

Perancangan Website Promosi Produk Ukm Bakeu Coffee Kota Sungai Penuh Menggunakan Metode Prototype

Viola Restu Fauzi^{1*}, M. Yusuf²

^{1,2}Sains dan teknologi, Sistem Informasi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Jambi, Indonesia

Email: ^{1*}violarestufauzi1109@gmail.com, ²yusufyssc@uinjambi.ac.id

(* Email Corresponding Author: violarestufauzi1109@gmail.com)

Received: June 2, 2026 | Revision: June 3, 2026 | Accepted: June 5, 2026

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi mendorong UKM memanfaatkan media digital untuk meningkatkan efektivitas promosi. UKM Bakeu Coffee Kota Sungai Penuh masih mengandalkan media sosial sehingga penyampaian informasi produk dan profil usaha belum optimal. Penelitian ini bertujuan merancang website promosi berbasis web menggunakan metode Prototype. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Pengujian sistem menggunakan Black Box Testing dan User Acceptance Testing (UAT) memperoleh nilai kelayakan sebesar 90,2% dengan kategori sangat layak. Hasil penelitian menunjukkan website yang dikembangkan mampu meningkatkan penyampaian informasi dan mendukung promosi UKM Bakeu Coffee Kota Sungai Penuh.

Kata Kunci: Website Promosi, UKM, Prototype, UAT.

Abstract

The development of information technology encourages SMEs to utilize digital media to improve promotional effectiveness. Bakeu Coffee SME in Sungai Penuh City still relies on social media, resulting in less optimal delivery of product and business information. This study aims to design a web-based promotional website using the Prototype method. Data were collected through observation, interviews, and literature review. System testing using Black Box Testing and User Acceptance Testing (UAT) achieved a feasibility score of 90.2%, categorized as very feasible. The results indicate that the developed website improves information delivery and supports the promotion of Bakeu Coffee SME in Sungai Penuh City.

Keywords: Promotional Website, SME, Prototype, UAT.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital saat ini berkembang sangat pesat dan memberikan pengaruh besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan bisnis. Pemanfaatan teknologi informasi mampu membantu proses penyebaran informasi, komunikasi, dan promosi menjadi lebih efektif, cepat, dan menjangkau masyarakat yang lebih luas. Berbagai aktivitas usaha yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini mulai beralih ke sistem digital guna meningkatkan daya saing dan efektivitas pemasaran [1].

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong perkembangan ekonomi daerah. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi informasi menjadi salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk mendukung pengembangan keberlanjutan usaha di era digital saat ini [2].

Bakeu Coffee merupakan salah satu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang berlokasi di Desa Sumur Anyir, Kecamatan Sungai Bungkal, Kota Sungai Penuh. UKM ini telah berdiri sejak tahun 2014 dan bergerak dalam bidang penjualan kopi serta berbagai produk oleh-oleh khas daerah Sungai Penuh dan Kerinci. Selain memasarkan produknya kepada masyarakat, Bakeu Coffee juga turut mendukung perekonomian lokal dengan memanfaatkan bahan baku yang diperoleh langsung dari petani setempat [3].

Namun, kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bakeu Coffee saat ini masih terbatas pada penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram. Proses komunikasi dan pemesanan produk juga masih dilakukan melalui WhatsApp. Sistem promosi tersebut dinilai belum mampu menyajikan informasi usaha secara lengkap dan terstruktur sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas serta belum dapat memperkenalkan profil usaha secara optimal kepada calon konsumen yang lebih luas [4].

Keterbatasan media promosi yang digunakan menyebabkan banyak masyarakat belum mengenal Bakeu Coffee secara menyeluruh, baik dari sisi profil usaha, produk yang ditawarkan, maupun berbagai kegiatan yang telah diikuti oleh UKM tersebut. Kondisi ini dapat memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen, terutama bagi calon pelanggan yang berada di luar wilayah Kota Sungai Penuh dan Kabupaten Kerinci. Oleh karena itu, diperlukan media informasi yang mampu menyajikan informasi usaha secara lengkap, mudah diakses, dan tersedia kapan saja [5].

