Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/

Pengembangan Sistem Informasi Promosi Produk UMKM Konveksi Berbasis Website

Web-Based Promotional Information System for MSMEs Garment Businesses

Evi Wulandari, Baiq Desi Dwi Arianti*, Jamaluddin

Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Prodi Pendidikan Informatika, Universitas Hamzanwadi, Lombok Timur, Indonesia
Jl. TGKH M. Zainuddin Abdul Majid No. 132, Pancor, Selong, Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat, Indonesia
Email: [1]evi.wulandari2912@gmail.com, [2*]ariantibaiq@hamzanwadi.ac.id
Email Penulis Korespondensi: ariantibaiq@hamzanwadi.ac.id
Received: **11/10/2026**, Revised: **30/10/2026**, Accepted: **31/10/2026**, Published**: 31/10/2026**

Abstrak−Perkembangan teknologi informasi memberikan peluang bagi usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan promosi melalui media digital. Penjahit UMKM di Desa Selagik masih memerlukan media promosi yang bisa menampilkan informasi usaha secara struktur seperti, profil penjahit, keahlian layanan, dan produk hasil jahitan para penjahit yang mereka tawarkan. Penelitian ini bertujuan menciptakan sistem informasi promosi untuk usaha UMKM konveksi yang ada di Desa Selagik, dengan menggunakan website sehingga membantu para penjahit dalam memperkenalkan bisnis mereka dan memudahkan komunikasi antara penjahit dan pengunjung. Penelitian ini menggunakan Metode Research and Development (R&D) dengan model pengembangan Waterfall yang meliputi tahapan Communication, Planning, Modeling, Construction, dan Deployment. Pengujian sistem dilakukan dengan menguji Fungsional Suitability, Black Box Testing, Performance Efficiancy, serta uji Interaction Capability. Hasil uji Functional Suitability sebesar 92,36%, 27 skenario uji Black Box berhasil dijalankan, dan uji Interaction Capability mendapatkan hasil 85,56% berdasarkan penilaian 50 orang responden. Sementara, hasil pengujian Page Speed Insights menghasilkan rata-rata skor 73,67 pada perangkat mobile dan 97,33 pada desktop. Hasil penelitian menunjukkan sistem informasi promosi yang telah dikembangkan berhasil memberikan fungsi utama untuk membantu promosi usaha konveksi UMKM di Desa Selagik serta memudahkan penyampaian informasi usaha dan berkomunikasi dengan konsumen.

Kata Kunci: Sistem Informasi; Promosi UMKM; Website; Waterfall; Penjahit

Abstract−Advancements in information technology offer opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to expand their promotional reach through digital media. Tailors operating as MSMEs in Selagik Village require promotional media capable of presenting structured business information such as tailor profiles, service expertise, and the sewn products they offer. This study aims to develop a promotional information system for garment-making MSMEs in Selagik Village using a website, thereby helping tailors showcase their businesses and facilitating communication between tailors and visitors. The study employs the Research and Development (R&D) method utilizing the Waterfall development model. System testing covered Functional Suitability, Black Box Testing, Performance Efficiency, and Interaction Capability. The Functional Suitability test yielded a result of 92.36%; 27 Black Box test scenarios were successfully executed; and the Interaction Capability test yielded a result of 85.56% based on evaluations by 50 respondents. Meanwhile, the Page Speed Insights test yielded an average score of 73.67 on mobile devices and 97.33 on desktops. The results indicate that the developed promotional information system successfully fulfills its primary function of supporting the promotion of garment-making MSMEs in Selagik Village, while also facilitating the dissemination of business information and communication with consumers.

Keywords: Information System; MSME Promotion; Website; Garment Production.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) [1]. Penggunaan teknologi digital, terutama internet, telah menjadi salah satu alat krusial dalam proses promosi dan pemasaran barang. Melalui platform digital, pelaku usaha dapat memperluas pemasaran, meningkatkan daya saing, dan mempermudah dalam memberikan informasi kepada konsumen [2]. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu bagian penting dalam mendukung perekonomian Indonesia karena tersebar di berbagai wilayah dan memiliki kemampuan untuk menyediakan lapangan pekerjaan, yang membuat mereka memiliki peran penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat [3]. Namun, di lapangan banyak pelaku usaha UMKM mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka, terutama terkait dengan pemanfaatan teknologi digital.

