

## Sistem Informasi Promosi Berbasis Web Pada UMKM Jajanan Aulia

*Dayu Ternando<sup>1</sup>, Herry Mulyono<sup>2</sup>*

*Pascasarjana, Magister Sistem Informasi, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi  
Jl. Jend. Sudirman Thehok-Jambi Telp: 0741-35096 Fax : 35093  
Email: [dayuternandoo@gmail.com](mailto:dayuternandoo@gmail.com)<sup>1</sup>, [herrymulyono@unama.ac.id](mailto:herrymulyono@unama.ac.id)<sup>2</sup>*

### Abstract

At this time in an era where to disseminate or search for information using internet media without any limitations, the current rapid business competition requires business people to always follow market developments and the wishes of the market. UMKM Jajanan Aulia are experiencing limited time constraints in promoting their products, so the marketing activities carried out by UMKM Jajanan Aulia are currently not being managed properly. Therefore, the main problem faced is marketing, especially in the field of promotion. The purpose of this research: object-oriented approach using UML (unified modeling language). This research produces a prototype web-based promotional system design that uses the programming language PHP (Hypertext Preprocessor) and database MySQL (My Structured Query Language), it is hoped that this information system prototype is developed so that it can actually be applied to UMKM Jajanan Aulia to support all business processes from a website-based promotional information system.

*Keywords* : UMKM Jajanan Aulia, *Promotion Information System*, UML.

### Abstrak

Pada saat ini di era yang mana untuk menyebarkan atau mencari sebuah informasi menggunakan media internet tanpa ada batasan, Pesatnya persaingan bisnis saat ini menuntut pelaku bisnis untuk selalu mengikuti perkembangan pasar maupun keinginan dari pasar. UMKM Jajanan Aulia mengalami kendala keterbatasan waktu dalam mempromosikan produknya, sehingga kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Jajanan Aulia saat ini masih kurang dikelola dengan baik. Oleh karena itu masalah utama yang dihadapi adalah pemasaran terutama dalam bidang promosi. Tujuan penelitian ini : pendekatan berorientasi objek menggunakan UML (*Unified Modelling Language*). Pada penelitian ini menghasilkan *prototype* rancangan sistem promosi berbasis web yang menggunakan bahasa pemrograman PHP (*Hypertext Preprocessor*) dan database MySQL (*My Structured Query Language*), diharapkan *prototype* sistem informasi ini dikembangkan sehingga benar-benar dapat diterapkan pada UMKM Jajanan Aulia untuk mendukung seluruh proses bisnis dari sistem informasi promosi berbasis *website*.

Kata kunci : UMKM Jajanan Aulia, Sistem Informasi Promosi, UML.

© 2022 Jurnal MANAJEMEN SISTEM INFORMASI.

---

### 1. Pendahuluan

Pada saat ini di era yang mana untuk menyebarkan atau mencari sebuah informasi menggunakan media internet tanpa ada batasan. Masyarakat bisa mengakses informasi-informasi yang dibutuhkan dan menampilkan informasi sesuai dengan keperluan yang bersangkutan. Media internet memiliki berbagai manfaat bagi kehidupan masyarakat terutama di bidang bisnis.

Indonesia saat ini khususnya penggunaan internet sangat meningkat dan pesat di beberapa tahun yang lalu. Meningkatnya persaingan di dunia bisnis pelaku dituntut agar mampu mengimbangi perkembangan pasar sesuai dengan keinginan pasar, setiap usaha agar menjalankan semua aktifitas diharapkan lebih efektif dalam menjalankan semua konsep pemasaran supaya mendapatkan keuntungan sesuai yang ditargetkan dan bisa tersalurkan dengan baik. Kemudian menandakan jika semua kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikelola dan dikoordinasi menggunakan cara yang lebih baik.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha memberi kontribusi sangat signifikan untuk memacu pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena daya serap UMKM kepada tenaga kerja sangatlah besar dan sangat dekat dengan kehidupan rakyat kecil.

Covid-19 memberikan dampak terhadap pelaku dunia usaha, mengakibatkan menurunnya aktifitas masyarakat dan daya beli, kemudian pelaku UMKM disarankan merubah strategi pemasaran agar tetap bisa meneruskan usahanya. Di saat pandemi ini para pelaku UMKM mendapatkan kesulitan di masa pandemi ini, hampir semua UMKM terpaksa untuk mengalihkan usaha dibidang lain dan menghentikan usaha sebelumnya. Dampak utama yang mempengaruhi UMKM menjadi sangat parah yaitu pasar. UMKM yang terdampak kehilangan pasar dalam mempromosikan hasil produk sehingga terjadinya penurunan produksi dan daya beli masyarakat.