Website promosi berbasis web dapat menjadi solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut. Melalui website, informasi mengenai profil usaha, katalog produk, dokumentasi kegiatan, serta informasi lainnya dapat disajikan secara terintegrasi dan dapat diakses oleh masyarakat melalui internet. Selain memperluas jangkauan promosi, website juga dapat meningkatkan citra usaha serta kepercayaan konsumen terhadap UKM Bakeu Coffee [6].

Pada penelitian ini, sistem dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan metode pengembangan Prototype. Metode Prototype dipilih karena mampu membantu pengembang dan pengguna dalam memahami kebutuhan sistem melalui proses perancangan dan evaluasi secara bertahap. Pemodelan sistem dilakukan menggunakan Unified Modeling Language (UML) yang terdiri dari Use Case Diagram, Activity Diagram, dan Class Diagram untuk menggambarkan kebutuhan serta proses sistem secara lebih jelas [7].

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun Website Promosi Produk UKM Bakeu Coffee Kota Sungai Penuh menggunakan metode Prototype. Sistem yang dihasilkan diharapkan mampu meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendukung perkembangan UKM Bakeu Coffee sebagai salah satu usaha unggulan di Kota Sungai Penuh dan sekitarnya.

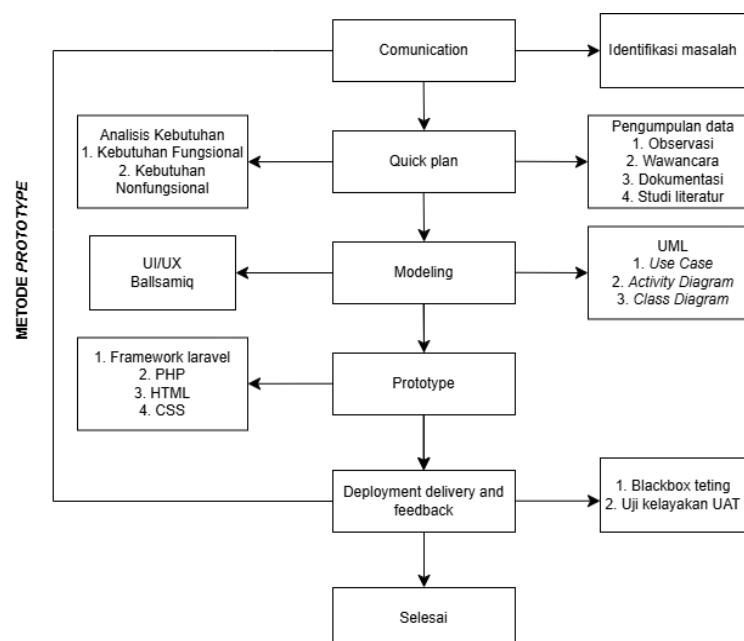
2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis untuk mengidentifikasi kebutuhan promosi dan digitalisasi pada UKM Bakeu Coffe. Hasil analisis digunakan sebagai dasar perancangan sistem informasi promosi berbasis website yang sesuai dengan kebutuhan pengguna serta mendukung perluasan jangkauan pemasaran [8].

2.2 Tahapan Penelitian

Tahap penelitian ini disusun secara sistematis agar mempermudah proses perancangan dan pengembangan sistem, setiap tahapan saling berhubungan dan dilaksanakan secara berurutan. Adapun alur tahapan penelitian tersebut dijelaskan yang dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Alur tahapan penelitian

a. **Communication**

Tahap komunikasi dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pemilik UKM untuk mengidentifikasi permasalahan promosi serta kebutuhan sistem yang akan dikembangkan.

b. **Quick Plan**

Tahap perencanaan dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi guna menentukan kebutuhan fungsional dan non-fungsional sistem.

c. **Modeling**

Tahap pemodelan dilakukan menggunakan UML yang terdiri dari use case diagram, activity diagram, dan class diagram untuk menggambarkan proses dan struktur sistem.

d. Prototype

Tahap ini menghasilkan prototype sistem informasi promosi berbasis website yang dikembangkan menggunakan PHP, HTML, CSS, dan MySQL sesuai kebutuhan pengguna.

e. Deployment Delivery and Feedback

Tahap pengujian dilakukan menggunakan Black Box Testing serta pengumpulan umpan balik pengguna untuk mengevaluasi dan menyempurnakan sistem.

f. Selesai

Tahap akhir meliputi penyelesaian sistem, implementasi hasil perbaikan, dan penyusunan laporan penelitian sebagai dokumentasi pengembangan sistem.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung di UKM Bakeu Coffe untuk mengamati proses promosi yang berjalan. Wawancara dilakukan dengan pemilik UKM untuk memperoleh informasi kebutuhan sistem, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai referensi dalam perancangan sistem.