Badan Pusat Statistik mengungkapkan bahwa mayoritas UMKM di Indonesia masih terhambat dalam menggunakan teknologi informasi sebagai media promosi dan pemasaran [4]. Selain itu, laporan We Are Social menunjukkan tingkat penggunaan internet di Indonesia mencapai 212 juta pada awal 2025 atau sekitar 74,6% dari populasi yang berarti tingginya penggunaan internet dan media sosial yang menunjukkan bahwa platform digital memiliki potensi besar sebagai sarana promosi. Salah satu UMKM yang memiliki kemungkinan besar untuk dikembangkan adalah sektor konveksi. Kegiatan konveksi merujuk pada proses pembuatan pakaian yang mendapatkan perhatian tinggi dari masyarakat karena permintaan akan pakaian terus bertambah [5]. Sektor

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 188
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/

konveksi dan penjahitan merupakan salah satu bidang UMKM yang memiliki peluang untuk memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan promosinya [6].

Desa Selagik, Kecamatan Terara, Kabupaten Lombok Timur, merupakan wilayah yang memiliki cukup banyak aktivitas usaha penjahitan dan konveksi serta telah ditetapkan sebagai sentra konveksi NTB pada tahun 2024 [7]. Masyarakat di wilayah tersebut menjalankan usaha penjahitan rumahan dan konveksi dengan menghasilkan berbagai kebutuhan pakaian. Tidak hanya menghasilkan produk, para penjahit di Desa Selagik juga mempunyai beragam kemampuan, seperti menjahit, bordir, obras, permak pakaian, hingga pembuatan seragam yang dapat menjadi bagian dari informasi usaha yang ditawarkan kepada masyarakat.

Keberadaan usaha konveksi di Desa Selagik memberikan dampak positif bagi ekonomi masyarakat setempat. Produk yang dihasilkan memiliki banyak keunggulan, seperti harga yang cukup terjangkau, kualitas jahitan yang baik, dan didukung oleh tenaga kerja yang terlatih dan berpengalaman. Namun, potensi tersebut belum didukung dengan sistem promosi yang maksimal. Berdasarkan observasi dan wawancara awal, promosi masih dilakukan melalui rekomendasi pelanggan, pemasangan spanduk, serta mengandalkan pelanggan yang telah mengenal usaha sebelumnya. Sebagian penjahit telah menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, tetapi pemanfaatannya belum dilakukan secara terstruktur sehingga informasi mengenai profil usaha, kemampuan penjahit, hasil pekerjaan, serta produk atau layanan belum tersedia dalam satu media. Keadaan tersebut membuat informasi mengenai usaha penjahit belum mudah dijangkau oleh masyarakat yang berada di luar lingkungan pelanggan yang sudah ada.

Pengembangan sistem informasi promosi berbasis website dapat menjadi salah satu upaya untuk mendukung penyelesaian permasalahan tersebut. Melalui website, berbagai informasi mengenai penjahit dapat dihimpun dan disajikan dalam satu media, mulai dari profil usaha, keahlian, hingga produk atau layanan yang ditawarkan [8], [9]. Dengan adanya sistem informasi seperti website, pelaku usaha dapat menampilkan produk, memberikan informasi terkait penjahit, produk, hingga menyediakan layanan penjualan secara daring. Website membantu UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pasar tanpa terbatas oleh wilayah geografis, yang mana ini sangat penting dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat [2].

Penggunaan website menjadi salah satu pilihan bagi UMKM untuk memperluas informasi produk dan mencapai calon pembeli. Penelitian mengenai pemanfaatan website untuk mendukung pemasaran UMKM telah dilakukan dengan berbagai pendekatan. Penelitian Angel et al. mengembangkan e-commerce menggunakan Laravel, dengan menerapkan metode Waterfall dan melakukan pengujian Black Box untuk membantu promosi produk usaha mikro, kecil, dan menengah [10]. Selain itu, Krestianti et al. mengembangkan landing page sebagai alat pemasaran digital yang berfungsi sebagai platform pemasaran digital bagi usaha mikro, kecil, dan sederhana (UMKM) [11]. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa website dapat dimanfaatkan sebagai media pendukung pemasaran UMKM, baik melalui platform e-commerce maupun landing page.