UMKM Jajanan Aulia berlokasi di Simpang 3 Tanjung Menanti Kabupaten Bungo memproduksi berbagai macam produk makanan kering, yang menghadapi berbagai kendala dalam mempromosikan produknya, maka untuk kegiatan promosi yang digunakan bagi UMKM Jajanan Aulia saat ini belum dijalankan dengan baik. Masalah yang dihadapi adalah pemasaran terutama di bidang promosi. Promosi yang dilakukan saat ini masih menggunakan metode konvensional dengan cara mencetak dan penyebaran brosur kemudian mendatangi pasar-pasar dan ditempat keramaian pusat kota, sehingga jaringannya belum cukup luas. Mempromosikan melalui pameran-pameran yang diadakan oleh berbagai instansi pemerintah sehingga cakupan promosi hanya sebatas daerah itu saja. Sampai saat ini untuk mempromosikan produk melalui media sosial membutuhkan waktu khusus untuk melakukan promosi produk.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### *2.1 Sistem Informasi*

Sistem informasi memiliki peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan sebuah organisasi atau perusahaan, baik dalam mengelola data transaksi maupun kegiatan dalam suatu perusahaan tersebut sehingga dapat menjadi informasi yang berguna bagi pemakainya.

Menurut Laudon dan Laudon (2018 ; 44), “Suatu sistem informasi secara teknis dapat didefinisikan sebagai satu hal yang saling terkait komponen yang mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan kontrol dalam suatu organisasi”.

### *2.2 Analisis Sistem*

Analisis sistem merupakan Penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh kedalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan.

Menurut Dennis, et all (2015 ; 257) “Analisis sistem merupakan fase untuk menjawab pertanyaan tentang siapa yang akan menggunakan sistem, apa yang akan dilakukan sistem, dan di mana serta kapan akan digunakan. Selama fase ini, tim proyek menyelidiki sistem apa pun yang ada saat ini, mengidentifikasi peluang peningkatan, dan mengembangkan konsep untuk sistem baru”.

### *2.3 Perancangan Sistem*

Perancangan sistem merupakan tahapan setelah proses analisis sistem yang dilakukan analisis untuk mendefinisikan apa yang dibutuhkan lalu dituangkan ke dalam rancangan (sketsa) yang nantinya akan memberi gambaran secara jelas sistem yang akan dibuat kepada pemakai.

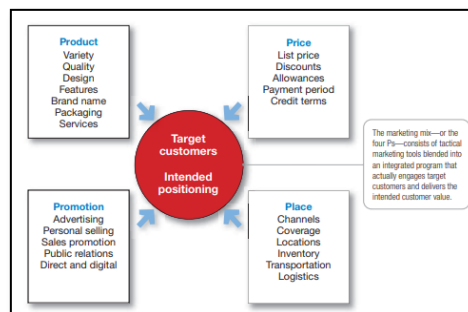
Menurut Stair dan Reynolds (2016 ; 28), “perancangan sistem menentukan bagaimana sistem baru harus bekerja, input apa yang diperlukan, dan output apa yang harus dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan yang ditentukan selama analisis sistem”.

#### 2.4 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Pemasaran merupakan rangkaian proses kegiatan suatu individu, kelompok maupun organisasi, yaitu serangkaian aktivitas untuk merencanakan, menciptakan, menentukan harga dan mengkomunikasikan nilai melalui proses pertukaran barang dan jasa dengan tujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen sampai pada akhirnya produk tersebut memberikan keuntungan bagi perusahaan dan para pemangku kepentingan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018 ; 29), menyatakan bahwa “pemasaran sebagai proses dimana perusahaan melibatkan pelanggan, untuk membangun hubungan dengan pelanggan agar lebih dekat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2018 ; 77-78) bauran pemasaran terdiri dari 4P, yaitu *product, price, place, dan promotion*.



Gambar 1. *Komponen Marketing Mix*

Adapun pengertian dari masing-masing bauran pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Produk (*Product*)  
Suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan dari konsumen.
2. Harga (*Price*)  
Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.
3. Tempat (*Place*)  
Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan, dan sebagainya.
4. Promosi (*promotion*)  
Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

#### 2.5 Bauran Promosi (*Promotion Mix*)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018 ; 425), ada lima alat promosi utama yang didefinisikan sebagai berikut:

- 1 Advertising. Bentuk berbayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau layanan oleh sponsor yang teridentifikasi.
- 2 Sales Promotion. Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau layanan.
- 3 Personal Selling. Interaksi pelanggan pribadi oleh kekuatan penjualan perusahaan untuk tujuan menarik pelanggan, membuat penjualan, dan membangun hubungan pelanggan.

- 4 Public Relation. Membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan mendapatkan publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menyundul rumor, kisah, dan acara yang tidak menguntungkan.
- 5 Direct and Digital Marketing. Terlibat langsung dengan konsumen individu dan komunitas pelanggan yang ditargetkan secara pribadi untuk mendapatkan tanggapan langsung dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng.

Setiap kategori melibatkan alat promosi khusus yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Misalnya, iklan termasuk siaran, cetak, online, seluler, outdoor, dan bentuk lainnya. Promosi penjualan termasuk diskon, kupon, display, demonstrasi, dan acara. Penjualan pribadi termasuk presentasi penjualan, pameran dagang, dan program insentif. Hubungan masyarakat termasuk siaran pers, sponsor, acara, dan halaman web. Dan pemasaran langsung dan digital termasuk direct mail, email, katalog, online dan media sosial, pemasaran seluler, dan banyak lagi.