2.4 Metode Perancangan Sistem

Perancangan sistem menggunakan Unified Modeling Language (UML) yang terdiri dari use case diagram, activity diagram, dan class diagram untuk menggambarkan kebutuhan, alur proses, serta struktur data pada Sistem Informasi Promosi UKM Bakeu Coffe [9].

2.5 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah Prototype. Metode ini melibatkan pengguna dalam setiap tahapan pengembangan, mulai dari komunikasi kebutuhan, perancangan, pembuatan prototype, hingga evaluasi dan perbaikan sistem agar sesuai dengan kebutuhan pengguna [10].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Bakeu Coffee

Bakeu Coffee merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso No. 55, Kecamatan Sungai Bungkal, Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Usaha yang berdiri sejak tahun 2014 ini bergerak di bidang pengolahan dan penjualan kopi lokal Kerinci serta berbagai produk oleh-oleh khas daerah. Dalam menjalankan usahanya, Bakeu Coffee bekerja sama dengan petani lokal dan berkomitmen mendukung pengembangan UMKM serta perekonomian masyarakat sekitar.

3.2 Perencanaan Kebutuhan

a. Sistem yang Berjalan

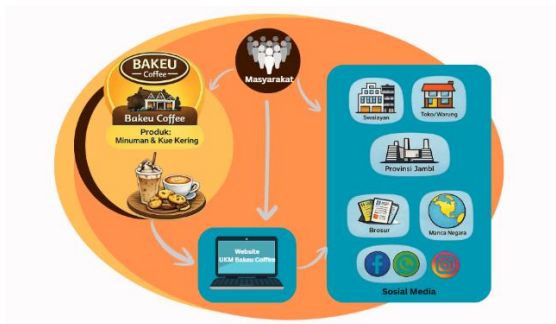
Promosi dan penjualan pada UKM Bakeu Coffee masih dilakukan melalui media sosial, pameran UMKM, serta penitipan produk di warung dan swalayan. Sistem yang digunakan belum terintegrasi sehingga penyebaran informasi produk masih terbatas dan kurang efektif dalam menjangkau konsumen secara luas.



Gambar 2. Flowchart Sistem yang berjalan

b. Sistem yang Diusulkan

Penelitian ini mengusulkan sistem informasi promosi dan penjualan berbasis website yang memungkinkan pengelolaan informasi produk secara terpusat. Sistem ini diharapkan dapat memperluas jangkauan promosi, mempermudah akses informasi bagi konsumen, serta meningkatkan efektivitas pemasaran UKM Bakeu Coffee.

