

## **RANCANG BANGUN E-COMMERCE BERBASIS WEB RESPONSIVE DAN MOBILE ANDROID PADA UMKM AIKORI NATURAL LEATHER BAG SEMARANG SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI**

Putri Sekarudya Puspita Aruningtyas, Putut Haribowo, Jumi\*  
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang

### **ABSTRAK**

Perkembangan internet di Indonesia merupakan salah satu faktor dalam peningkatan ekonomi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. UMKM *Aikori Natural Leather Bag* Semarang merupakan salah satu perusahaan mikro yang bergerak dalam bidang industri kreatif yang memproduksi barang-barang kerajinan yang terbuat dari kulit sapi. Sejak berdiri tahun 2011, perusahaan ini hanya memperkenalkan produk kerajinan kulit secara *offline*. Sehingga banyak pelanggan yang merasa kesulitan untuk mendapatkan informasi tentang koleksi produk terbaru dari UMKM *Aikori Natural Leather Bag Semarang*. Untuk mengatasi permasalahan ini maka dibuatlah *web* menggunakan salah satu CMS (*Content Management System*) yaitu Wordpress yang dapat memperluas pangsa pasar dan juga mempermudah UMKM *Aikori Natural Leather Bag Semarang* dalam mengelola penjualan produk.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah membangun media penjualan berbasis *onlinemenggunakan content management system* Wordpress sehingga dapat memperluas pangsa pasar yang tidak dapat dijangkau oleh sistem sebelumnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *System Development Life Cycle* yaitu *Waterfall* yang didalamnya terdapat beberapa tahapan yaitu *requirement definition, system and software design, implementation and until testing, integrating system testing, operation dan maintenance*. Hasil dari peneilitan ini menunjukkan bahwa *web* yang baik dapat memuat informasi terkini sehingga dapat diakses oleh pelanggan kapan saja dan dimana saja.

**Kata kunci :** *E-commerce, Toko Online, Wordpress, Android*

## **RANCANG BANGUN E-COMMERCE BERBASIS WEB RESPONSIVE DAN MOBILE ANDROID PADA UMKM AIKORI NATURAL LEATHER BAG SEMARANG SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN INFORMASI**

### **Abstract**

*The development of the internet in Indonesia is one factor in improving the economy in Indonesia. UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang is a micro company engaged in the creative industry that produces handicraft items made from cow leather. Since its establishment in 2011, the company has only introduced its leather craft products offline. So many customers find it difficult to get information about the latest product collections from UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang. To overcome this problem a web was created using one of the CMS (Content Management System) namely Wordpress which can expand market share and also facilitate UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang in managing product sales. The purpose of this research is to build online-based sales media using Wordpress content management system so that it can expand market share that cannot be reached by the previous system. The method used in this research is the System Development Life Cycle, namely Waterfall, where there are several stages, namely requirements definition, system and software design, implementation and until testing, system testing, operation and maintenance. The results of this research show that a good web can contain the latest information so that it can be accessed by customers anytime and anywhere.*

**Keywords :** *E-commerce, Toko Online, Wordpress, Android*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat. Salah satu sistem operasi yang berkembang saat ini adalah *Android*. Jumlah pengguna *operating system* berbasis *Android* di Indonesia selalu bertambah secara signifikan. Perkembangan perangkat *mobile* serta teknologi yang menyertainya akan sangat berpengaruh pada peningkatan fitur aplikasi *mobile*. Perkembangan aplikasi *mobile* tersebut memberikan dampak pada berbagai bidang kehidupan, salah satunya dalam dunia bisnis perdagangan yaitu dengan munculnya *Electronic Commerce (E-commerce)*, khususnya dibidang pemasaran atau promosi. *E-commerce* menekankan pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) dalam transaksi antarbisnis dan antarorganisasi dan transaksi antar bisnis dengan konsumen. (H. Dadang Munandar, S.E, M.Si (2011:2).

Pada saat ini *E-commerce* merupakan salah satu alternatif pilihan untuk sebuah perusahaan yang khususnya bergerak dibidang wiraswasta salah satunya yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Perkembangan perekonomian yang pesat menyebabkan peranan UMKM semakin penting dalam menjaga dan meningkatkan perekonomian di Indonesia terutama di sektor Industri Kreatif. Sektor ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional di masa mendatang, karena ekonomi kreatif sendiri menjadi salah satu faktor meningkatnya *Gross Domestic Product (GDP)*. Berdasarkan data infografis Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) di Indonesia sendiri didominasi oleh 3 subsektor industri besar yaitu industri kuliner, industri *fashion* serta industri kerajinan. Berdasarkan Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif (2017) dapat dilihat pada gambar 1, GDP ekonomi kreatif yang tercipta pada tahun 2015 adalah sebesar 852 triliun rupiah dengan kontribusi subsektor kerajinan kriya mencapai sebesar 15.70%

Salah satu usaha yang membutuhkan pembangunan *E-commerce* adalah UMKM *Aikori Natural Leather Bag Semarang* merupakan badan usaha yang bergerak dibidang industri kerajinan tas yang menjadi *trend* di masa sekarang. Namun sejak berdirinya pada tahun 2011, toko ini hanya memperkenalkan produk kerajinan kulitnya secara *offline*, menggunakan kartu nama, brosur dan melalui *expo* atau pameran karena belum memiliki *E-commerce* sehingga penjualan masih minim. Oleh karena itu UMKM *Aikori Natural Leather Bag Semarang* membutuhkan peningkatan sarana pemasaran dan promosi yang cepat dan aman serta mampu mengelola data produk dan layanannya dengan baik untuk memperluas pangsa pasar, yaitu dengan mengembangkan bisnis penjualannya menggunakan *E-commerce* berbasis *web responsive* dan *mobile Android*. Selain untuk menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan, keuntungan pemasaran *online* diharapkan meningkatkan omset penjualan dengan hadirnya kemudahan pembeli dalam memilih dan memesan produk tanpa harus mengeluarkan biaya operasional. Berdasarkan uraian diatas maka perlunya mengambil penelitian dengan judul "*Rancang Bangun E-Commerce Berbasis Web Responsive Dan Mobile Android Pada UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang Sebagai Media Promosi Dan Informasi*", yang diharapkan mampu memperluas pangsa pasar keseluruhan pelosok tanah air hingga mancanegara serta mampu meningkatkan omset penjualan pada UMKM *Aikori Natural Leather Bag Semarang*.