Pengembangan sistem informasi berbasis website telah banyak dilakukan untuk mendukung promosi dan pemasaran UMKM. Nurachmad dan Cahyadi mengembangkan sistem informasi promosi berbasis web bagi UKM di Kota Bogor untuk membantu penyampaian informasi produk dan harga kepada konsumen [12]. Ulandari dan Andri mengembangkan sistem promosi berbasis web untuk UMKM Pempek Mona yang menyediakan katalog produk, informasi promosi, dan komunikasi melalui WhatsApp [8]. Selanjutnya, penelitian Huda et al. merancang sistem informasi berbasis website untuk mempromosikan produk unggulan UMKM dengan dukungan pengelolaan produk dan pemesanan daring [9]. Sementara itu, Wicaksono mengembangkan website sebagai media promosi sekaligus layanan pemesanan bagi UMKM Omah Batik [13]. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa website dapat dimanfaatkan untuk memperluas penyampaian informasi dan mendukung aktivitas pemasaran UMKM. Namun, setiap penelitian memiliki objek dan fokus pengembangan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan usaha yang diteliti.

Pada usaha konveksi, kebutuhan promosi tidak hanya berkaitan dengan informasi produk, tetapi juga mencakup pengenalan profil usaha, keahlian penjahit, dan hasil pekerjaan yang dapat menjadi pertimbangan bagi calon pelanggan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada pengembangan sistem informasi promosi berbasis website yang menempatkan penjahit sebagai pelaku utama, bukan hanya menampilkan produk yang ditawarkan. Sistem yang dikembangkan mengintegrasikan informasi profil usaha, keahlian penjahit, serta produk dan layanan dalam satu platform digital. Selain itu, sistem menyediakan fasilitas komunikasi dan pengajuan pemesanan melalui WhatsApp untuk memudahkan calon pelanggan menghubungi penjahit secara langsung. Dengan pendekatan tersebut, sistem diharapkan dapat membantu penjahit UMKM konveksi memperkenalkan identitas usaha, kemampuan, dan layanan yang tersedia secara lebih terstruktur, sekaligus memudahkan masyarakat memperoleh informasi sebelum melakukan pemesanan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem informasi promosi UMKM Konveksi berbasis website di Desa Selagik sebagai upaya dalam pemberdayaan UMKM berbasis teknologi dengan fokus utama pada profil penjahit sebagai pelaku utama UMKM konveksi kepada masyarakat. Sistem informasi promosi berbasis website ini diharapkan mampu memberikan kemudahan bagi calon pelanggan dalam mencari jasa konveksi di Desa Selagik serta membantu penjahit meningkatkan peluang usaha mereka.

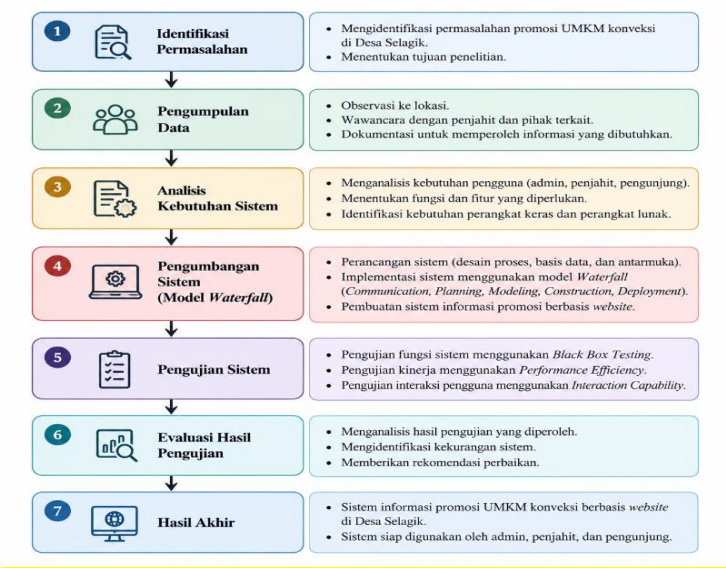
Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 189
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