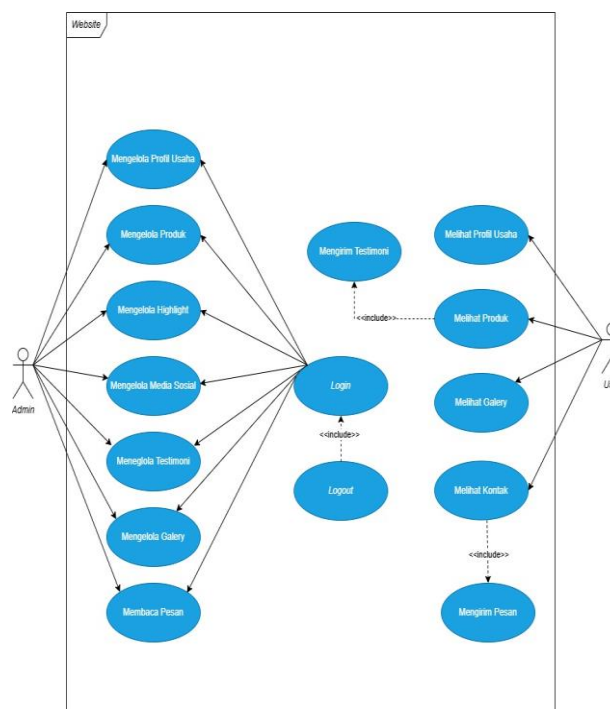


Gambar 3. Flowchart Sistem yang diusulkan

3.3 Pemodelan Sistem

a. Use Case Diagram

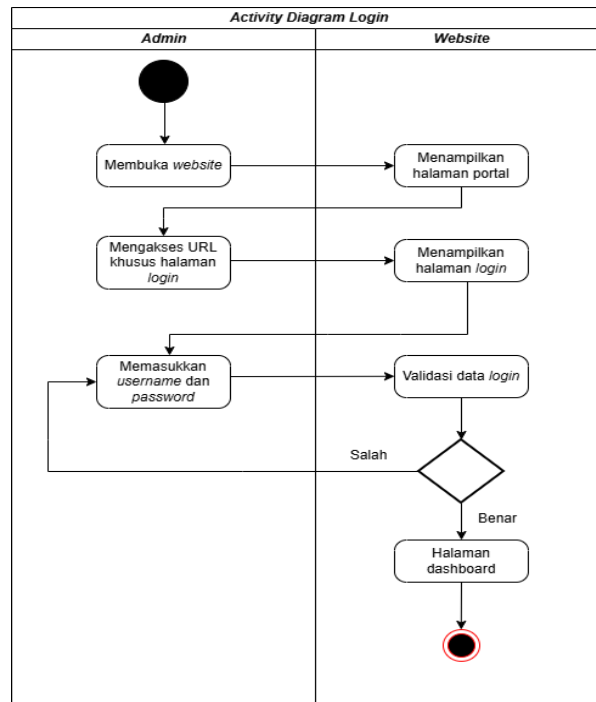
Use Case Diagram digunakan untuk menggambarkan interaksi antara aktor dan sistem serta menunjukkan fungsi-fungsi yang dapat diakses pengguna. Pada sistem ini, aktor terdiri dari admin dan pengunjung website [11].



Gambar 4. Use Case Diagram

b. Activity Diagram

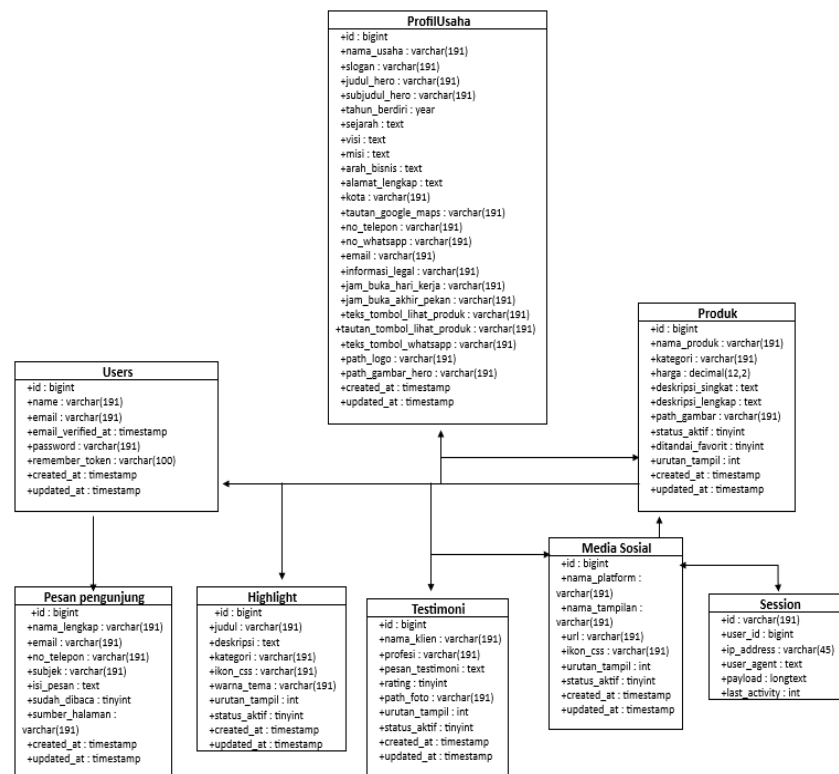
Activity Diagram digunakan untuk menggambarkan alur aktivitas dan proses yang berlangsung dalam sistem secara berurutan, mulai dari awal hingga akhir proses [12].



