enterprise Architecture Planning atau EAP adalah suatu metode pendekatan perencanaan Kualitas data yang berorientasi pada kebutuhan bisnis serta bagaimana cara implementasi dari arsitektur tersebut dilakukan sedemikian rupadalam usaha untuk mendukung perputaran roda bisnis dan pencapaian visi sistem informasi dan Organisasi[8]. Menurut Tities Sumunaring Tyas dan Ali Tarmuji (2013, h.98) EAP merupakan pendekatan yang modern untuk melakukan perencanaan terhadap kualitas data guna mencapai misi Sistem Informasi. EAP juga merupakan proses mendefinisikan sejumlah arsitektur yaitu: arsitektur data,

arsitektur aplikasi, dan arsitektur teknologi dalam menggunakan informasi untuk mendukung bisnis[9]

## **2.4 E-commerce**

E-Commerce menurut Laudon & Laudon (1998) adalah suatu proses untuk menjual dan membeli produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan perantara komputer yaitu memanfaatkan jaringan komputer[10]. Menurut Kotler & Armstrong (2012) E-commerce adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Menurut Wong (2010) e-commerce adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet[11].

## **2.5 Bahasa Pemrograman**

### **2.5.1 Laravel**

Laravel menurut Naista (2017) mengatakan bahwa Laravel merupakan salah satu framework berbasis PHP bersifat open source (terbuka), dan menggunakan konsep MVC (model – view – controller). Laravel berada di bawah lisensi MIT License dengan menggunakan Github sebagai tempat berbagi code menjalankannya.

### **2.5.2 PHP**

Menurut Mundzir (2018:3) PHP berasal dari kata “Hypertext Preprocessor”, yaitu bahasa pemrograman universal untuk penanganan pembuatan dan pengembangan sebuah situs web dan bisa digunakan bersamaan dengan HTML. Menurut Supono & Putratama (2018: 1) mengemukakan bahwa “PHP (PHP: hypertext preprocessor) adalah suatu bahasa pemrograman yang digunakan untuk menterjemahkan basis kode program menjadi kode mesin yang dapat dimengerti oleh komputer yang bersifat server-side yang ditambahkan ke HTML”. Menurut Agus Saputra (2011 :38) PHP atau yang memiliki kepanjangan PHP Hypertext Preprocessor merupakan suatu bahasa pemrograman yang difungsikan untuk membangun suatu website dinamis. PHP menyatu dengan kode HTML, maksudnya adalah beda kondisi. HTML digunakan sebagai pembangun atau pondasi dari kerangka layout web, sedangkan PHP difungsikan sebagai prosesnya sehingga dengan adanya PHP tersebut, web akan sangat mudah di-maintenance. Linux.PHP juga dibangun sebagai modul pada web server apache dan sebagai binary yang dapat berjalan sebagai CGI[12].

## **III. METODE PENELITIAN**

### **3.1 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian saat ini menggunakan metode sebagai berikut :

#### **a. Metode Wawancara**

Melakukan sesi tanya jawab mengenai proses pemasaran dan proses pembuatan produk yang dilakukan oleh UMKM ibu ainun.

#### **a. Metode Observasi**

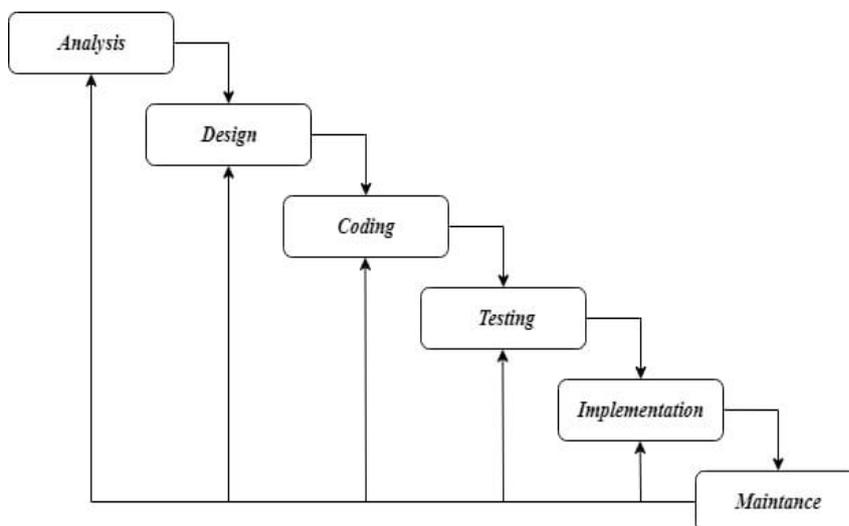
Melakukan observasi langsung di tempat pembuatan wedang jahe Ainun , dan melakukan pengamatan mengenai proses penjualan produk untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi.

