

SISTEM INFORMASI PEMASARAN PRODUK JAJANAN LOMBOK BERBASIS E-COMMERCE

(MARKETING INFORMATION SYSTEM FOR LOMBOK Snack PRODUCTS BASED ON E-COMMERCE)

Muh. Fahrurrozi¹⁾, Yulistian Hidayaty²⁾, Muhammad Azmi³⁾

^{1, 2,3)}Prodi Sistem Informasi STMIK Syaikh Zainuddin NW

Anjani, Nusa Tenggara Barat

e-mail: f4.rozi@gmail.com¹⁾, yulistian@gmail.com²⁾, Muhammad.azmi@stmikswn.ac.id³⁾

ABSTRAK

Ombak Food merupakan salah satu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang dijadikan sebagai sumber rujukan, dan tempat penelitian yang digunakan untuk membangun Aplikasi Sistem Informasi Pemasaran berbasis E-Commerce. Ombak Food merupakan UKM yang berdiri sejak 2017. Ombak Food awalnya berasal dari program Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL) di Desa Bonjeruk, Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB). Proses Pemasaran yang berjalan di Ombak Food masih menggunakan media social berupa Instagram, Facebook, dan Whatsapp, yang dirasakan belum optimal dalam melakukan promosi produk, disertai dengan minimnya akses informasi tentang produk-produk baru yang dimiliki untuk diakses konsumen, serta pencatatan pemesanan yang masuk, masih dilakukan secara manual sehingga banyak dokumentasi pemesanan barang yang salah input dan ditulis secara berulang-ulang. Salah satu alternatif yang bisa dilakukan untuk mempermudah proses pemasaran dan penjualan adalah dengan menggunakan sistem informasi e-commerce berbasis website yang bisa memudahkan Ombak Food dalam melakukan pemasaran produk dan Proses Penjualan secara Efektif. Dari hasil penggunaan aplikasi sistem informasi berbasis e-commerce pemilik Ombak Food merasakan perubahan yang cukup signifikan dalam proses penjualan yang dilakukan di tandai dengan naiknya angka pembelian yang dilakukan konsumen. Proses Pemasaran produk-produk baru yang dihasilkan juga lebih mudah dipasarkan.

Kata Kunci: Sistem Informasi, E-Commerce, Pemasaran Digital, UKM.

ABSTRACT

Ombak Food is one of the micro, small and medium enterprises (UMKM) that is used as a reference source, and a research place used to build an E-Commerce-based Marketing Information System Application. Ombak Food is an MSME that was established in 2017. Ombak Food originally came from the Sustainable Food House Area (KRPL) program in Bonjeruk Village, Jonggat District, Central Lombok Regency, West Nusa Tenggara (NTB). The Marketing Process running at Ombak Food still uses social media in the form of Instagram, Facebook, and Whatsapp, which is felt to be less than optimal in promoting products, accompanied by minimal access to information about new products owned for consumers to access, and recording incoming orders, is still done manually so that there is a lot of documentation of ordering goods that are input incorrectly and written repeatedly. One alternative that can be done to simplify the marketing and sales process is to use a website-based e-commerce information system that can facilitate Ombak Food in marketing products and the Sales Process Effectively. From the results of using the e-commerce-based information system application, the owner of Ombak Food felt a significant change in the sales process carried out, marked by an increase in the number of purchases made by consumers. The marketing process for new products produced is also easier to market.

Keywords: Information Systems, E-Commerce, Digital Marketing, UMKM.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan e-commerce membawa beberapa tantangan baru, seperti 90 persen produk di e-commerce adalah barang impor, reseller produk impor mendominasi isi platform e-commerce, terjadinya predatory pricing, serta terjadinya monopoli data oleh platform asing. Ditambah dengan hadirnya social-commerce di

tengah masyarakat telah menggeser frekuensi penjualan di platform e-commerce lainnya seperti Tiktok, Instagram[1]. Untuk itu para pelaku usaha Mikro dan menengah dituntut harus bisa mengimbangi persaingan di era digital agar tidak didominasi oleh produk asing. Tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi bersama oleh segenap stakeholders terkait antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan,

pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal [2]. Oleh sebab itu sudah saatnya semua UMKM melakukan transformasi penjualan secara digital seperti yang dilakukan Ombak Food. Ombak Food merupakan salah satu UMKM yang dijadikan sebagai sumber rujukan, dan tempat penelitian yang digunakan untuk membangun Aplikasi Sistem Informasi Pemasaran berbasis E-Commerce. Ombak Food merupakan UKM yang berdiri sejak 2017. Ombak Food awalnya berasal dari pro-gram Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL) di Desa Bonjeruk, Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB). Proses Pemasaran yang berjalan di Ombak Food masih menggunakan media social berupa Instagram, Facebook, dan Whatsapp, yang dirasakan belum optimal dalam melakukan promosi produk, disertai dengan minimnya akses informasi tentang produk-produk baru yang dimiliki untuk diakses konsumen, serta pencatatan pemesanan yang masuk masih dilakukan secara manual sehingga banyak dokumentasi pemesanan barang yang salah input dan ditulis secara berulang-ulang. Salah satu alternatif yang bisa dilakukan untuk mempermudah proses pemasaran dan penjualan adalah dengan menggunakan sistem informasi e-commerce berbasis website yang bisa memudahkan Ombak Food dalam melakukan pemasaran produk dan Proses Penjualan secara lebih Efektif.

II. STUDI PUSTAKA

1. Informasi

Informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang bermakna bagi penerimanya, sehingga bermanfaat dalam pengambilan keputusan, baik saat ini maupun di masa mendatang [3].

2. Sistem Informasi

Sistem informasi adalah kombinasi teratur antara manusia (people), perangkat keras (hardware), perangkat lunak (software), basis data (database), jaringan, dan prosedur yang mengumpulkan, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam suatu organisasi [4]. Sistem informasi adalah sekelompok komponen yang saling berhubungan yang mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan

keputusan dan pengendalian dalam organisasi [5].

3. UMKM

Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM Usaha Kecil (UK) dan Usaha Menengah (UM) adalah entitas usaha dengan kekayaan bersih dan penjualan tahunan tertentu. UK memiliki kekayaan bersih maksimum Rp. 200.000.000 dan penjualan maksimum Rp. 1.000.000.000, sedangkan UM memiliki kekayaan bersih antara Rp. 200.000.000 hingga Rp. 10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan. Menurut Bank Indonesia UK adalah usaha produktif milik warga negara Indonesia, bukan anak perusahaan atau cabang, dengan kekayaan bersih maksimum Rp. 200.000.000 atau penjualan maksimum Rp. 200.000.000 per tahun, sedangkan UM memiliki kriteria aset tetap tertentu Johan [6].

4. E-commerce

Elektronik dagang atau E-commerce adalah pemasaran, pembelian, penjualan, baik barang atau jasa melalui suatu sistem elektronik seperti televisi, internet, situs (www), maupun jaringan computer lainnya. E-Commerce biasanya menggunakan transfer dan secara elektronik, sistem manajemen inventori secara otomatis, pertukaran data secara elektronik serta sistem pengumpulan data secara otomatis [7]. E-commerce proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan, atau informasi melalui jaringan computer, termasuk internet [8]. E-commerce dapat diartikan seperti arena/tempat terjadinya transaksi ataupun pertukaran informasi yang terjadi antara penjual dan pembeli pada dunia maya [9].

5. Digital marketing

Digital marketing merupakan salah satu kategori dalam dunia pemasaran yang berguna dalam mengiklankan suatu produk atau layanan dan untuk menjangkau para calon pembeli melalui media digital sebagai sarana komunikasinya [10].

III. METODE PENELITIAN

Metode perancangan sistem yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode waterfall, adapun tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa cara diantaranya :

- Wawancara

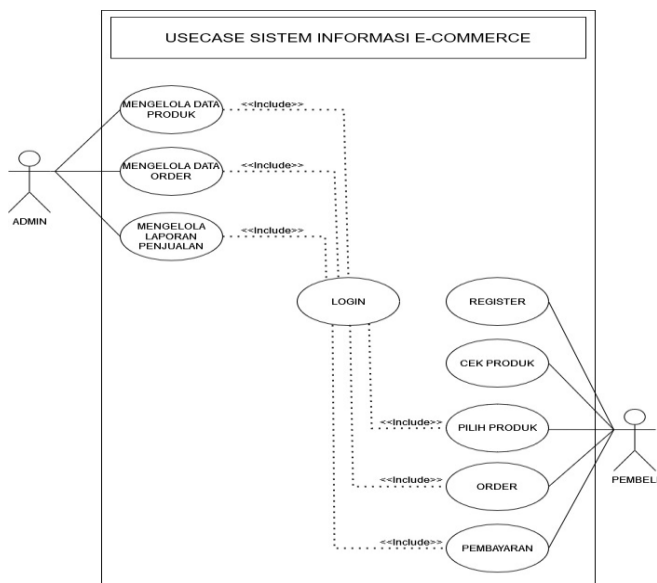
Wawancara dilakukan dengan cara menemui pihak-pihak yang akan berhubungan secara langsung dengan sistem baik dari segi penjual dan pembeli dengan mengajukan pertanyaan untuk menggali berbagai informasi guna memenuhi kebutuhan dalam tahap analisis kondisi yang saat ini berjalan untuk menentukan kebutuhan pada sistem yang akan dibangun agar kebutuhan semua user terpenuhi secara menyeluruh.