Gambar 5. Activity Diagram

c. Class Diagram

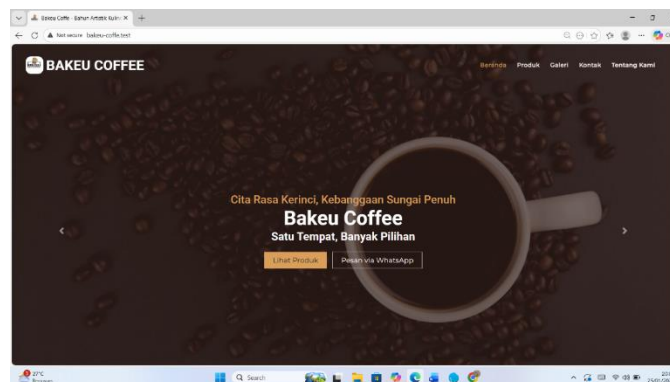
Class Diagram digunakan untuk merepresentasikan struktur sistem melalui kelas, atribut, dan hubungan antar kelas yang mendukung pengelolaan data dan fungsionalitas sistem [13].



Gambar 6. Class Diagram

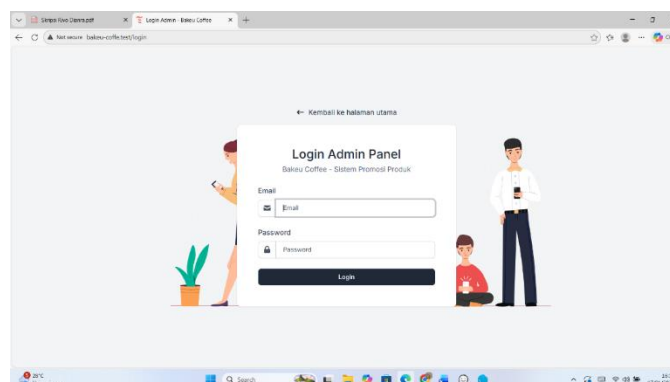
3.4 Implementasi

a. Halaman Awal



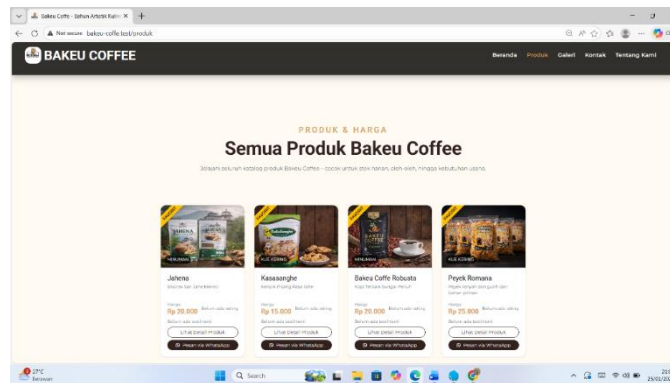
Gambar 7. Tampilan Halaman Awal

b. Halaman Login



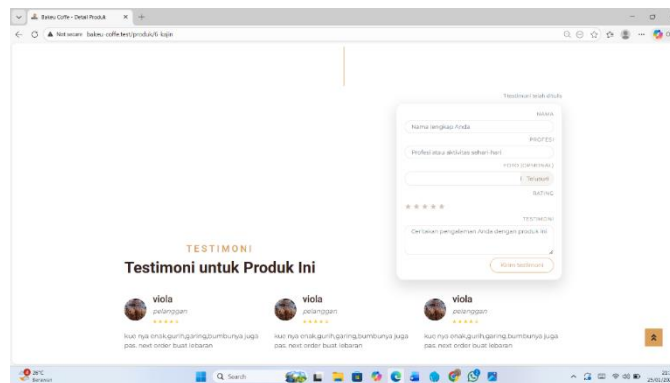
Gambar 8. Tampilan Halaman Login

c. Halaman Menu Produk



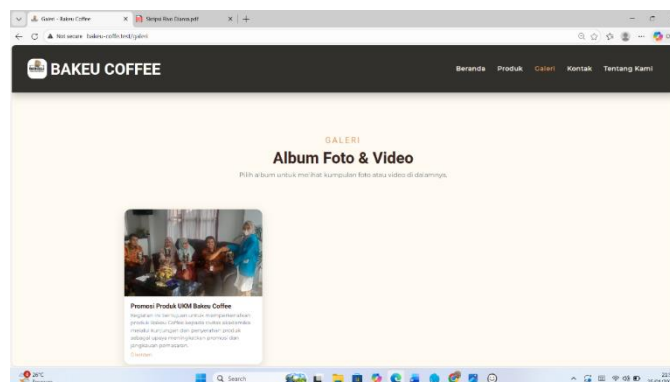
Gambar 9. Tampilan Halaman Menu Produk

d. Halaman Testimoni



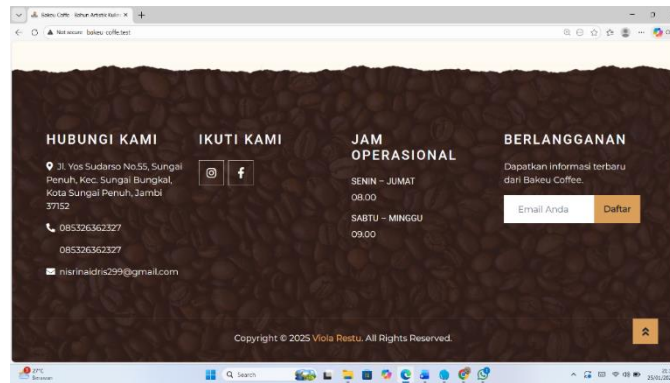
Gambar 10. Tampilan Halaman Testimoni