b. Metode Studi Literatur

Mengumpulkan Literatur yang berhubungan dengan sistem pemasaran online (E-commerce)

### 3.2 Model Perancangan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode waterfall sebagai berikut :



Gambar 1. Metode Waterfall

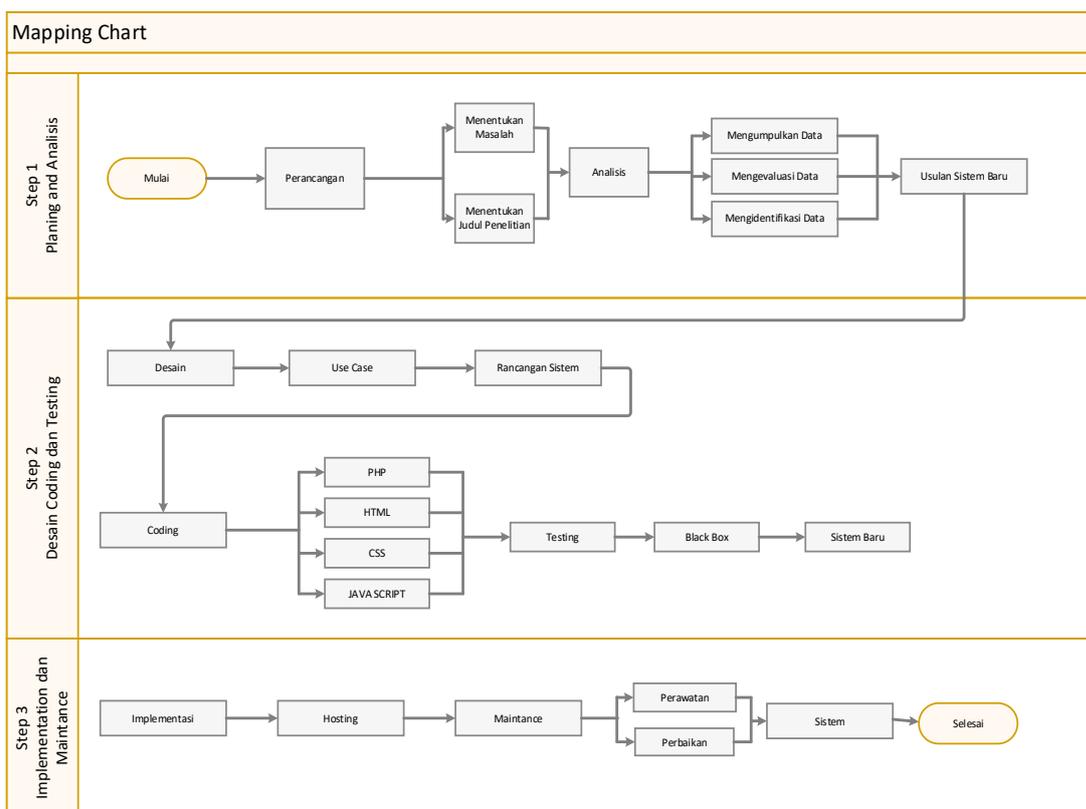
Metode waterfall memiliki langkah langkah sebagai berikut ;

1. Analisis Kebutuhan  
Langkah ini merupakan analisis kebutuhan pada sistem dan dalam tahap ini bisa melakukan Wawancara atau sebuah pengumpulan data.
2. Design  
Fase dimana pengembangan dapat merancang sistem sesuai dengan analisis yang dilakukan pada fase sebelumnya. Oleh karena itu, sistem dibuat sebagai solusi dari permasalahan yang ada.
3. Bahasa pemrograman  
Pemrograman atau pengkodean adalah terjemahan desain ke dalam bahasa yang dapat dikenali komputer. Kode program ditulis oleh seseorang yang disebut programmer yang menerjemahkan keinginan pengguna
4. Pengujian Program  
Tahap terakhir yaitu menguji kemampuan dan efektivitas sistem baru, mengidentifikasi kelemahan dan kelemahan sistem, meninjau dan memperbaikinya dalam aplikasi, dan menjadikannya lebih baik.
5. Penerapan dan Pemeliharaan Program

Pada tahap ini perangkat lunak sudah siap digunakan dan sesuai dengan keinginan pengguna atau user. Penerapan sistem pemeliharaan ini berguna untuk sistem agar perangkat lunak bisa berjalan sesuai dengan fungsinya.