- Observasi

Melakukan pengamatan terhadap alur dan proses bisnis yang terjadi pada ombak food sebagai subjek penelitian sebagai refrensi dalam menentukan alur dan proses yang akan dibuat pada sistem.

2. Design sistem

Pada tahapan design ada beberapa proses yang dilakukan sebagai acuan dalam pembuatan alur bisnis sistem yang akan dibangun berupa usecase diagram yang dapat dilihat pada Gambar 1. dan design antar muka yang dapat dilihat pada Gambar 2, 3, 4, 5, 6 dan 7.



Gambar 1. Usecase Diagram

Gambar 2. Design halaman login

Gambar 3. Design halaman Admin

Gambar 4. Design halaman produk

Gambar 5. Design halaman keranjang barang

Gambar 6. Design halaman check out barang

Gambar 7. Design halaman riwayat pembelian

3. Koding.

Pada tahapan koding semua alur bisnis dan design yang sudah dirancang di implementasikan dalam bentuk kode program untuk membuat sistem. Adapun koding – koding program di sajikan pada Gambar 8, 9, 10 dan 11.

```
$ambil = $koneksi->query("SELECT * FROM pembelian JOIN
pelanggan ON pembelian.id_pelanggan =
pelanggan.id_pelanggan WHERE pembelian.id_pembelian =
'$_GET[id]'");
$detail = $ambil->fetch_assoc();
```

Gambar 8. Kode Detail pembelian barang

```

• $id_produk = $_GET['id'];
•
• $ambil = $koneksi->query("SELECT * FROM produk LEFT JOIN
kategori ON produk.id_kategori=kategori.id_kategori
WHERE id_produk='$id_produk'");
• $detailproduk = $ambil->fetch_assoc();
•
• $fotoproduk = array();
• $ambilfoto = $koneksi->query("SELECT * FROM produk_foto
WHERE id_produk='$id_produk'");
• while($tiap = $ambilfoto->fetch_assoc()){
•     $fotoproduk[] = $tiap;
• }

```

Gambar 9. Kode Detail Produk

```

• $semuadata = [];
• $tgl_mulai = "-";
• $tgl_selesai = "-";
• if(isset($_POST['kirim'])){
•     $tgl_mulai = $_POST['tglm'];
•     $tgl_selesai = $_POST['tgls'];
•
•     $ambil = $koneksi->query("SELECT * FROM pembelian pm
LEFT JOIN pelanggan pl ON
pm.id_pelanggan=pl.id_pelanggan WHERE tanggal_pembelian
BETWEEN '$tgl_mulai' AND '$tgl_selesai'");
•     while($pecah = $ambil->fetch_assoc()){
•         $semuadata[] = $pecah;
•     }

```

Gambar 9. Kode cetak laporan pembelian barang

```

• // Mendapatkan id_pembelian dari url
• $id_pembelian = $_GET['id'];
•
• // Mengambil data pembayaran berdasarkan id_pembelian
• $ambil = $koneksi->query("SELECT * FROM pembayaran WHERE
id_pembelian='$id_pembelian'");
• $detail = $ambil->fetch_assoc();