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka maksud dari penulisan skripsi ini adalah :

- a. Merancang media promosi secara efektif untuk memperkenalkan UMKM *Aikori Natural Leather Bag Semarang* ke pasar yang lebih luas melalui system aplikasi *E-commerce* berbasis *web responsive* dan *mobile Android*. Sehingga berpotensi

dalam meningkatkan konsumen potensial, karena kemudahan informasi yang didapat oleh konsumen.

- b. Memudahkan perusahaan dalam mengelola data dan proses transaksi secara otomatis tanpa perlu customer melakukan konfirmasi pembayaran sehingga dapat meminimalisir terjadinya laporan berkas yang terkadang sering terlewatkan.

## Landasan Teori

### Rancang Bangun

Menurut Usep Teisnajaya dalam Christian (2015), Rancang Bangun adalah program yang menentukan aktifitas pemrosesan informasi yang dibutuhkan untuk penyelesaian tugas-tugas khusus dari pemakai atau pengguna komputer.

### Pemasaran

Menurut Kotler dalam Rangkuti (2009:18) mendefinisikan bahwa pemasaran sebagai suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi, serta distribusi sejumlah barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.

### Promosi

Menurut Kotler dalam Rangkuti (2009:49) Promosi yaitu mencakup semua alat-alat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk.

### Internet

Internet merupakan rangkaian hubungan jaringan komputer yang dapat diakses secara umum di seluruh sedunia, yang mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan standart *internasional protocol* (IP). (Aryanto, 2012:57)

### E-Commerce

Hermawan dalam Pratama (2015:40) berpendapat bahwa *E-commerce* adalah prinsip yang mengintegrasikan antara

pendekatan bisnis *eksiting* yang ada dengan teknik internet yang berkembang.

Menurut Ahmadi (2013:35), *E-commerce* memiliki berbagai macam jenis *E-commerce* meliputi : *Collaborative Commerce* (C-Commerce), *Business to Business* (B2B), *Business to Consumers* (B2C), *Consumer to Business* (C2B) dan *Customer to Customer* (C2C)

### CMS Wordpress

Adalah aplikasi *open source* (terbuka *source*) digunakan sebagai mesin *blog* yang sangat populer (*blog engine*) (Rahardja, Aini, Apriani, &Khoirunisa, 2019). CMS *wordpress* adalah salah satu *platform* yang bisa digunakan untuk membangun sebuah *online shop* yang profesional, yang diperlukan untuk disiapkan adalah nama *domain* untuk *web*, *hosting*, dan juga *template* untuk *online shop* tersebut (Alfiah, Witjaksono, Rizwan, Hardianto, & Darwanti, 2015).

### Android

*Android* merupakan subset perangkat lunak untuk perangkat mobile yang meliputi sistem operasi, *middleware*, dan aplikasi inti yang dirilis oleh *Google*. *Android* adalah sistem operasi bergerak (*mobile operating system*) yang mengadopsi sistem operasi linux, namun telah dimodifikasi. *Android* diambil alih oleh *Google* pada tahun 2005 dari *Android, Inc* sebagai bagian strategi untuk mengisi pasar sistem operasi bergerak. *Google* mengambil alih seluruh hasil kerja *Android* termasuk tim yang mengembangkan *Android*. (Suprianto & Agustina, 2012).

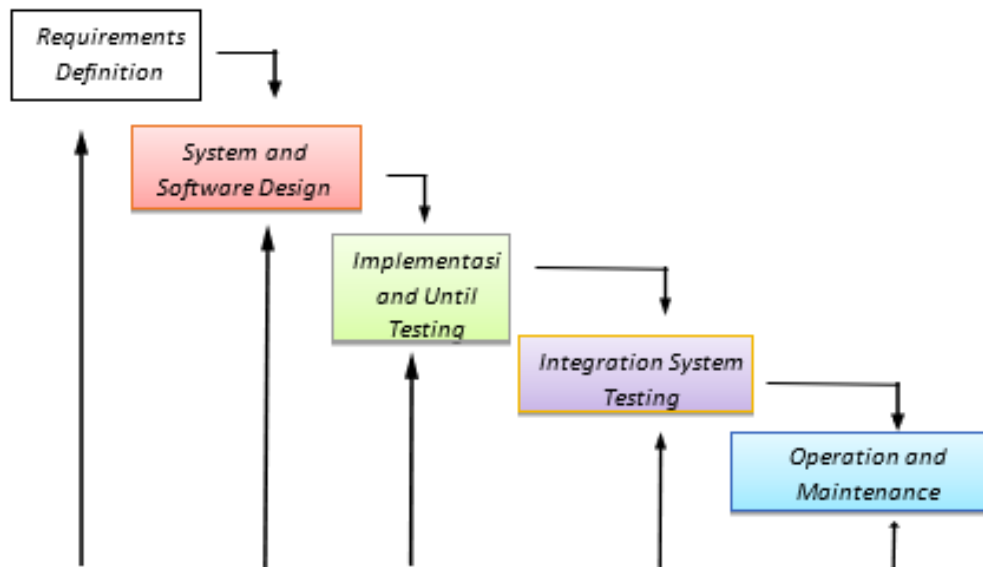
## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengembangan sistem *waterfall* sering juga disebut model sekuensial linear (*squential linear*) atau alur hidup klasik (*Classic cycle*)” (Susilo Muhammad, 2018).