### 3.3 Kerangka Alur Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kerangka penelitian tipe flowchart.



Gambar 2 . Kerangka Flowchart

Didalam step 1 ini penulis melakukan perencanaan. setelah itu penulis menentukan masalah serta judul masalah yang nantinya akan penulis analisa menggunakan data-data yang dikumpulkan lalu penulis akan mengusulkan sistem baru.

kemudian pada step 2 penulis membuat usecase untuk mendesain dan membuat rancangan sistem, setelah merancang sistem, penulis melakukan pengcodingan yang menggunakan bahasa pemrograman seperti HTML,CSS,JAVA dan PHP. hasil dari pengetikan itu akan digunakan penulis untuk melakukan testing dan pengujian menggunakan Blackbox. Dan diproses terakhir yaitu step 3 penulis akan melakukan implementasi dari hasil proses sebelumnya,lalu melakukan hosting dan tidak lupa maintance agar sistem yang direncanakan selesai.

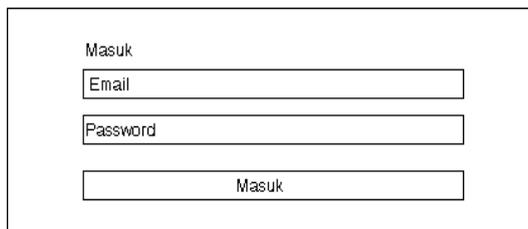


#### 4.2 Rancangan Interface

Rancangan Interface digunakan untuk membuat tampilan dalam perangkat lunak untuk memasukkan data yang akan di implementasikan kedalam sebuah website.

##### 1) Tampilan Login Admin/Pelanggan

Rancangan interface login admin ataupun pengguna



Masuk

Email

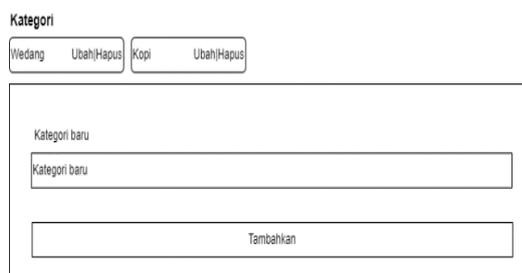
Password

Masuk

Gambar 5. Tampilan halaman login

##### 2) Tampilan Input Kategori

Pada halaman ini digunakan untuk penginputan kategori produk yang di inginkan .



Kategori

Wedang Ubah/Hapus Kopi Ubah/Hapus

Kategori baru

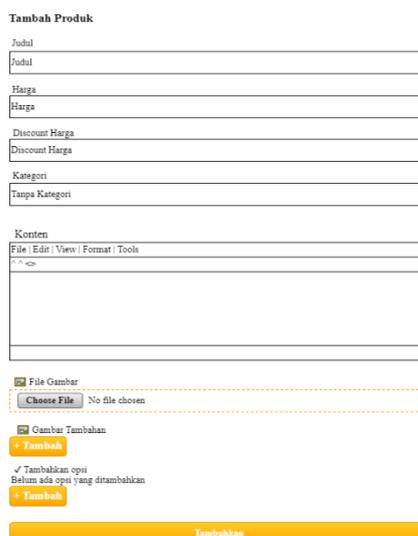
Kategori baru

Tambahkan

Gambar 6. Tampilan Input kategori

##### 3) Tampilan Input Produk

Halaman input produk merupakan rancangan interface yang digunakan untuk memasukkan produk yang diinginkan



Tambah Produk

Judul

Judul

Harga

Harga

Discount Harga

Discount Harga

Kategori

Tampa Kategori

Konten

File | Edit | View | Format | Tools

File Gambar

Choose File No file chosen

Gambar Tambahan

Tambah

Tambahkan opsi

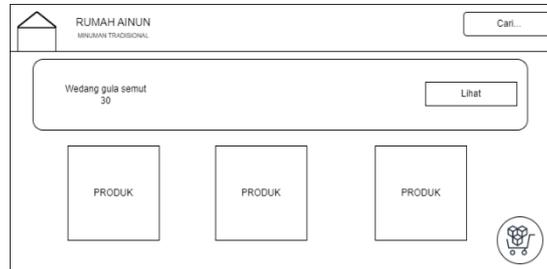
Belum ada opsi yang ditambahkan

Tambah

Tambahkan

Gambar 7. Tampilan untuk memasukkan produk yang diinginkan

- 4) Tampilan Keranjang  
Tampilan layanan yang digunakan untuk memasukkan barang apa saja yang akan dibeli oleh pelanggan.