## 2.6 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU. Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. *Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah*

No	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

## 2.7 Penelitian Sebelumnya

Ada beberapa penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai rujukan yang relevan terkait dengan judul penelitian yang sedang diangkat mengenai “Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Promosi Berbasis WEB Pada UMKM Jajanan Aulia”

- 1 Penelitian sejenis yang sudah ada adalah penelitian yang dilakukan oleh Mutmainnah dan Herry Mulyono pada tahun 2018 yang tertuang pada Jurnal Manajemen Sistem Informasi Vol.3, No.2, Juni 2018 dengan judul “Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Promosi UMKM Pada DISKOPERINDAG Kabupaten Batang Hari” pada jurnal ini memiliki latar belakang yaitu promosi pada DISKOPERINDAG Kabupaten Batang Hari yang melakukan promosi produk UMKM melalui pameran-pameran yang diadakan oleh berbagai instansi pemerintah sehingga cakupan promosinya hanya di daerah itu saja. Penelitian tersebut menghasilkan sistem promosi Sistem Informasi Promosi UKM berbasis website dengan menggunakan Use Case Diagram, Activity Diagram dan Class Diagram sebagai model perancangan sistem. Persamaan penelitian yang dilakukan dengan jurnal diatas adalah perancangan sistem informasi promosi agar dapat membantu mempromosikan semua produk yang ada di UMKM. Perbedaan dari penelitian yang dilakukan yaitu penambahan fitur daftar reseller yang menjual produk dan memperbarui stok barang di reseller. sedangkan pada Asosiasi UMKM Muaro Jambi memiliki fitur daftar pelaku UMKM dan pelaku UMKM hanya sebatas upload foto produk.
- 2 Victor Marudut Mulia Siregar pada tahun 2018 yang tertuang pada Jurnal TAM (Technology Acceptance Model), Volume 9, Nomor 1, Juli 2018 Hal. 15-21 dengan judul “Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk” pada penelitian ini yaitu membahas mengenai sistem informasi promosi produk Edene Sayangku Café & Bakery yang belum memiliki sarana publikasi maupun promosi, sehingga konsumen yang mengunjungi Edene Sayangku Cafe & Bakery hanya dari daerah sekitar saja dan orang diluar daerah tidak mengetahui keberadaan dan produk Toko tersebut. Persamaan penelitian yang dilakukan dengan jurnal diatas adalah membahas tentang bagaimana mempromosikan supaya keberadaan reseller yang menjual produk yang diproduksi dapat diketahui

oleh semua orang dimanapun. Perbedaannya penelitian sebelumnya penulis menambahkan fitur pemesanan dan pembayaran melalui Transfer Bank dan E-Wallet. Sedangkan pada perancangan website sebagai media promosi dan penjualan produk hanya sebatas melakukan transaksi pemesanan barang.

- 3 Arisandy Ambarita, Darman Umagapi dan Muharto pada tahun 2020 tertuang kedalam Indonesian Journal on Information System, Volume 5 Nomor 1 | April 2020 dengan judul “Rancangan Sistem Informasi Promosi Dan Pemasaran Objek Wisata Guraici Halmahera Selatan” pada penelitian ini dalam melakukan kegiatan sistem promosi dan pemasaran Pariwisata Guraici masih bersifat tradisional sehingga tidak dapat menjangkau masyarakat luas, agar dapat mempermudah dalam promosi maka dirancanglah sistem informasi promosi dan pemasaran objek wisata, agar dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas.

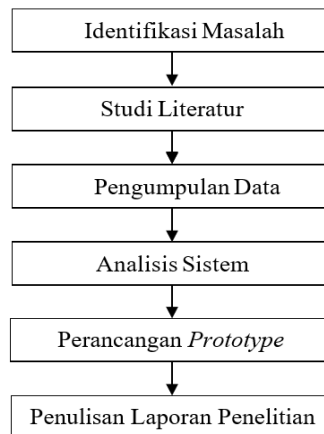
Persamaan penelitian yang dilakukan dengan jurnal diatas adalah perancangan sistem informasi promosi dalam menjangkau konsumen masyarakat luas dalam proses promosi produk maupun objek wisata. Perbedaan dari penelitian sebelumnya penulis mempromosikan dibidang penjualan makanan. Sedangkan rancangan sistem informasi promosi dan pemasaran objek wisata guraici halmahera selatan yaitu mempromosikan pada objek wisata.

Dari pembahasan penelitian sejenis diatas dapat disimpulkan bahwa pembahasan yang dilakukan oleh setiap penulis sama yang mana membahas tentang sistem informasi promosi produk, tetapi yang membedakan yaitu objek penelitian dan kebutuhan sistem yang akan dibangun. Kemudian juga tentunya persamaan tersebut menjadikan relevannya penelitian yang akan penulis buat dengan penelitian diatas.