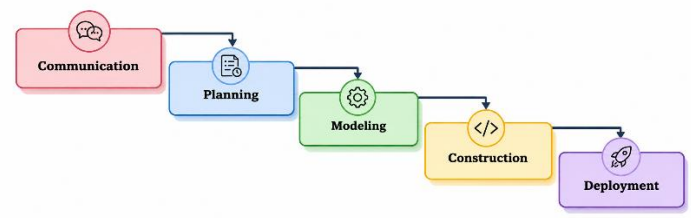
Penelitian ini dilakukan dengan melalui beberapa tahapan yang disusun secara sistematis untuk menghasilkan sistem informasi promosi UMKM konveksi berbasis website di Desa Selagik. Tahap pertama dalam penelitian ini adalah mengetahui permasalahan dalam ketersediaan media promosi digital yang terstruktur di Desa Selagik. Informasi profil penjahit dan produk belum terdokumentasi serta sulit diakses pelanggan, ketersediaan sistem yang menghubungkan komunikasi antara penjahit dan pelanggan secara online, serta promosi penjahit yang masih terbatas sehingga jangkauan pasar belum optimal. Berdasarkan permasalahan tersebut tahap selanjutnya yaitu mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam pengembangan sistem. Data yang diperoleh kemudian digunakan untuk tahap analisis kebutuhan untuk menentukan kebutuhan pengguna dan fungsi sistem yang diperlukan. Langkah selanjutnya adalah membuat rancangan sistem yang mencakup desain proses, basis data, dan antarmuka sistem. Hasil perancangan kemudian digunakan dalam tahap pengembangan sistem untuk menerapkan rancangan tersebut menjadi sistem informasi promosi berbasis website menggunakan model pengembangan Waterfall. Sistem yang telah dikembangkan kemudian memasuki tahap pengujian untuk mengecek apakah fungsi, kinerja, dan kemampuan berinteraksi sistem sesuai dengan harapan. Hasil pengujian digunakan dalam tahap evaluasi untuk memastikan sistem sesuai dengan kebutuhan yang sudah ditentukan dan mengetahui bagian-bagian yang masih perlu diperbaiki. Hasil akhir dari semua proses penelitian adalah sistem informasi promosi usaha mikro kecil menengah konveksi yang menggunakan website di Desa Selagik. Secara keseluruhan, tahapan penelitian yang dilakukan dalam pengembangan sistem informasi promosi UMKM konveksi berbasis website di Desa Selagik disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

2.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode penelitian ini menggunakan Research and Development (R&D) untuk menghasilkan produk serta menguji keefektifan produk yang dikembangkan dengan menggunakan model Waterfall untuk mengembangkan Sistem Informasi Promosi UMKM Konveksi berbasis Website di Desa Selagik [14]. Model Waterfall adalah metode untuk mengembangkan perangkat lunak yang dilakukan secara sistematis dan berurutan. Tahap pengembangannya meliputi Communication, Planning, Modeling, Contruction, dan Depeloyment [15]. Model ini digunakan karena proses yang terorganisir dan kemudahan dalam menerapkannya pada pembuatan sistem berbasis web mulai dari analisis kebutuhan hingga penerapannya kepada pengguna [16].



Gambar 2. Tahapan Model Waterfall

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 190
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/

Gambar 2 menunjukkan tahapan model penelitian yang dilakukan pengembang sistem informasi promosi UMKM konveksi di Desa Selagik. Tahapan tersebut terdiri atas Komunikasi (Communication), Perencanaan (Planning), Pemodelan (Modeling), Kontruksi (Contruction), Penerapan (Depeloyment).
Tahapan Model Waterfall :

1. Komunikasi (Communication)
   Mengumpulkan data dan mengidentifikasi kebutuhan pengguna (Admin, Penjahit, dan Pengunjung) melalui observasi dan wawancara untuk menentukan fitur-fitur utama sistem serta permasalahan sistem.
2. Perencanaan (Planning)
   Tahap ini menyusun jadwal, ruang lingkup, serta perencanaan sumber daya dan tahapan kerja secara menyeluruh sebelum proses pengembangan sistem website promosi dimulai. Pengembangan dijadwalkan secara terstruktur dari bulan Juli sampai dengan bulan Oktober 2026.
3. Pemodelan (Modeling)
   Merancang struktur database menggunakan ERD (Entity Relationship Diagram), merancang alur sistem menggunakan model UML (Unified Model Leanguage), dan merancang tampilan website (interface).
4. Kontruksi (Contruction)
   Tahap Implementasi dilakukan dengan menggunakan pemrograman dan database untuk membangun sistem. Database dibangun menggunakan SQL melalui aplikasi phpMyAdmin berdasarkan rancangan ERD. Kode program ditulis menggunakan Visual Studio Code dengan bahasa pemrograman PHP sebagai bahasa utama, HTML, dan CSS untuk struktur tampilan halaman web, serta menggunakan Boostrap 5 sebagai framework tampilan. Setelah sistem jadi, dilakukan pengujian menggunakan Black Box Testing, Uji Functional Suitability, Interaction Capability, dan Performance Efficiancy.
5. Penerapan (Depeloyment)
   Tahap akhir di mana sistem yang telah selesai dan diuji diterapkan agar dapat diakses oleh pengguna. Pada tahap ini, website diunggah ke lingkungan hosting secara daring, sehingga seluruh fitur promosi dan pemesanan pada UMKM Konveksi Desa Selagik siap digunakan secara langsung.