e. Halaman Galery



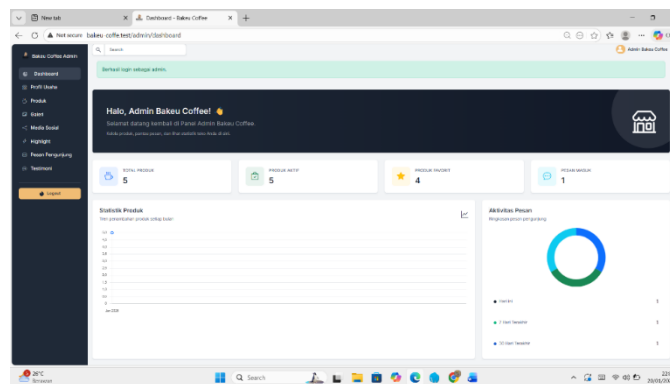
Gambar 11. Tampilan Halaman Galery

f. Halaman Kontak



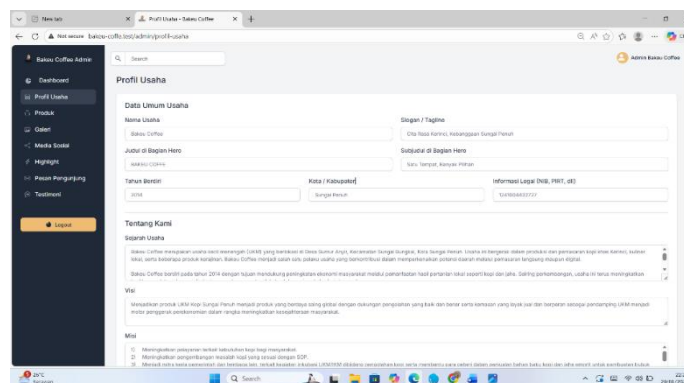
Gambar 12. Tampilan Halaman Kontak

g. Halaman Dashboard



Gambar 13. Tampilan Halaman Dashboard

h. Halaman Profil Usaha



Gambar 14. Tampilan Halaman Profil Usaha

3.5 Pengujian Sistem

a. *Blackbox Testing*

Pengujian sistem dilakukan menggunakan metode Black Box Testing untuk memastikan seluruh fitur pada Website Promosi Produk UKM Bakeu Coffee Kota Sungai Penuh berfungsi sesuai kebutuhan. Hasil pengujian menunjukkan seluruh fitur admin dan pengguna berjalan dengan baik sesuai hasil yang diharapkan sehingga sistem dinyatakan layak digunakan [14].