Gambar 8. Tampilan keranjang

- 5) Tampilan pesanan  
Tampilan ini digunakan oleh para pelanggan untuk melihat produk yang sudah di beli

Tanggal	Pesanan
03-03-2023	
03-03-2023	

Gambar 9. Tampilan pesanan

- 6) Tampilan keranjang belanja  
Tampilan ini merupakan rancangan interface yang digunakan oleh pelanggan untuk melakukan proses pemesanan sekaligus pembayaran

**Keranjang Belanja**

PRODUK Wedang gula semut Rp.30.000 = 1 = Rp.30.000

---

Total Semua Rp.30.000

Informasi Pembeli

Nama

Hape

Alamat Pembeli

Metode Pengiriman

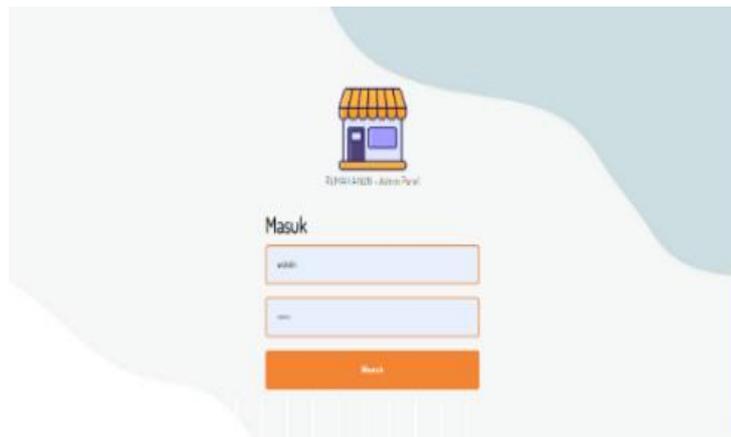
Gambar 10. Tampilan keranjang belanja

### 4.3 Implementasi Sistem

#### 4.3.1 Tampilan Website Pada Halaman Admin

Merupakan sebuah halaman website yang akan digunakan oleh admin untuk mengelola data-data website E-commerce Rumah Ainun, dibawah ini merupakan tampilan halaman admin website E-commerce Rumah Ainun

- 1) Login Admin  
Tampilan halaman untuk masuk ke halaman login



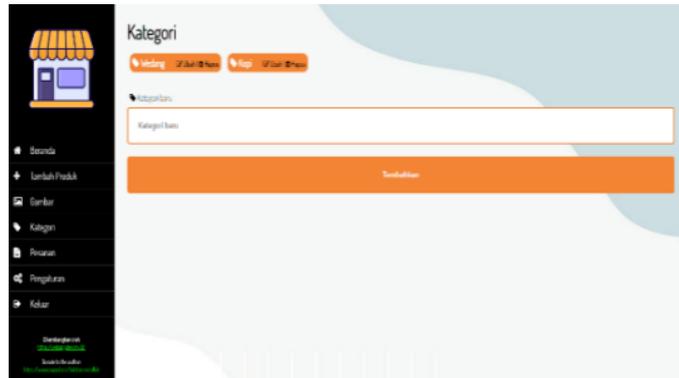
Gambar 11. Login Admin

- 2) Halaman Admin  
Halaman ini merupakan halaman yang mengatur informasi website E-commerce