Kelebihan metode *waterfall* yaitu lebih terstruktur dan fleksibilitas terhadap perubahan, selain itu kelebihan model *waterfall* lebih

mudah dalam pengaplikasian, kebutuhan sistem dapat didefinisikan secara utuh, dan benar di awal proyek (Setiawan, Arifin, & Ardianto, 2018). Jadi setiap tahap harus diselesaikan terlebih dahulu secara penuh sebelum diteruskan ke tahap

berikutnya untuk menghindari terjadinya pengulangan tahapan. Adapun tahapan dalam metode pengembangan sistem *waterfall* dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode *Waterfall*

1. Tahap *Requirement Definition*  
Pelayanan, batasan dan tujuan sistem ditentukan melalui konsultasi dengan user sistem. Persyaratan ini kemudian didefinisikan secara rinci dan berfungsi sebagai spesifikasi sistem.
2. Tahap *System and Software Design*  
Proses perancangan sistem membagi persyaratan dalam sistem perangkat keras atau perangkat lunak. Kegiatan ini menentukan arsitektur sistem secara keseluruhan. Perancangan perangkat lunak melibatkan identifikasi dan deskripsi abstraksi sistem perangkat lunak yang mendasar dan hubungan-hubungannya.
3. Tahap *Implementasi and Until Testing*  
Pada tahap ini perancangan perangkat lunak direalisasikan sebagai serangkaian program atau unit program. Pengujian unit melibatkan verifikasi bahwa setiap unit telah memenuhi spesifikasinya.
4. Tahap *Integration System Testing*  
Unit program atau program individual diintegrasikan dan diuji sebagai sistem yang lengkap untuk menjamin bahwa persyaratan sistem telah dipenuhi. Setelah pengujian

sistem, perangkat lunak dikirim kepada pelanggan.

5. Tahap *Operation and Maintenance*.  
Tahap ini merupakan fase siklus hidup yang paling lama. Pemeliharaan mencakup koreksi dari berbagai *error* yang tidak ditemukan pada tahap terdahulu, perbaikan atas implementasi unit sistem dan pengembangan pelayanan sistem, sementara persyaratan-persyaratan baru ditambahkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk kegiatan dalam penelitian adalah membangun *E-commerce* atau toko *online* berbasis *web* pada UMKM *Aikori Natural Leather Bag* Semarang untuk memperluas pasar sasaran dengan meningkatkan konsumen potensial agar pasar sasaran menjadi luas, selain itu juga untuk melakukan pendekatan dengan menciptakan media pemasaran berbasis *web* CMS, katalog produk, *customer service online*, sehingga konsumen dapat melakukan pembelian secara *online*. Media yang digunakan dalam pembangunan *web* ini menggunakan metode *waterfall*.

### 1. Survei Sistem

Pada tahap ini sebelum membuat rancangan sistem hal yang dilakukan adalah mengidentifikasi masalah yang ada secara mendalam. Dalam mengidentifikasi masalah hal yang dilakukan adalah mengumpulkan data-data yang ada di UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan cara wawancara dan juga komunikasi melalui aplikasi *chatting*. Data tersebut mengenai usaha UMKM Aikori Natural Leather Bag

Semarang dari profil perusahaan, produk, penjualan produk yang dilakukan, hingga detail mengenai harga produk serta spesifikasinya. Proses penjualan yang dilakukan oleh UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang masih menggunakan sistem *offline* seperti brosur, katalog dan mengandalkan pameran serta pengepul sehingga hal ini menyebabkan terbatasnya pangsa pasar UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang sendiri.

## 2. Analisi System

### a. Analisis Sistem Lama (*Legacy System*)

Dalam penjualan produknya UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang masih menggunakan sistem *offline* seperti mengandalkan pameran dimana pembeli dan penjual dapat *face to face* secara langsung. Media yang digunakan dalam mempromosikan produknya masih menggunakan brosur dan katalog. Pemanfaatan media *offline* tersebut kurang efektif dibandingkan dengan media *online* dikarenakan selain kurang maksimal juga perlu tambahan biaya dan waktu yang tidak sedikit. Berikut ini adalah gambaran sistem lama (*legacy system*) dalam penjualan produk UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang.

- 1) Penjualan produk masih mengandalkan penjualan di *outlet* dan pameran dimana dalam mengikuti pameran diperlukan waktu dan biaya yang tidak sedikit untuk akomodasinya, baik untuk transportasi, konsumsi, penginapan maupu biaya pendaftaran pameran tersebut. Dalam pameran pun belum tentu produk yang di display laku saat itu juga.
- 2) Promosi produk masih mengandalkan media *offline* seperti pameran, brosur dan katalog yang menyebabkan terbatasnya pangsa pasar serta biaya pembuatan media *offline* tersebut membutuhkan biaya yang tidak sedikit pula.