b. Uji Kelayakan

Setelah sistem dinyatakan berjalan dengan baik melalui pengujian Black Box, tahap selanjutnya dilakukan pengujian kelayakan menggunakan metode *User Acceptance Test (UAT)*. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat penerimaan pengguna terhadap Website Promosi Produk UKM Bakeu Coffee Kota Sungai Penuh. Proses pengujian dilakukan kepada 10 responden yang terdiri dari 9 calon konsumen dan 1 pengelola UKM Bakeu Coffee.

Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert dengan lima kategori penilaian, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Berikut kategori persentase kelayakan yang digunakan sebagai acuan penilaian.

Tabel 1. Kategori Kelayakan

No	Kategori	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	81%–100%
2	Setuju (S)	61%–80%
3	Cukup Setuju (CS)	41%–60%
4	Tidak Setuju (TS)	21%–40%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	≤20%

Indeks kelayakan diperoleh menggunakan rumus berikut:

$$\text{Persentase Kelayakan} = \frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100$$

Keterangan:

Jumlah Skor = Total skor jawaban responden.

Skor Maksimal = Jumlah responden × Jumlah pertanyaan × Skor tertinggi Likert.

Berikut hasil pengujian kelayakan sistem berdasarkan jawaban responden.

Tabel 2. Hasil Rekapitulasi Penilaian Pengguna

Kategori	Jumlah Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	52	260
Setuju (S)	47	188
Netral (N)	1	3
Tidak Setuju (TS)	0	0
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0
Total	100	451

Perhitungan persentase kelayakan diperoleh sebagai berikut:

$$\frac{451}{100} \times 100\% = 90,2\%$$

Berdasarkan hasil pengujian kelayakan, diperoleh persentase sebesar 90,2% sehingga sistem dikategorikan Sangat Layak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Website Promosi Produk UKM Bakeu Coffee Kota Sungai Penuh telah memenuhi kebutuhan pengguna, mudah digunakan, memiliki fungsi yang berjalan dengan baik, serta mampu menjadi media promosi dan penyampaian informasi produk secara efektif kepada masyarakat.

4. KESIMPULAN

Website promosi produk UKM Bakeu Coffee Kota Sungai Penuh berhasil dibangun menggunakan PHP dan MySQL dengan metode Prototype dan perancangan UML. Website ini menyediakan informasi produk, galeri, dan testimoni yang dapat diakses oleh masyarakat. Hasil evaluasi menunjukkan sistem berjalan sesuai kebutuhan dan mampu mendukung promosi secara efektif. Website ini membantu meningkatkan penyebaran informasi, memperluas jangkauan promosi, dan meningkatkan kepercayaan calon konsumen terhadap UKM Bakeu Coffee.