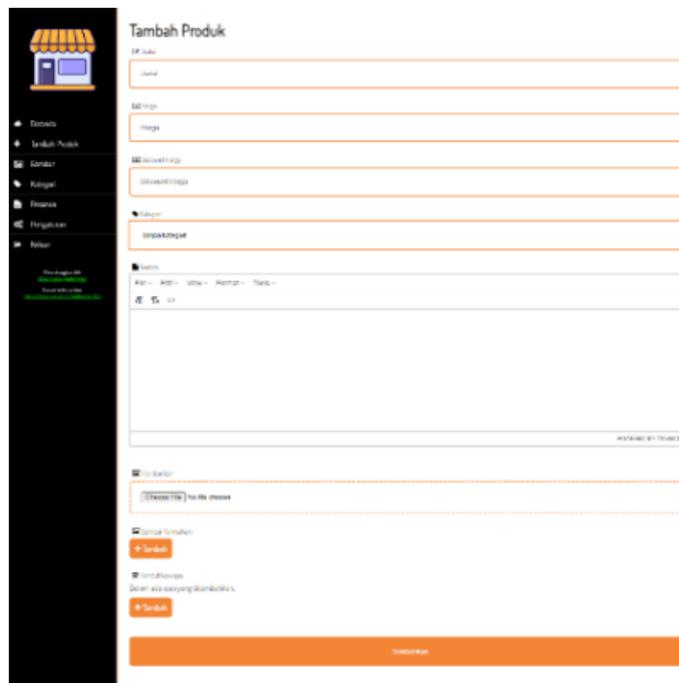
Gambar 12. Halaman Admin

- 3) Input kategori produk  
Halaman yang digunakan untuk memasukkan kategori produk yang di inginkan.



Gambar 13. Input kategori produk

- 4) Input Produk  
Halaman untuk memasukkan sebuah produk



Gambar 14. Input Produk

- 5) Tampilan keranjang  
Merupakan halaman yang digunakan untuk memasukkan produk yang akan di beli



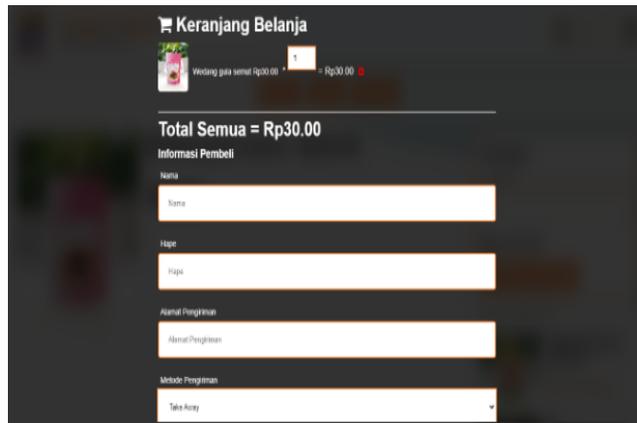
Gambar 15. Tampilan keranjang

- 6) Tampilan pesanan  
Pada halaman ini digunakan untuk melihat pesanan yang sudah kita buat. Dan pada proses pemesanan ini sendiri dapat terhubung langsung melalui aplikasi WhatsApp.



Gambar 16. tampilan pesanan

- 7) Tampilan keranjang belanja  
Merupakan halaman untuk memasukkan produk yang ingin dibeli oleh pelanggan.



Gambar 17. tampilan keranjang belanja

#### 4.4 Analisis Hasil

Hasil dari penelitian ini adalah sebuah rancangan sistem informasi pemasaran yang berbasis website, guna membantu proses pemasaran pada UMKM Wedang Jahe Ibu Ainun agar lebih efektif dan lebih efisien. Dengan adanya rancangan sistem informasi ini, diharapkan dapat lebih membantu memajukan UMKM Wedang Jahe Ibu Ainun, untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi seperti sistem pemasaran sebelumnya

##### 4.4.1 Uji Black Box Halaman Admin

Tabel 2. Uji Black Box Halaman Admin

No	Pengujian	Test Cast	Harapan	Hasil
1	Login	Memasukkan username dan Password salah	Tampilan tetap dihalaman login	Sesuai
		Memasukkan username dan Password benar	Masuk ke halaman beranda admin	Sesuai
2	Kelola pesanan	Klik pesanan untuk mengkonfirmasi	Dapat mengkonfirmasi pesanan	Sesuai
3	Kelola toko	Input produk, input kategori, input keranjang,	Bias menambah produk dan juga kategori	Sesuai

#### 4.4.2 Uji BlackBox Halaman Pelanggan

Tabel 3. Uji BlackBox Halaman Pelanggan

No	Pengujian	Test Cast	Harapan	Hasil
1	Kategori produk	Klik kategori produk	Melihat produk sesuai kategori	sesuai
2	Keranjang belanja	Klik pada produk	Produk tampil di menu keranjang	Sesuai
3	Pesanan	Klik pada pesanan	Dapat melihat pesanan yang sudah di buat dan pemesanan dapat langsung terhubung melalui aplikasi WhatsApp	Sesuai