### 3. Metodologi

#### 3.1 Alur Penelitian

Alur penelitian dibutuhkan dalam proses penelitian agar menghasilkan penelitian yang baik dan sesuai dengan sasaran penelitian. Alur penelitian berisi tentang tahapan-tahapan yang dilakukan dalam sebuah penelitian. Pada penelitian ini penulis melakukan beberapa tahapan yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Alur Penelitian

#### 3.2 Identifikasi Masalah

Pada tahap identifikasi masalah diharapkan penulis dapat mengerti permasalahan yang diteliti. Tahap awal identifikasi masalah adalah merumuskan masalah agar penelitian ini dapat berjalan terarah dan teratur sesuai dengan masalah yang diteliti.

#### 3.3 Studi Literatur

Pada langkah ini penulis mempelajari topik dan permasalahan yang berhubungan dengan sistem informasi serta pencarian landasan-landasan teori yang diperoleh dari berbagai buku dan juga internet untuk melengkapi konsep dan teori sehingga memiliki landasan dan keilmuan yang baik. Hal ini dilakukan untuk

mendapatkan pemahaman tentang konsep perancangan sistem informasi promosi UMKM pada Jajanan Aulia. Output yang dihasilkan yaitu Pemahaman tentang teori dan konsep.

### 3.4 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini bertujuan untuk mendukung proses penelitian dengan data-data yang akurat. Beberapa metode yang digunakan adalah sebagai berikut :

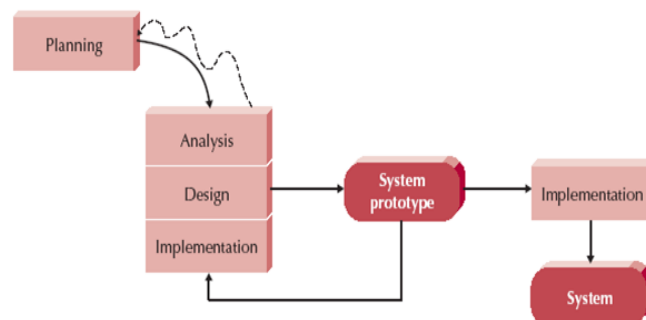
- a. Metode Pengamatan (Observation)  
Metode ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti, dan dalam hal ini mengamati bagaimana proses promosi yang dilakukan selama ini. Dengan melakukan Observasi secara langsung peneliti dapat melihat secara langsung bagaimana proses sesungguhnya.
- b. Metode Wawancara  
Metode wawancara adalah metode yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dengan pihak terkait untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan penulis. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan Ibu Yoga Aulia Safitri, S.Sos selaku owner UMKM Jajanan Aulia untuk mengetahui sistem promosi yang dilakukan oleh pelaku daftar wawancara terlampir.
- c. Dokumen Kerja (Hard Document)  
Peneliti melakukan pengumpulan data dengan mempelajari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan promosi produk.

### 3.5 Analisis Sistem

Pada tahap ini penulis merancang usulan sistem yang baru, pada tahap ini penulis menganalisis dan merancang Sistem Informasi Promosi Berbasis WEB dengan menggunakan pemodelan UML (Unified Modeling Language).

### 3.6 Perancangan Prototype

Perancangan Sistem Informasi Promosi Berbasis WEB pada UMKM Jajanan Aulia menggunakan metode pengembangan sistem prototype.



Gambar 3. Metode Prototyping (Dennis et al, 2015 ; 10)

Adapun penjelasan tahapan-tahapan dalam Prototype Model ini antara lain sebagai berikut :

- a. Perencanaan (*Planning*)  
Fase perencanaan adalah proses dasar memahami mengapa sistem informasi harus dibangun dan menentukan bagaimana tim proyek akan membangunnya. Pada tahap ini ditentukan secara detail rencana kerja yang harus dikerjakan, sumber daya manusia, perangkat lunak, dokumentasi, perangkat keras, dan finansial.
- b. Analisa (*Analysis*)  
Fase analisa menjawab pertanyaan siapa yang akan menggunakan sistem, apa yang sistem akan lakukan, dan kapan dan dimana sistem akan digunakan. Selama fase ini, tim proyek untuk investigasi sistem saat ini, identifikasi peluang untuk perbaikan, dan mengembangkan sebuah konsep untuk sistem baru.
- c. Perancangan (*Design*)  
Fase perancangan menentukan bagaimana sistem akan beroperasi, dari segi hardware, software, dan infrastruktur jaringan; antarmuka pengguna, form, dan laporan dan spesifikasi program, basis

- data, dan file yang akan dibutuhkan. Walaupun sebagian besar dari keputusan strategis tentang sistem tersebut dibuat saat pengembangan konsep sistem selama fase analisa, langkah-langkah saat fase perancangan menggambarkan dengan tepat sistem akan beroperasi.
- d. Sistem Prototyping (*System Prototype*)  
Fase desain antarmuka adalah tiruan atau simulasi layar komputer, formulir, atau laporan. Sebuah prototype disiapkan untuk setiap antarmuka dalam sistem untuk menunjukkan kepada pengguna dan para programmer bagaimana sistem akan bekerja.
  - e. Implementasi (*Implementation*)  
Fase Terakhir dalam siklus hidup pengembangan sistem adalah fase implementasi, dimana sistem sebenarnya dibangun. Fase ini biasanya paling dapat mendapat perhatian, karena untuk kebanyakan sistem fase ini adalah bagian yang paling lama dan paling mahal dari suatu proses pengembangan. Pengujian adalah salah satu bagian paling kritis dalam implementasi. Kebanyakan organisasi memberikan waktu dan perhatian lebih untuk pengujian dibanding menulis program (koding).