2.3 Teknik dan Instrumen Penelitian

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi dan pengumpulan data pengujian sistem. Observasi dilakukan dengan memperhatikan cara penjahit UMKM konveksi di Desa Selagik dalam melakukan promosi dan menyampaikan informasi produk. Sementara itu, pengumpulan data pengujian kualitas sistem dilakukan sesuai standar ISO/IEC 25010:2023. Lembar uji Black Box yang dilakukan untuk menguji kesesuaian output dan input sistem tanpa melihat struktur kode di dalamnya, sedangkan uji Functional Suitability menggunakan skala 4 (Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju) untuk memastikan sistem tersebut sudah menyediakan fungsi-fungsi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selanjutnya, Instrumen Pengujian Interaction Capability yang dilakukan untuk menilai tingkat kemudahan dan interaksi pengguna dengan sistem.

2.4 Teknik Analisis Data

Sistem diuji menggunakan Black Box Testing, uji Functional Suitability, Interaction Capability, dan Performance Efficiancy. Uji Functional Suitability dilakukan oleh 2 orang ahli IT berdasarkan skenario yang telah ditentukan berdasarkan standar ISO/IEC 25010:2023 untuk mengevaluasi kualitas sistem [17]. Pengujian Black Box melibatkan dua penguji untuk mengevaluasi kesesuaian fungsi sistem. Sementara itu, Interaction Capability menggunakan kuesioner skala Likert kepada responden untuk mengetahui kemudahan dan kemampuan pengguna dalam berinteraksi dengan sistem. Pengujian Performance Efficiancy dilakukan dengan menggunakan Page Speed Insight untuk mengevaluasi kinerja sistem pada perangkat Mobile dan Desktop.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

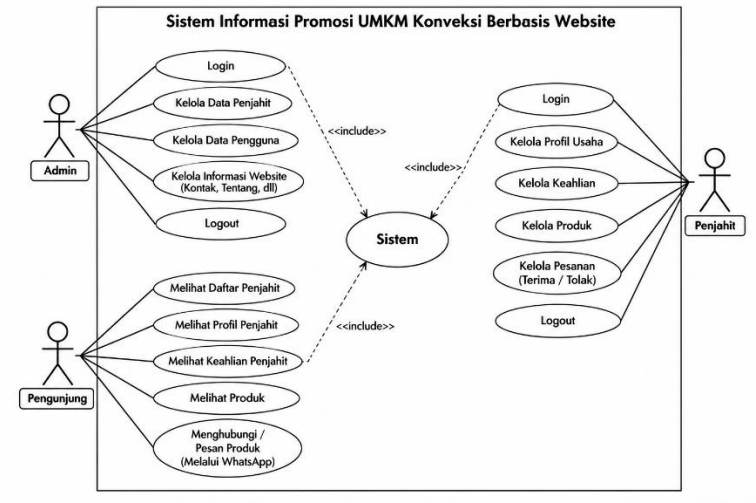
Hasil penelitian berupa sistem informasi promosi UMKM konveksi berbasis website dengan menggunakan Multi-User (Admin, Penjahit, dan Pengguna) yang dikembangkan untuk membatu memperkenalkan produk dan jasa konveksi di Desa Selagik kepada masyarakat secara lebih luas. Sistem yang dikembangkan memiliki beberapa fitur utama, yaitu halaman informasi UMKM, daftar penjahit, katalog produk, serta informasi kontak penjahit yang digunakan calon pelanggan untuk menghubungi pelaku UMKM.

3.1 Implementasi Antar Muka

Sistem informasi promosi UMKM konveksi berbasis website yang dikembangkan memiliki tiga aktor utama, yaitu admin, penjahit, dan pengunjung. Setiap aktor memiliki hak akses dan fungsi yang berbeda sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hubungan antara aktor dan fungsi-fungsi yang tersedia pada sistem ditunjukkan melalui Use Case Diagram pada Gambar 3.