### b. Analisis Sistem Baru (*To be System*)

Berdasarkan kurang efektifnya penjualan menggunakan sistem lama sistem yang dirancang merupakan penjualan *online* berbasis *web* dan *mobile Android* yaitu *E-commerce*. Perancangan *web* menggunakan CMS *wordpress* menggunakan plugin *WooCommerce* yang tepat digunakan oleh UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang dikarenakan *userfriendly* bagi pemula dan dapat dioperasikan oleh banyak user. Tujuan perancangan *E-commerce* adalah sebagai media promosi dan penjualan untuk perluasan pangsa pasar. Selain itu dengan media *online* dapat mengurangi biaya promosi yang ditimbulkan dari media promosi *offline*, dimana konsumen dapat melihat produk-produk yang dijual melalui katalog produk dan *price list* yang tersedia secara *online*. Kelebihan lainnya yaitu selain melihat produk konsumen dapat melakukan pembelian langsung melalui *web* tersebut dimana saja dan kapan saja selama masih menggunakan jaringan internet. Di dalam *web* tersebut juga didukung berbagai macam fitur seperti *live chat*, *gallery product*, pengkategorian produk, layanan pendistribusian barang (*shipping method*), layanan pembayaran (*payment method*) dan lain sebagainya.

## 3. Desain System

Sebelum pembuatan rancang bangun *E-commerce* berbasis *web* dan *Android* perlu dilakukan sebuah perancangan desain terlebih dahulu agar dapat tersusun dengan baik sesuai apa yang diharapkan.

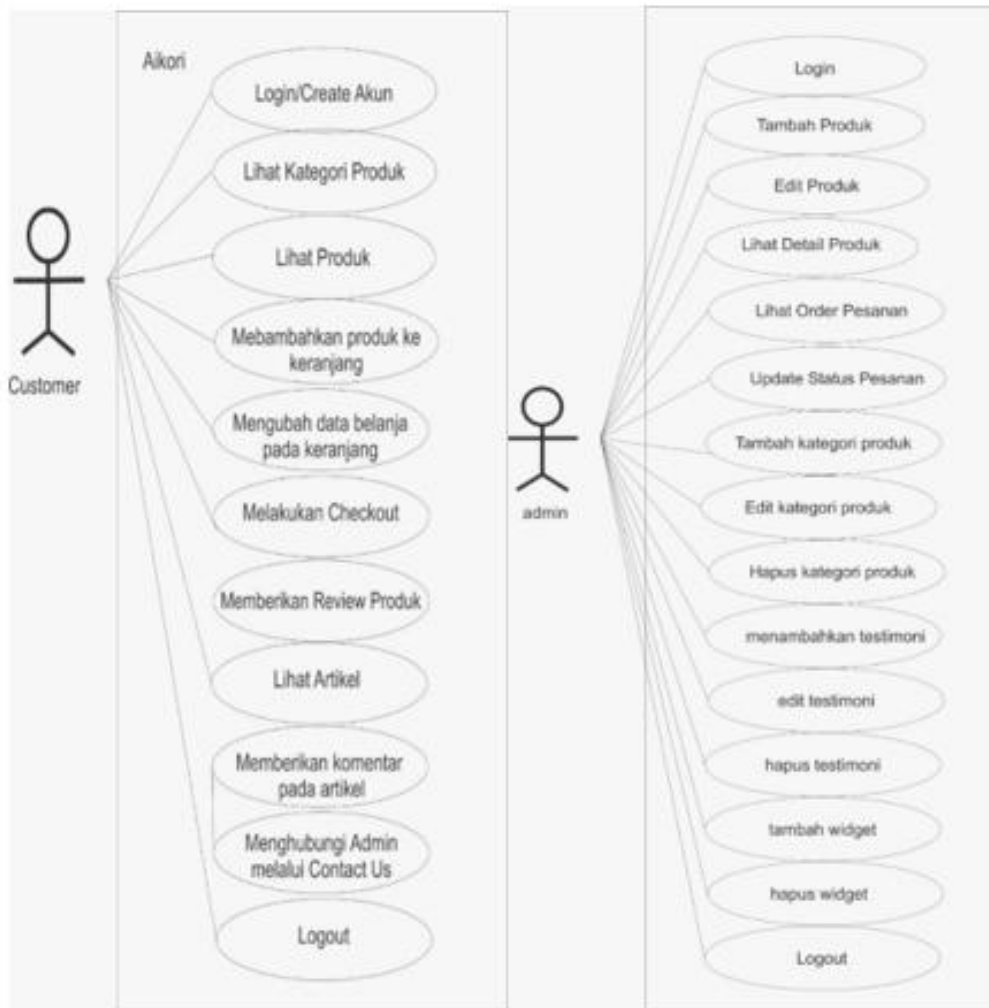
Desain system ini meliputi beberapa hal seperti *Use Case Diagram*, Perancangan *Activity Diagram*, Diagram HIPO, Desain *Layout* dan Desain *Interface web* UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang.

### a. Use Case Diagram

*Use Case Diagram* merupakan diagram yang didesain untuk mendiskripsikan sisi fungsionalitas yang diharapkan dari sebuah sistem. Sebuah *use case diagram* menggambarkan sebuah interaksi antara aktor dengan sistem yang kita buat (Dharwiyanti & Wahono, 2013). *Use case diagram* dapat sangat membantu bila kita sedang menyusun *requirement* sebuah sistem, mengkomunikasikan sebuah rancangan

aplikasi dengan konsumen, serta merancang *test case* untuk semua *feature* yang ada pada sistem. Aturannya, sebuah *use case* dapat dimasukkan lebih dari *use case* lain, sehingga

duplikasi fungsionalitas dapat dihindari dengan cara menarik keluar fungsional yang *common*. Berikut *use case diagram web aikori.com* ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Use Case Diagram UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang

Pada gambar 2 dari *Use Case Diagram UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang web system* dapat diuraikan bahwa,