### 3.7 Penulisan Laporan Penelitian

Penulisan laporan penelitian berdasarkan kerangka yang telah dirancang. Kerangka laporan hasil penelitian terdiri atas pendahuluan, landasan teori dan tinjauan pustaka, metodologi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan serta penutup yang ditambah dengan lampiran-lampiran bukti hasil penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Jajanan Aulia.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Analisis Sistem Yang Sedang Berjalan

Sistem promosi produk UMKM Jajanan Aulia ini bersifat konvensional, dimana pihak UMKM melakukan promosi produk melalui media sosial, pameran-pameran yang di adakan beberapa instansi pemerintah dan juga melakukan promosi dari mulut ke mulut sehingga cara ini kurang efektif untuk meningkatkan produktifitas promosi produk UMKM.

Analisa mengenai sistem yang sedang berjalan saat ini dilakukan dengan tujuan mengetahui dan menguraikan permasalahan yang ada pada UMKM Jajanan Aulia. Dengan merancang sebuah sistem informasi promosi produk berbasis web pada UMKM Jajanan Aulia, diharapkan sistem informasi berbasis web ini dapat bermanfaat dan membantu UMKM dalam mempromosikan produk sehingga dikenal banyak orang dan memiliki jangkauan yang luas serta dapat bersaing dipasar internasional, selama ini sistem yang diterapkan belum sepenuhnya dapat mendukung sistem kerja dan penyampaian informasi tentang produk terbaru UMKM.

### 4.2 Kelemahan Sistem Yang Berjalan

Bedasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan terhadap sistem yang berjalan, maka terdapat beberapa kelemahan sistem yang sedang berjalan di antaranya:

1. Promosi yang dilakukan masih menggunakan sistem konvensional dimana pihak UMKM mempromosikan hasil produk melalui pameran-pameran sehingga lambatnya informasi yang diterima konsumen, hal ini dapat menghambat perkembangan UMKM Selain itu pelaku UMKM juga melakukan promosi menggunakan media sosial sebagai media promosi produk, yang mana membutuhkan waktu dalam melakukan promosi setiap harinya.
2. Terbatasnya jangkauan wilayah promosi, hal ini dapat mengakibatkan produk UMKM hanya dikenal diwilayah itu sendiri dalam hal ini hanya sebatas sekitaran Kabupaten Bungo dikarenakan belum adanya sistem informasi yang dapat membantu dalam mempromosikan produk UMKM lebih luas lagi dengan memanfaatkan teknologi.

### 4.3 Solusi Pemecahan Masalah

Berdasarkan analisis permasalahan yang ada, maka penulis mendapatkan solusi pemecahan masalah untuk permasalahan yang terjadi.