REFERENCES

- [1] Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2023). Pemanfaatan Website Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 381. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.12150>
- [2] Siswidiyanto, S., Munif, A., Wijayanti, D., & Haryadi, E. (2020). Sistem Informasi Penyewaan Rumah Kontrakan Berbasis Web Dengan Menggunakan Metode Prototype. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 15(1), 18–25. <https://doi.org/10.35969/interkom.v15i1.64>
- [3] Nurachmad, E., & Cahyadi, S. (2021). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Promosi Berbasis Web Bagi UKM di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(2), 171–180. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.770>
- [4] Sidiq, M., & Rohayati, T. (2023). Perancangan Aplikasi Penjualan Berbasis Web Dengan Metode Prototyping Pada Umkm Sinar Terang Desa Pusakasari Kecamatan Cipaku. *INFOTECH Journal*, 9(1), 76–83. <https://doi.org/10.31949/infotech.v9i1.4863>
- [5] Ternando, D., & Mulyono, H. (2022). Sistem Informasi Promosi Berbasis Web Pada UMKM Jajanan Aulia. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 7(3), 487–500. <https://doi.org/10.33998/jurnalmsi.2022.7.3.185>
- [6] Hasanah, M., Jumriani, J., Juliana, N., & Kirani, K. P. (2021). Digital Marketing a Marketing Strategy for UMKM Products in The Digital Era. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(1), 36. <https://doi.org/10.20527/kss.v3i1.4146>
- [7] Pricillia, T., & Zulfachmi. (2021). Perbandingan Metode Pengembangan Perangkat Lunak (Waterfall, Prototype, RAD). *Jurnal Bangkit Indonesia*, 10(1), 6–12. <https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v10i1.153>
- [8] Ichwani, A., Anwar, N., Karsono, K., & Alrifqi, M. (2021). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Website dengan Pendekatan Metode Prototype. *Prosiding SISFOTEK*, 5(1), 1–6.
- [9] Haryuda, D., Asfi, M., & Fahrudin, R. (2021). Perancangan UI/UX Menggunakan Metode Design Thinking Berbasis Web Pada Laportea Company. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, 8(1), 111–117. <https://doi.org/10.33197/jitter.vol8.iss1.2021.730>
- [10] Guntur Adi Saputro. (2021). Perancangan Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pada FM Karaoke Salatiga. *Informatika: Jurnal Teknik Informatika Dan Multimedia*, 1(2), 12–21. <https://doi.org/10.51903/jtim.v1i2.86>
- [11] Eni Candra Nurhayati, & Rahma Izzati. (2023). Penerapan Strategi UMKM Melalui Digitalisasi Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Wonosobo. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 702–711. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.2264>
- [12] Firmansyah, M. D., & Herman, H. (2023). Perancangan Web E-Commerce Berbasis Website pada Toko Ida Shoes. *Journal of Information System and Technology*, 4(1), 361–372. <https://doi.org/10.37253/joint.v4i1.6330>
- [13] Mulyono, H. (2021). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Promosi Berbasis Web Pada IKM Kota Jambi. 6(1), 105–117.
- [14] Putri, S. J., Putri, D. G. P., & Putra, W. H. N. (2024). Analisis Komparasi pada Teknik Black Box Testing (Studi Kasus: Website Lars). *Journal of Internet and Software Engineering*, 5(1), 23–28. <https://doi.org/10.22146/jise.v5i1.9446>
- [15] Al-Faruq, M. N. M., Nur'aini, S., & Aufan, M. H. (2022). Perancangan UI/UX Semarang Virtual Tourism Dengan

Figma. Walisongo Journal of Information Technology, 4(1), 43–52. <https://doi.org/10.21580/wjit.2022.4.1.12079>

- [16] Purnama Sari, D., & Wijanarko, R. (2020). Implementasi Framework Laravel pada Sistem Informasi Penyewaan Kamera (Studi Kasus di Rumah Kamera Semarang). *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(1), 32. <https://doi.org/10.36499/jinrpl.v2i1.3190>
- [17] Ponco Nugroho, E. S., & Astuti, F. D. (2025). Implementasi PHP Menggunakan Framework CodeIgniter pada Web Pemasaran Kolektif Collaboraction Space. *Jurnal Sosial Teknologi*, 5(3), 584–594. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v5i3.32014>
- [18] Sarwindah, Marini, & Anisah. (2024). Utilization Of A Web-Based Digital Marketing System In Increasing Sales Of MSME Pastries. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4525–4532.
- [19] Fernanda, E. A., & Hariyanto, D. (2024). Optimizing Digital Marketing to Support MSME Promotion and Marketing Activities. *Procedia of Social Sciences and Humanities International Conference On Emerging New Media and Social Science*, 160–171.
- [20] Praniffa, A. C., Syahri, A., Sandes, F., Fariha, U., & Giansyah, Q. A. (2023). Pengujian Black Box Dan White Box Sistem Informasi Parkir Berbasis Web. *Jurnal Testing Dan Implementasi Sistem Informasi*, 1(1), 1–16.