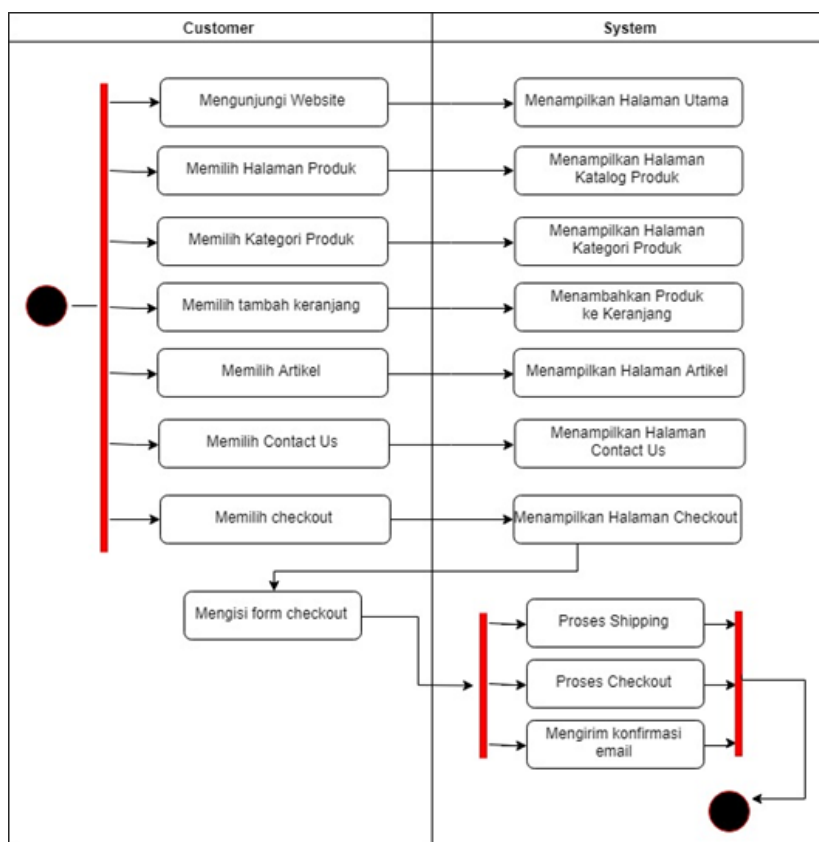
- 1) Dalam *web* tersebut terdapat dua aktor utama yang terlibat dalam UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang *web system* antara lain Admin dan Customer. Keduanya masing-masing mempunyai peran berbeda.
- 2) Aktor pertama yaitu administrator yang bertugas sebagai pengelola *web*.
- 3) Administrator dapat masuk halaman *dashboard admin* melalui *login admin* dengan menginputkan *username* dan *password*.
- 4) Setelah berhasil melakukan *login* dan masuk ke *dashboard admin* dapat mengelola *web*, mengatur produk yang ditampilkan dalam toko, mengedit data produk yang salah dengan data produk yang benar, mengatur sistem pesanan barang, dapat menambahkan konten-konten dalam *web*, mengatur interaksi dengan pengunjung tool seperti *review* maupun komentar, mengatur artikel, menampilkan testimoni, mendapatkan laporan penjualan, dan dapat *log out* dari halaman *dashboard admin*.
- 5) Aktor kedua yaitu *customer* dapat mengakses *web Aikori* dimana saja dan kapan saja.



- 6) *Customer* dapat melakukan pendaftaran akun, melihat produk yang tersedia serta menambahkan kedalam keranjang belanja apabila ingin melakukan pemesanan dengan mengisi data *customer*, selain itu juga dapat memberikan *review* pada sebuah produk, memberikan komentar pada artikel, menghubungi admin melalui *contact us* dan juga dapat keluar atau *logout* dari akun.

**b. Perancangan Activity Diagram Web UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang**

*Activity Diagram* merupakan gambaran atau alur dari urutan kerja sistem yang ditunjukkan dengan tindakan dan aktivitas. Diagram aktivitas menggambarkan urutan kerja yang sedang dirancang/ dilakukan seperti dari mana aliran kerja dari sistem berawal, percabangan (*decision*) yang terjadi pada sistem, bagaimana sistem berakhir, serta menggambarkan proses paralel yang mungkin terjadi dari beberapa eksekusi dalam sistem



Gambar 3. Desain ERD

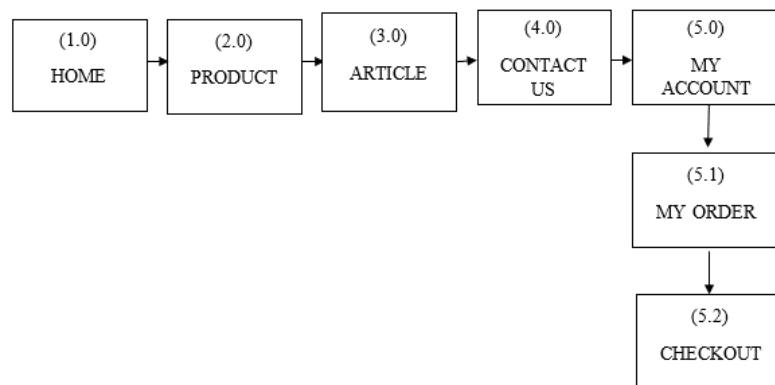
Gambar 3 merupakan desain ERD Aplikasi Simosi terdapat tujuh buah entitas yaitu *Admin*, *Usaha*, *Kebutuhan*, *Takaran*, *Paket*, *Transaksi Kebutuhan*, dan *Transaksi Pelanggan*. Entitas *Usaha* memiliki relasi *one-to-many* dengan entitas *Kebutuhan*, *Paket*, *Transaksi Kebutuhan*, dan *Transaksi Pelanggan*. Entitas *Kebutuhan* memiliki relasi *one-to-many* dengan Entitas *Takaran* dan *Transaksi Kebutuhan*. Entitas *Paket* memiliki relasi *one-to-many* dengan *Takaran* dan *Transaksi Pelanggan*. Entitas *Transaksi Pelanggan*

memiliki relasi *one-to-one* dengan Entitas *Transaksi Kebutuhan*.