## V. PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran pada UMKM Wedang Jahe Ibu Ainun maka dapat ditarik kesimpulan sebagai yaitu, Pemasaran pada UMKM Wedang Jahe Ibu Ainun saat ini masih menggunakan sistem manual, sehingga dibutuhkan nya sebuah sistem terkomputerisasi untuk meningkatkan pemasarannya, dengan adanya permasalahan yang terjadi, peneliti merancang sebuah sistem informasi berbasis website menggunakan metode waterfall. Dengan adanya rancangan ini, UMKM Wedang Jahe Ibu Ainun dapat terbantu dalam bidang pemasarannya Sebelum menerapkan sistem informasi, peneliti menguji sistem terlebih dahulu, agar dapat meminimalisir kesalahan saat menerapkan sistem tersebut.

### 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan saran yaitu, Sistem informasi ini perlu dikembangkan sehingga benar-benar dapat diterapkan pada UMKM Wedang Jahe Ibu Ainun untuk mendukung kegiatan pemasaran yang berbasis website.

## DAFTAR PUSTAKA

- M. A. Solihah, "Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di UMKM Syrup Jahe 33 (Studi kasus pada UMKM Syrup Jahe 33 Desa Tambahsari Kec Limbangan Kab Kendal)," *Gastron. ecuatoriana y Tur. local.*, vol. 1, no. 69, pp. 5–24, 1967.
- D. Satrio, "Upaya Peningkatan Minat Pemasaran Online (E-Commerce) Untuk Pelaku Umkm Makanan Ringan Di Kabupaten Batang," *Indones. J. Community Serv.*, vol. 2666, pp. 259–268, 2021, [Online]. Available: <http://ijocs.rcipublisher.org/index.php/ijocs/article/view/54>.
- E. Elizabeth and A. Z. Arifin, "Perancangan sistem informasi strategik pada ukm xyz untuk memaksimalkan pemasaran dan efisiensi biaya," *J. Manaj.*, vol. 21, no. 2, pp. 195–213, 2017, doi: 10.24912/jm.v21i2.231.
- W. Arahmah, P. Pitri, and A. M. Putri, "Penerapan Strategi Pemasaran yang Tepat Bagi Perusahaan dalam Meningkatkan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 pada Perusahaan Waralaba (Studi ...)," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 5, pp. 3112–3118, 2021, [Online]. Available: <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/1356>.
- L. IT, "25 Pengertian Sistem Informasi Menurut Para Ahli," 2022. <https://lamanit.com/pengertian-sistem-informasi-menurut-para-ahli/>
- A. Media, "Komponen sistem informasi menurut para ahli," 2022. <https://creatormedia.maketcreator.com/komponen-sistem-informasi-menurut-para-ahli/>
- M. S. Janry Haposan U. P. Simanungkalit, S.Si., "KONSEP DASAR SISTEM INFORMASI ( Review )," *Lect. Notes Sist. Inf.*, pp. 1–10, 2012.
- Calandre Kei ashana, "Apa yang dimaksud dengan Enterprise Architecture Planning?," 2017. <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-enterprise-architecture-planning/14584>
- P. Yunita, A. Salsabila, K. Anggirani, and S. I. Sari, "Perencanaan Arsitektur Enterprise Pada Labor Komputer STMIK Dumai Dengan Enterprise Architecture Planning," *Eng. Technol. Int. J.*, vol. 4, no. 03, pp. 176–184, 2022, doi: 10.55642/eatij.v4i03.246.
- Ervina, "E-commerce: Pengertian, Jenis e commerce, dan Keuntungannya," 2019. <https://www.talenta.co/blog/insight-talenta/e-commerce/>
- D. Prastya, "Penerapan Electronic Commerce (E-Commerce) Pada Karya Pahala 2 Magetan Sebagai Media Pemasaran Produk Kerajinan Kulit," *Repos. Muhammadiyah Univ. Ponorogo*, p. 4, 2018.
- N. Rahmawati and H. Mulyono, "Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web pada Toko Billy," *J. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 1, no. 2, pp. 104–116, 2016, [Online]. Available: <http://jurnalmsi.stikom-db.ac.id/index.php/jurnalmsi/article/view/44/38>