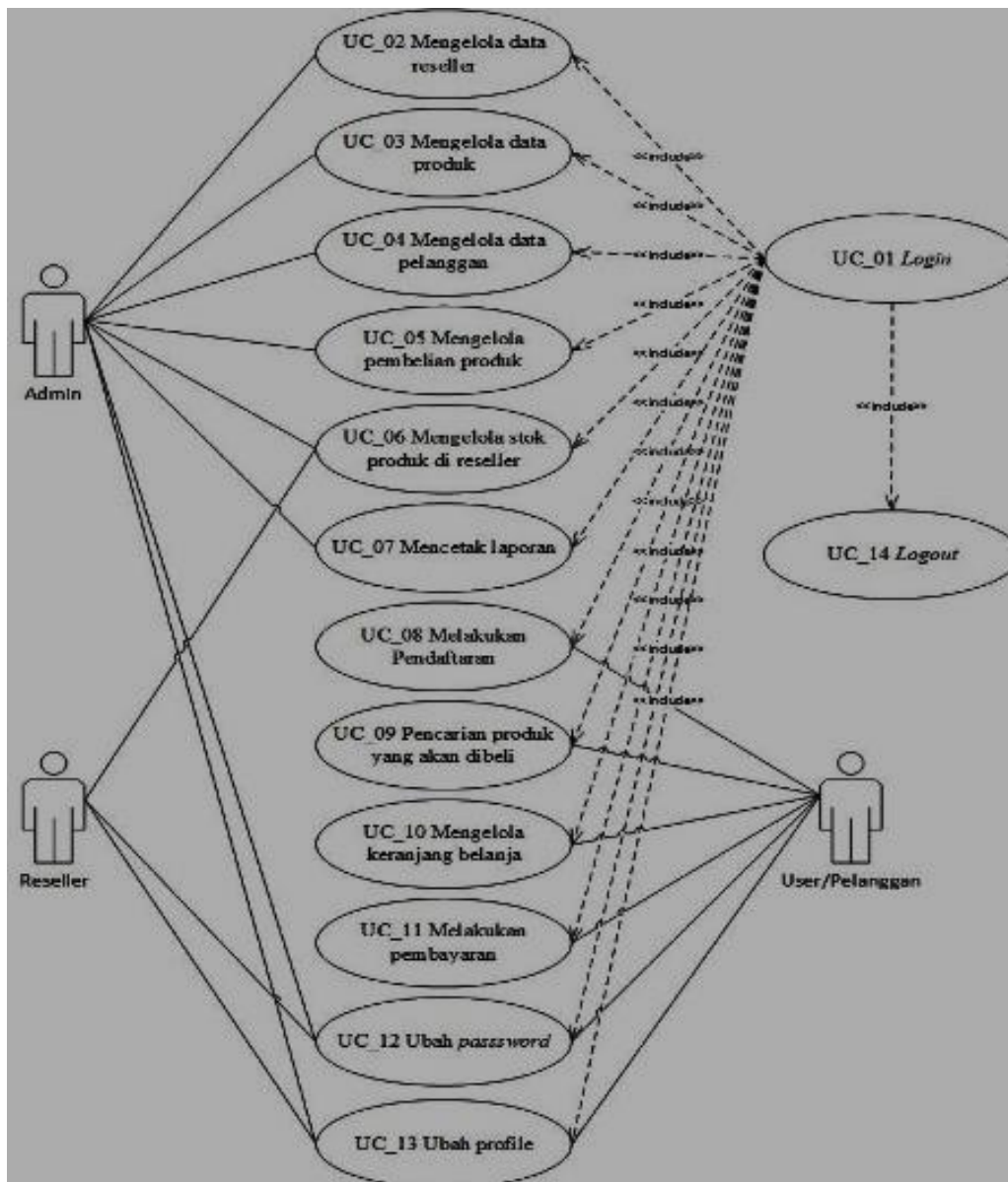
1. Merancang sistem informasi promosi UMKM yang mana sistem tersebut dapat digunakan sebagai sarana promosi dan juga informasi alamat lengkap mini market maupun toko yang menyediakan hasil produk dari UMKM Jajanan Aulia.
2. Sistem informasi promosi yang dirancang ini berbasis website, dimana pihak UMKM tidak perlu menghabiskan tenaga dan waktu untuk mempromosikan melalui pameran, media sosial yang mana membutuhkan tenaga dan waktu dalam mempromosikan produk, dengan menggunakan sistem informasi berbasis website sehingga jangkauan pemasaran produk UMKM lebih luas.

#### 4.4 Use Case Diagram

*Use Case diagram* dari sistem informasi promosi UMKM Jajanan Aulia berbasis web pada gambar 4 menjelaskan interaksi antara aktor dengan sistem kemudian mengetahui fungsi dari setiap aktor antara lain:

1. Admin  
Admin dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang akan diproses oleh sistem seperti masuk kedalam sistem, mengola data reseller, megelola data produk, mengelola data pelanggan, mengelola pembelian produk, mengelola stok produk reseller, mencetak laporan, ubah password, ubah profile dan keluar dari sistem
2. Reseller  
Reseller dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang akan diproses oleh sistem seperti masuk kedalam sistem, mengelola stok produk reseller, ubah password, ubah profile dan keluar dari sistem.
3. User/pelanggan  
User/pelanggan dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang akan diproses oleh sistem seperti masuk kedalam sistem, melakukan pendaftaran, pencarian produk yang akan dibeli, mengelola keranjang belanja, melakukan pembayaran, ubah password, ubah profile dan keluar dari sistem.