**c. Diagram HIPO**

*Hierarchy Input Proccess Output (HIPO)* merupakan alat desain dan teknik dokumentasi dalam proses pengembangan sistem dengan tujuan untuk efisiensi dan perawatan program. Berikut ini adalah rancangan HIPO dalam pembuatan *web UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang*. HIPO dapat dilihat pada gambar 4.



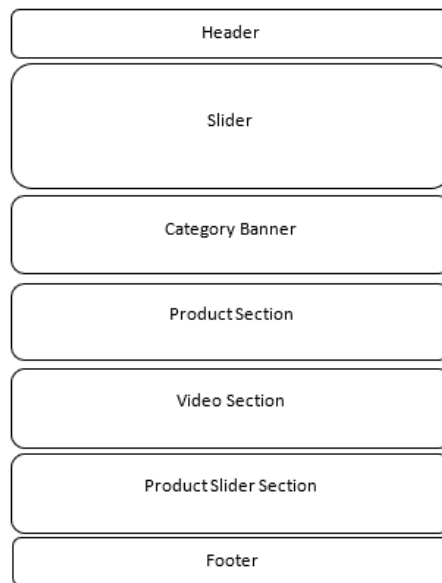


Gambar 4. HIPO

**d. Desain Layout**

Desain *layout* untuk halaman depan *web* UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang menggunakan *layout* yang *userfriendly* agar

mudah dipahami dan diakses oleh pengunjung *web*. Berikut adalah desain *layout* pada *web* UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang yang dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Desain *Layout*

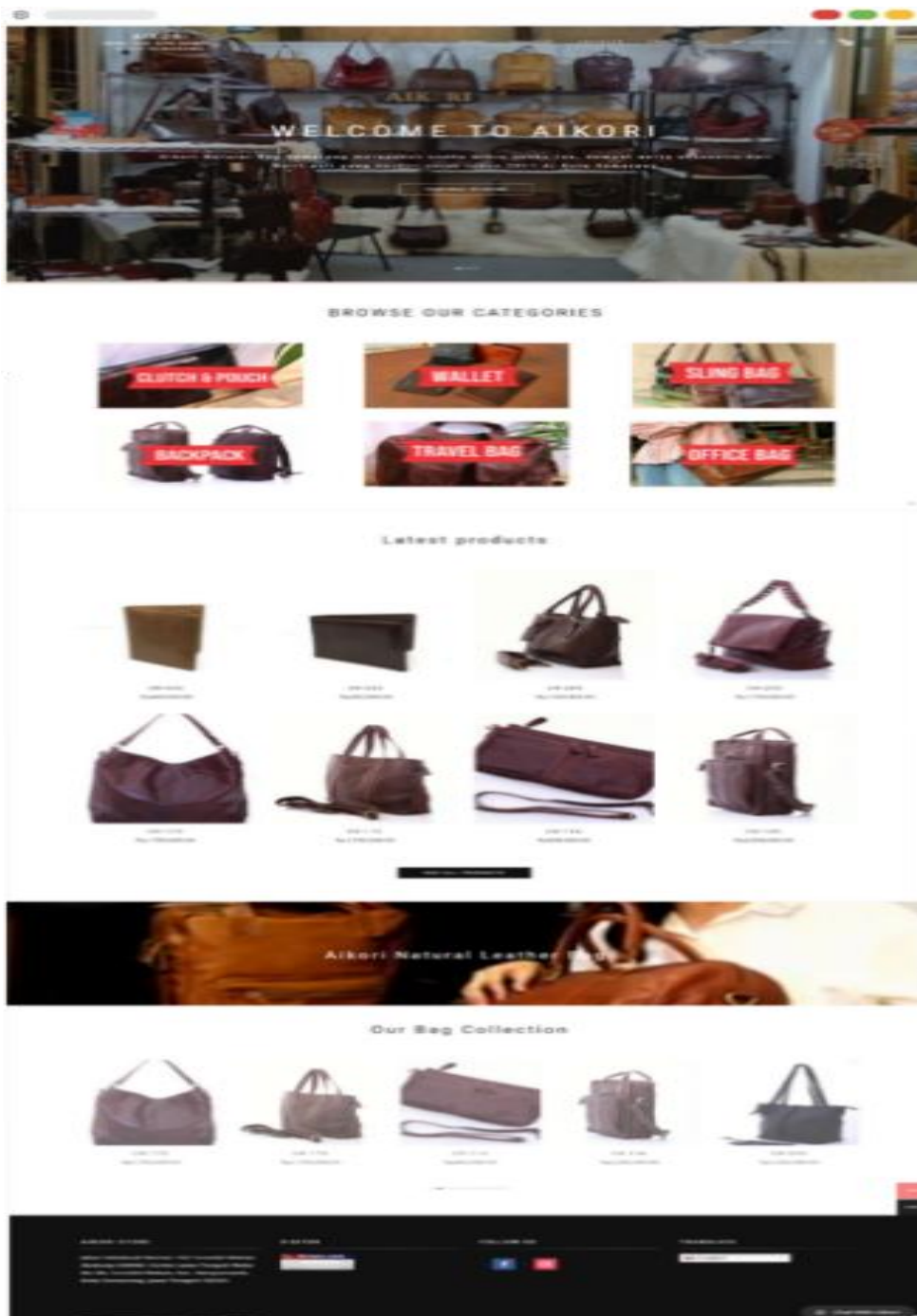
**e. Desain Interface**

Desain *interface* yang digunakan dalam *web* UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang menggunakan tampilan warna hitam, putih dan merah tua untuk mempromosikan bahwa produk yang dijual oleh UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang merupakan produk yang mempunyai daya tarik yaitu elegan dan keanggunan. Berikut ini adalah desain