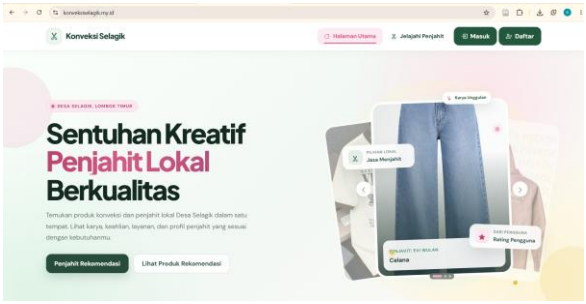
Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 191
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/



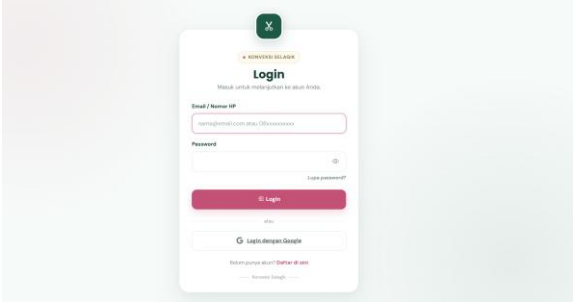
Gambar 3. Use Case Diagram Sistem Informasi Promosi UMKM Konveksi

Gambar 3 menunjukkan bahwa admin berperan dalam mengelola data sistem, penjahit dapat mengelola informasi profil usaha, keahlian, portofolio, dan produk, sedangkan pengunjung dapat melihat informasi penjahit serta produk dan layanan yang ditawarkan. Pengunjung juga dapat menghubungi penjahit atau mengajukan pemesanan melalui WhatsApp.



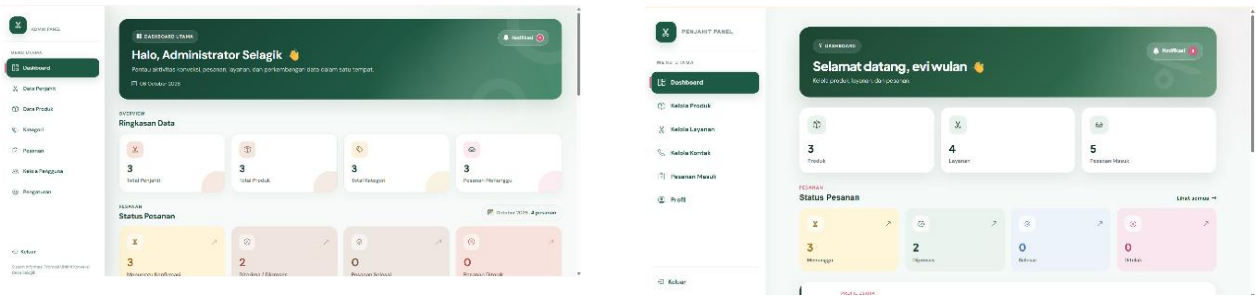
Gambar 4. Halaman Utama Website

Gambar 4 merupakan halaman utama website merupakan tampilan awal yang menampilkan informasi sistem, rekomendasi penjahit dan produk, serta layanan yang tersedia pada sistem.



Gambar 5. Halaman login

Gambar 5 merupakan halaman login digunakan untuk pengguna (Admin, penjahit, dan pengunjung) untuk masuk ke dalam website sistem informasi.

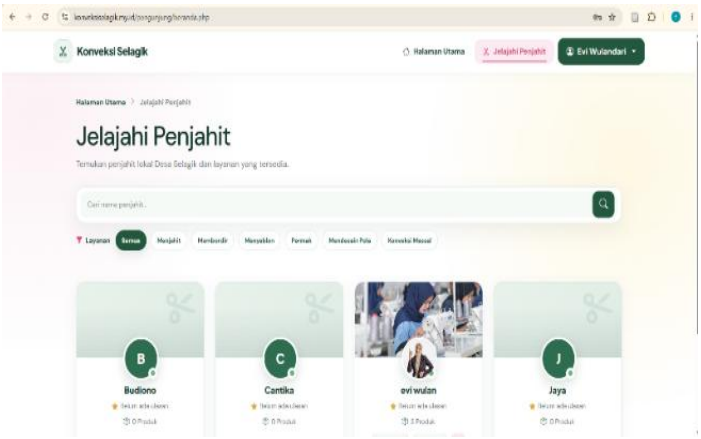


Gambar 6. Halaman Dashboard

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 192
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