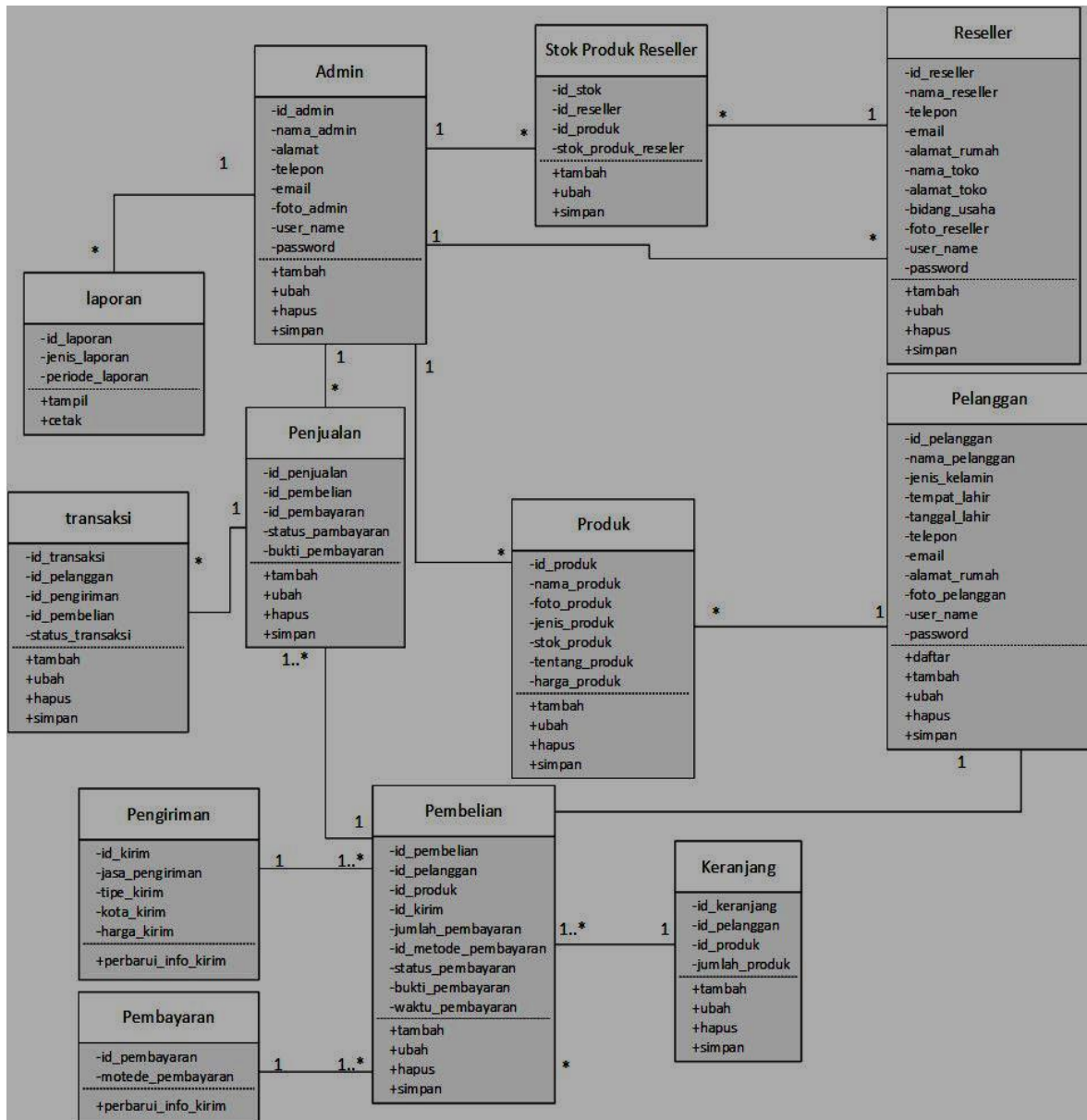




Gambar 4. Use Case Diagram

#### 4.5 Class Diagram

Class diagram menggambarkan perilaku dan keadaan dengan menghubungkannya antar class –class yang terdapat dalam sistem. Pada bagian ini akan dijabarkan deskripsi diagram class admin, reseller, pelanggan, transaksi, penjualan, produk, keranjang, pembelian, pembayaran, pengiriman, stok produk reseller, dan laporan. dapat dilihat bahwa seluruh class yang ada dalam sistem informasi promosi UMKM Jajanan Aulia berbasis web saling berelasi antara satu sama lainnya untuk menyediakan informasi yang dibutuhkan dapat dilihat pada gambar 5:



Gambar 5. Class Diagram

4.6 Perancangan Prototype Input

Rancangan input merupakan rancangan secara konsep yang diajukan acuan dalam implementasi program, sehingga menjadi sebuah interface untuk melakukan penyimpanan data kedalam database. Rancangan input dari sistem ini adalah sebagai berikut:

1. Rancangan Halaman Masuk

Tampilan prototype halaman masuk yang ada pada gambar 6 ini adalah tampilan halaman untuk melakukan proses masuk kedalam sistem. Tampilan halaman masuk ini merupakan halaman dimana admin, reseller dan pelanggan agar bisa masuk kedalam sistem dengan memasukkan user dan password supaya bisa melakukan pengolahan data sesuai dengan hak aksesnya.



Gambar 6. Rancangan Halaman Masuk

## 2. Rancangan Halaman Pendaftaran Anggota Baru

Tampilan prototype halaman pendaftaran anggota baru yang ada pada gambar 7 ini adalah tampilan halaman untuk melakukan pendaftaran dari pengunjung untuk menjadi pelanggan. Tampilan halaman pendaftaran anggota baru ini adalah halaman dimana pengunjung dapat mengisi data diri untuk mendaftar dan bisa mendapatkan hak akses sebagai pelanggan.

Gambar 7. Rancangan Halaman Pendaftaran Anggota Baru

## 3. Rancangan Halaman Tambah Produk

Tampilan prototype halaman tambah produk yang ada pada gambar 8 ini adalah tampilan halaman untuk melakukan penambahan produk baru. Tampilan halaman tambah produk ini adalah halaman dimana admin dapat mengisi data tentang produk yang akan tambah kedalam sistem

PROFIL | PASSWORD | KELUAR

**UMKM Jajanan Aulia** Pencarian

Home | Daftar Produk | Stok Produk Reseller | Reseller | Pelanggan | Transaksi | Laporan