*interface* dari *web* UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang

1) Halaman Home

Halaman *home*/beranda ditunjukkan pada gambar 6, adalah halaman yang pertama kali diakses oleh *user*/pembeli. Disini *user* dapat melihat tentang berbagai macam produk yang dijual.

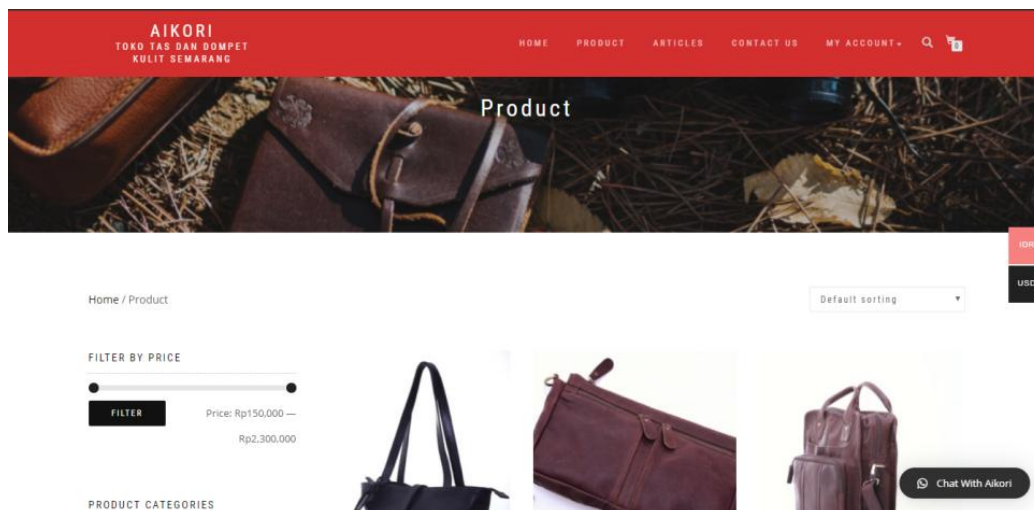


Gambar 6. Tampilan Home

## 2) Halaman Produk

Halaman *product* ditunjukkan pada gambar 7 , adalah halaman yang berisi tentang produk yang dijual di UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang dengan berbagai macam pilihan kategori mulai dari *Clutch & Pouch*,

*Wallet*, *Sling Bag*, *Backpack*, *Travel Bag* dan *Office Bag*. Pada halaman produk ini juga tersedia *filtering* harganya sehingga pembeli dapat memilih produk mana yang sesuai dengan *budget* yang mereka cari.



Gambar 7. Halaman Produk

3) Halaman *Article*

Halaman *article* ditunjukkan pada gambar 8, yaitu halaman yang berisi seputar tips dan info

yang berkaitan dengan kulit maupun produk UMKM Aikori *Natural Leather Bag Semarang*.

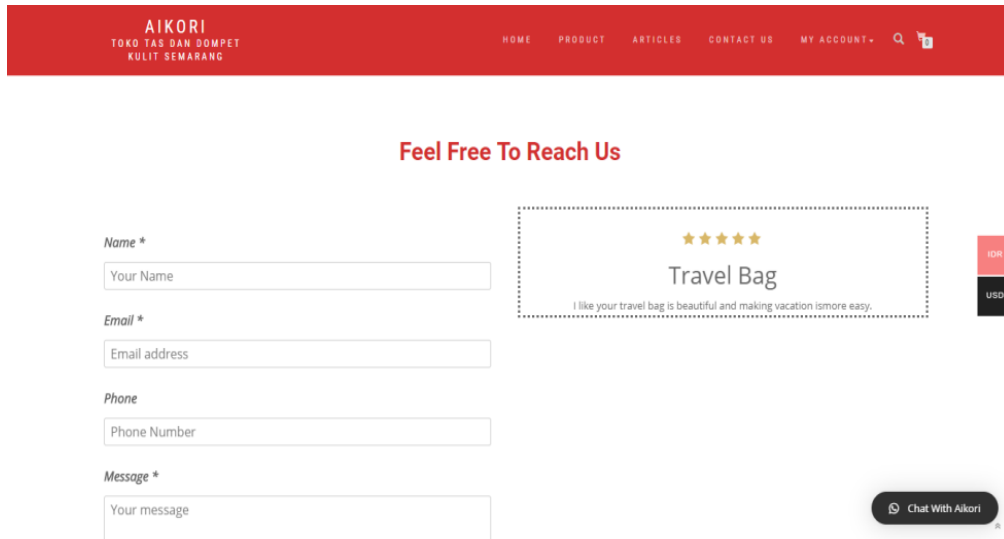


Gambar 8. Halaman *Article*

4) Halaman *Contact Us*

Halaman *Contact Us* ditunjukkan pada gambar 9, adalah halaman untuk menghubungi admin UMKM Aikori *Natural Leather Bag Semarang* dengan cara menghubungi *contact person* yang ada atau dapat juga melalui *social media* yang tersedia seperti *facebook* dan *Instagram*.