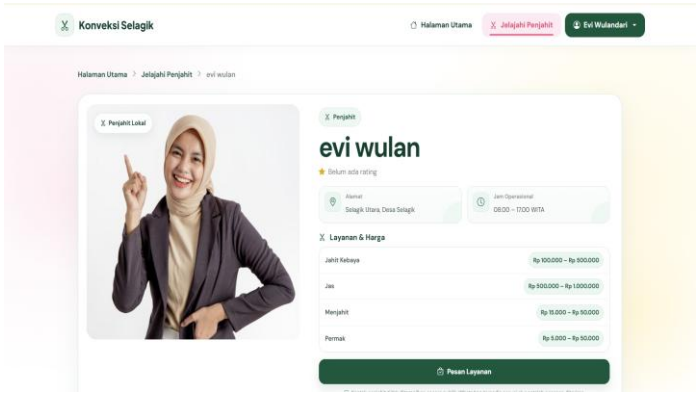
Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/

Gambar 6 merupakan halaman dashboard setelah Admin dan penjahit berhasil login kedalam sistem dan dapat dilanjutkan untuk proses selanjutnya.



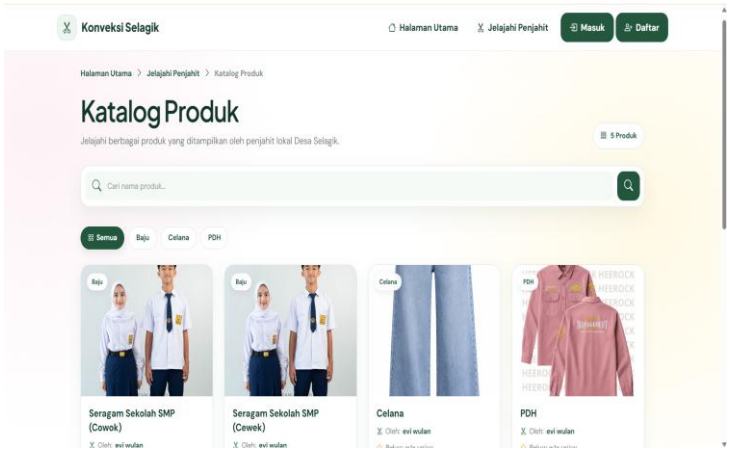
Gambar 7. Halaman beranda pengunjung

Gambar 7 merupakan halaman beranda pengunjung tempat untuk menjelajahi penjahit yang ada pada sistem.



Gambar 8. Halaman detail penjahit

Gambar 8 detail penjahit menampilkan informasi profil penjahit, keahlian, layanan, dan produk yang dimiliki penjahit.



Gambar 9. Halaman katalog produk

Gambar 9 halaman katalog produk menampilkan produk yang dihasilkan oleh penjahit yang sekaligus sebagai tempat mempromosikan hasil jahitannya.

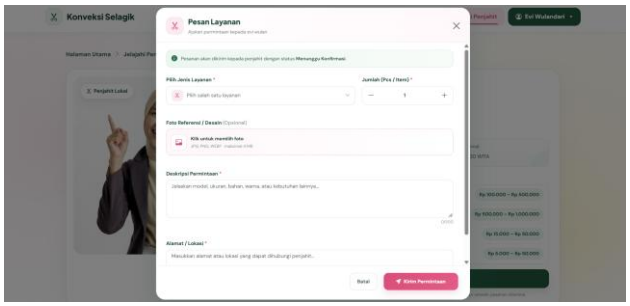


Gambar 10. Halaman hubungi penjahit

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 193
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

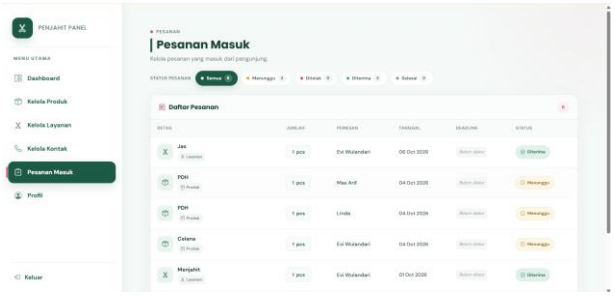
Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/

Gambar 10 merupakan fitur hubungi penjahit digunakan untuk memudahkan pengunjung berkomunikasi dengan penjahit melalui WhatsApp untuk melakukan komunikasi lebih lanjut setelah penjahit mengkonfirmasi pesanan.