```

Gambar 10. Kode data pembayaran

```

• session_start();
• //koneksi ke database
• include 'koneksi.php';
•
• $id_pembelian = $_GET['id'];
•
• $ambil = $koneksi->query("SELECT * FROM pembayaran JOIN
pembelian ON
pembayaran.id_pembelian=pembelian.id_pembelian WHERE
pembelian.id_pembelian='$id_pembelian'");
• $detbay = $ambil->fetch_assoc();

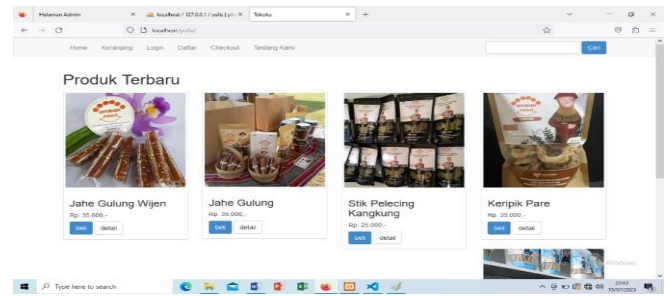
```

Gambar 11. Kode Pembayaran

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini dipaparkan implementasi hasil dari sistem yang sudah dibangun dengan mengikuti design sudah dibuat sebelumnya. Implementasi sistem e-commerce yang sudah dijalankan dapat dilihat pada Gambar 12, 13, 14, 15, 16, 17 dan 18.

Pada tampilan halaman utama user dapat melihat produk-produk yang dijual dan sekaligus memilih produk yang ingin di beli.



Gambar 12. Halaman utama

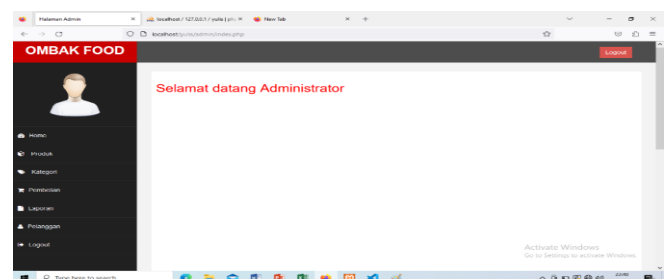
Ombak Food : Login Admin

Masuk Sebagai Admin

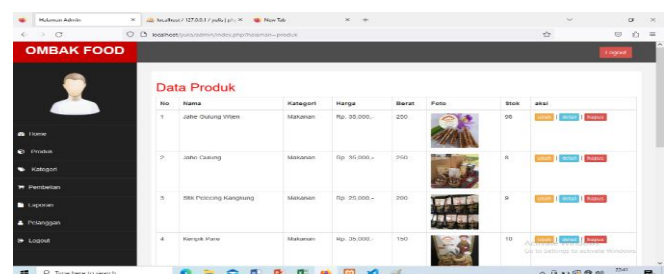
Masukkan Detail Untuk Login

☐ Ingat Akun [Lupa Password ?](#)