Semarang dengan cara menghubungi *contact person* yang ada atau dapat juga melalui *social media* yang tersedia seperti *facebook* dan *Instagram*.

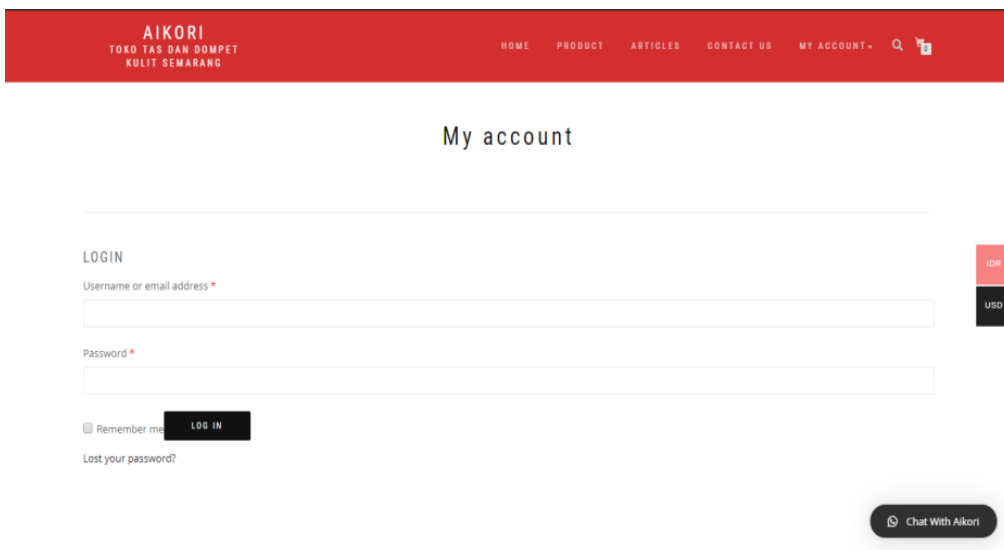


Gambar 9. Halaman Contact Us

5) Halaman My Account

Halaman yang berisi untuk customer login kedalam akunnya. Agar dapat melakukan

aktivitas lebih banyak pada web seperti yang terlihat pada gambar 10.



Gambar 10. Halaman My Account

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan pembahasan setiap bab yang ada dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pembuatan web UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang dapat meningkatkan dan perluasan pangsa pasar, selain itu juga dapat menghemat biaya promosi dan penggunaan kertas. Berikut ini adalah kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh dari pembangunan web UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang :

a. Melalui pembuatan media promosi berbasis E-commerce, UMKM Aikori Natural Leather

Bag Semarang dapat memberikan informasi-informasi, produk yang dijual, harga dan cara transaksi secara informatif dan efektif.

b. Perancangan web UMKM Aikori Natural Leather Bag Semarang menggunakan CMS dapat memperluas pangsa pasar, menghemat biaya pemasaran.

c. Perancangan web menciptakan efisiensi waktu, dan tenaga kerja yang digunakan dalam sistem yang berjalan sebelumnya. Baik dari segi perusahaan maupun customer dapat dengan mudah melakukan transaksi

pembelian dan penjualan secara *online*, sehingga *customer* tidak perlu datang ke *outlet*.

#### Saran

Berdasarkan implementasi pembuatan *web* UMKM *Aikori Natural Leather Bag* Semarang yang telah dilakukan dalam penelitian ini berikut ini adalah saran yang disampaikan dalam bab ini:

- a. Perlu dilakukan evaluasi terhadap *web* setiap beberapa bulan sekali untuk pengembangan *web* seperti pembaruan artikel dan postingan produk-produk yang terbaru sehingga performa *web* menjadi meningkat.
- b. Diharapkan perusahaan UMKM *Aikori Natural Leather Bag* Semarang dapat menjalankan kegiatan *operation* dan *maintenance web* yang telah dikembangkan seperti memperpanjang sewa hosting dan domain, agar *web* tetap dapat di akses melalui internet

#### DAFTAR PUSTAKA

Abdulloh, Rohi. 2016. *Easy dan Simple Web Programming*. Jakarta: Elex Media.  
Arifianto, Teguh. 2011. *Membuat Interface Aplikasi Android Lebih Keren dengan LWIT*. Yogyakarta : Andi. Anonymous, Android Developers.

Basu Swastha DH, 2002, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.  
Guritno, S., Sudaryono, Rahardja, U. (2011). *Theory and Application of IT Research: Metodologi Penelitian Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI  
Hadi, Sutrisno. 2015. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.  
Hariyanti, S., et all. 2011. *Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus*. Disertasi. Surakarta : Universitas Surakarta.  
Ian Sommerville. (2003), *Software Engineering (Rekayasa Perangkat Lunak)/Ian Sommerville* ; alih bahasa, Dra.Yuhilza Hanum M.Eng, ; Hilarius Wibi Hardani. Ed.6, Erlangga, Jakarta.  
Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.  
Nazruddin Safaat H. 2012 (Edisi Revisi). *Pemograman Aplikasi Mobile Smartphone dan Tablet PC Berbasis Android* . Informatika. Bandung.  
Sibero, Alexander F.K . 2013. *Web Programming Power Pack*. Yogyakarta : Mediakom.  
Umi Narimawati (2008;98). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*.  
Yeni Kustiyahningsih, Devie Rosa Anamisa, 2011. *Pemograman Basis Data Berbasis Web Menggunakan PHP dan MySQL* .Graha Ilmu : Yogyakarta.