### TAMBAH PRODUK

NAMA PRODUK: BASRENG PEDAS

JENIS PRODUK: Siap Saji

STOK PRODUK: 99

HARGA PRODUK: Rp15.000

TENTANG PRODUK: Basreng (singkatan dari baso goreng) adalah terbuat dari olahan baso ikan yang diiris tipis kemudian digoreng. Basreng dapat juga disajikan dengan taburan bumbu pedas. Para penjual basreng saat ini menyajikan basreng dengan tingkat kepedasan yang bervariasi. Selain varian pedas, ada juga rasa lain tergantung dari bumbu perisa yang digunakan, antara lain keju, numpul laut dan lain-lain. Selain variasi rasa, basreng juga dapat digoreng kering atau setengah matang. Jika digoreng kering, akan terasa renyah

PILIH FOTO

TAMBAH

0822 4680 7768 | 0821 8010 3968 | Yoga Aulia Safitri | yogaauliasafitri

Gambar 8. Rancangan Halaman Tambah Produk

#### 4.7 Perancangan Prototype Input

Rancangan output merupakan proses mentransfer informasi yang telah selesai diproses yang biasanya berupa dokumen atau laporan untuk orang-orang yang akan menggunakannya, rancangan output dari sistem ini adalah sebagai berikut.

##### 1. Rancangan Halaman Home

Berdasarkan gambar 9 prototype tampilan rancangan halaman home website dimana admin, reseller dan pelanggan dapat melihat informasi apa saja yang ada pada UMKM Jajanan Aulia melalui website yang telah di rancang.



Gambar 9. Rancangan Halaman Home

##### 2. Rancangan Halaman Daftar Produk

Berdasarkan gambar 10 prototype tampilan rancangan halaman daftar produk dimana admin, reseller dan pelanggan dapat melihat daftar produk, rancangan daftar produk ini menampilkan semua produk yang dijual di UMKM Jajanan Aulia kemudian dijelaskan dengan gambar produk, harga dan stok produk yang ada di UMKM Jajanan Aulia melalui website yang telah di rancang.





Gambar 10. Rancangan Halaman Daftar Produk

### 3. Rancangan Halaman Daftar Reseller

Berdasarkan gambar 11 prototype tampilan rancangan halaman daftar reseller dimana admin, reseller dan pelanggan dapat melihat daftar reseller, rancangan daftar reseller ini menampilkan semua reseller UMKM Jajanan Aulia kemudian dijelaskan dengan gambar toko reseller, nama reseller dan alamat reseller yang ada di UMKM Jajanan Aulia melalui website yang telah di rancang.



Gambar 11. Rancangan Halaman Daftar Reseller

## 5. Kesimpulan

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa dalam proses pengelolaan promosi di UMKM Jajanan Aulia masih belum optimal, karena belum didukung oleh sistem informasi.
2. Penelitian ini menghasilkan prototype rancangan sistem promosi berbasis web yang menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL yang berisi informasi mengenai data reseller, data produk, data pelanggan, data penjualan produk, data Data Stok Produk Reseller, data transaksi dan beberapa informasi penting lainnya.

### 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Diharapkan prototype sistem informasi ini dikembangkan sehingga benar-benar dapat diterapkan pada UMKM Jajanan Aulia untuk mendukung seluruh proses bisnis dari sistem informasi promosi berbasis website.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melengkapi sistem ini dengan pengelolaan lain seperti memberikan ulasan produk, Live Chat atau lainnya.

## 6. Daftar Rujukan

- [1] Ahmad, Syafi'i., 2013. *Bisnis Dropshipping dan Reseller*. Jakarta: PT. Alex Media Koputindo.
- [2] Ambarita, Arisandy; Umagapi, Darman; & Muharto., 2020. *Journal on Information System. Rancangan Sistem Informasi Promosi Dan Pemasaran Objek Wisata Guraici Halmahera Selatan*, 5 (1). pp.11-21.
- [3] Behl, Ramesh; James A. O'Brien; & George M. Marakas., 2019. *Management Information Systems*. New York: McGraw Hill Education.
- [4] Chaffey, Dave; & Fiona, Ellis Chadwick., 2016. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Sixth Edition. United Kingdom: Pearson.
- [5] Dennis, Alan; Wixom, Barbara Haley; & Tagarden, David., 2015. *System Analysis & Design: An Object-Oriented Approach with UML*. Fifth Edition. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- [6] Kendall, Kenneth E; & Kendall, Julie E., 2014. *System Analysis and Design*. Eight Edition. USA: Pearson Education, Inc.
- [7] Kotler, Philip; & Armstrong, Gary., 2018. *Principles of Marketing*. Seventeenth Edition. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- [8] Laudon, Kenneth C & Jane, P. Laudon., 2018. *Management Information System: Managing The Digital Firm*. Fifteenth Edition. New York: Pearson Education Limited, Inc.
- [9] Mutmainnah; & Mulyono, Herry., 2018. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Promosi UMKM Pada DISKOPERINDAG Kabupaten Batang Hari*, 2 (3). pp.1071-1082
- [10] Siregar, Victor Marudut Mulia., 2018. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk*, 9 (1). pp.15-21.
- [11] Stair, Ralph M; & Reynolds, George W., 2016. *Fundamentals of Information Systems*. Eighth Edition. United States of America: Cengage Learning.
- [12] Syafe'i Ahmad., 2013. *Step by Step Bisnis Dropshipping dan Reseller*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo.
- [13] Yustisia; dkk., 2013. *Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.