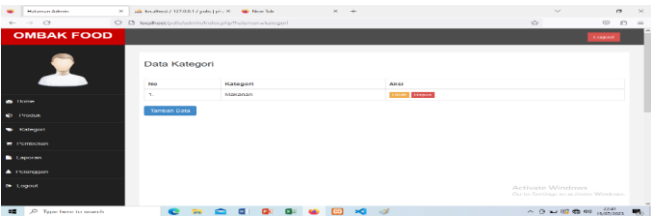
Gambar 13. Halaman Login



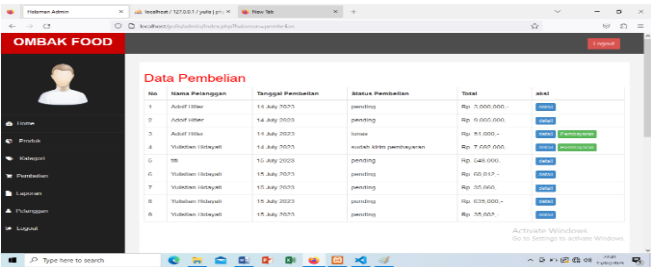
Gambar 14. Halaman User



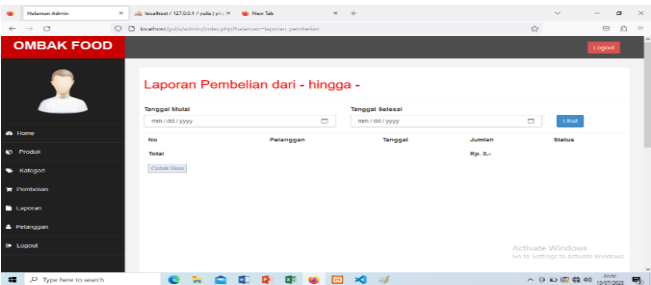
Gambar 15. Halaman Produk



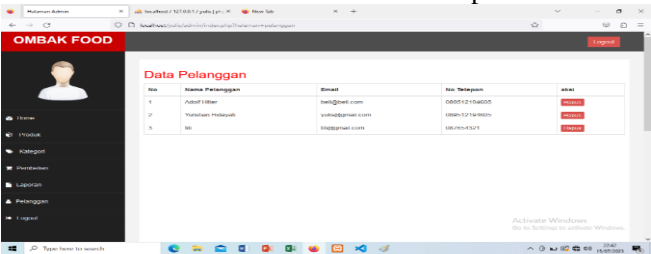
Gambar 16. Halaman Kategori



Gambar 17. Halaman Pembelian



Gambar 18. Halaman Cetak laporan



Gambar 19. Halaman Pelanggan

Pada proses pengujian dilakukan dengan menggunakan metode blackbox untuk menentukan fungsionalitas aplikasi. Pengujian black box berfokus pada input yang tersedia untuk aplikasi dan output yang diharapkan untuk setiap nilai input. Beberapa pengujian yang sudah dilakukan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pengujian Blackbox sistem

No	Fungsi	Pengujian	Harapan	Hasil
1	Login admin	1. Email dan password salah 2. Email dan password benar	1. Sistem kembali ke login sistem 2. Masuk ke halaman dashboard admin	Valid
2	Login pengguna	1. Email dan password salah	1. Sistem kembali ke halaman login pengguna	Valid

		2. Email dan password benar	2. Sistem menuju ke halaman home	
3	Logout	Keluar dari sistem dan menampilkan halaman awal	Sistem berhasil keluar dan menampilkan halaman awal	Valid
4	Halaman produk	Menampilkan produk yang dijual beserta informasi produk	Sistem dapat menampilkan produk beserta informasi produk	Valid
5	Halaman tentang	Menampilkan informasi dari toko jajan ombak food dan kontak yang bisa di hubungi	Sistem dapat menampilkan informasi dari toko jajan ombak food dan kontak yang dapat dihubungi	Valid
6	Halaman keranjang	Menampilkan produk yang telah dipilih dan akan dipesan	Sistem dapat menampilkan produk yang telah dipilih dan akan di pesan	Valid
7	Halaman pesanan saya	Menampilkan informasi produk yang telah dipesan	Sistem berhasil menampilkan informasi produk yang telah di pesan	Valid
8	Halaman akun admin	Menampilkan seluruh data produk dan dapat melakukan update produk	Sistem berhasil menampilkan seluruh data produk dan melakukan update data produk	Valid

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pembuatan dan pemanfaatan sistem informasi e-commerce jajan khas Lombok berbasis web yang sudah berjalan, bahwa sistem informasi e-commerce dapat mempermudah konsumen dalam memesan barang yang disediakan oleh toko. Pemasaran produk menjadi lebih mudah dan lebih efisien. Pelaporan penjualan barang mejadi mudah dan cepat. Sehingga dapat disimpulkan sistem e-commerce memberikan solusi yang tepat untuk masalah yang sedang di hadapi UMKM seperti Ombak FOOD sebagai subjek penelitian yang digunakan dalam mengaplikasikan sistem penjualan berbasis e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Fransisca Mega Rosa Mustika, Wahyu Adityo Prodjo, (2023), "Teten Masduki Sampaikan Dampak Perkembangan E-Commerce Terhadap UMKM", [Online] Available :<https://umkm.kompas.com/>

[2] KADIN (Indonesian Chamber of Commerce and Industry), 2025, , UMKM Indonesia, [Online] Available :<https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>

[3] Rainer, R. K., & Cegielski, C. G. (2011). Introduction to Information Systems: Enabling and Transforming Business (3rd ed.). John Wiley & Sons.

- [4] O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2011). *Management Information Systems* (10th ed.). McGraw-Hill.
- [5] Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (13th ed.). Pearson.
- [6] Johan, R. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada UMKM di Kabupaten Karawang. *Jurnal Akuntansi*, 14(2), 188-212.
- [7] Tata Subatri. (2012). *Konsep Sistem informasi*. Yogyakarta : Offset Andi.
- [8] Yakub, (2012), *Pengantar Sistem Informasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- [9] Rintho Rante Rerung. (2018). *E-Commerce*. Deepublish Yogyakarta.
- [10] Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S., (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9 (7), 2596–2620. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>