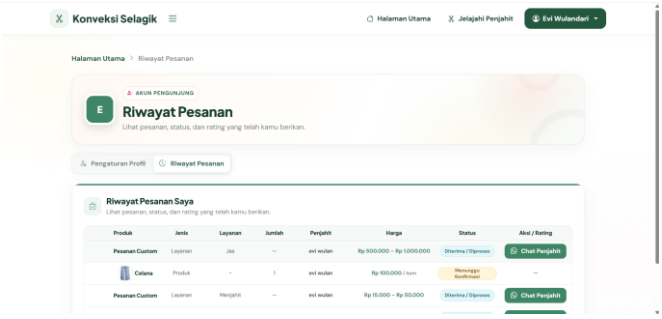
Gambar 11. Halaman pesan layanan

Gambar 11 merupakan halaman pesan layanan digunakan oleh pengunjung untuk melakukan mengajukan pesanan layanan yang ada di penjahit melalui sistem.



Gambar 12. Halaman pesanan masuk

Gambar 12 merupakan gambar data pesanan digunakan oleh penjahit untuk melihat dan mengelola pesanan yang masuk, penjahit juga dapat memberikan respons terhadap pesanan sesuai dengan kondisi pesanan.



Gambar 13. Halaman riwayat pesanan

Gambar 13 menampilkan halaman daftar pesanan yang telah dilakukan oleh pengunjung. Daftar pesanan dapat dilihat keseluruhan pada riwayat pesanan.

3.2 Hasil Pengujian Sistem

3.2.1 Hasil Pengujian Functional Suitability

Pengujian Functional Suitability dilakukan untuk mengetahui kesesuaian fungsi sistem dengan kebutuhan yang telah ditentukan. Hasil pengujian terdiri atas tiga sub karakteristik sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Fuctional Suitability

Sub Karakteristik Functional Suitability	Fokus Pengujian	Hasil
Functional Completeness	Aspek untuk mengukur ketersediaan fungsi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna	95,83%
Functional Correcteness	Pengujian untuk memastikan sistem menghasilkan output yang benar dan akurat	93,75%

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 194
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/

Sub Karakteristik Functional Suitability	Fokus Pengujian	Hasil
Functional Appropriateness	Untuk menilai fungsi yang disediakan oleh sistem benar dan tepat dalam membantu pengguna menyelesaikan pekerjaan mereka	87,5%
Jumlah Rata-rata		92,76%

Berdasarkan Tabel 1, pengujian Functional Suitability memperoleh nilai rata-rata sebesar 92,76%. Nilai tertinggi terdapat pada Functional Completeness sebesar 95,83%, diikuti Functional Correctness sebesar 93,75% dan Functional Appropriateness sebesar 87,5%. Hasil ini menunjukkan bahwa fungsi sistem yang diuji telah sesuai dengan kebutuhan yang ditetapkan, meskipun aspek kesesuaian fungsi dalam membantu pengguna menyelesaikan pekerjaannya masih memiliki nilai terendah dibandingkan aspek lainnya.

3.2.2 Hasil Pengujian Black Box Testing

Tabel 2. Hasil Uji Black Box

Fitur yang digunakan	Jumlah Skenario	Berhasil	Tidak Berhasil
Login dan registrasi	4	4	0
Dashboard dan Beranda	3	3	0
Verifikasi dan Data Penjahit	4	4	0
Profil Penjahit	1	1	0
Layanan	3	3	0
Produk	3	3	0
Pencarian dan Detail Penjahit	2	2	0
Pemesanan	4	4	0
Notifikasi	1	1	0
WhatsApp dan Rating	2	2	0
Jumlah	27	27	0

Berdasarkan Tabel 2, pengujian Black Box Testing dilakukan terhadap 27 skenario pengujian yang mencakup sembilan kelompok fitur sistem. Seluruh skenario berhasil dijalankan sesuai dengan hasil yang diharapkan, dengan 27 skenario berhasil dan tidak ada skenario yang gagal. Hasil ini menunjukkan bahwa fungsi-fungsi yang diuji telah berjalan sesuai dengan kebutuhan sistem.

3.2.3 Hasil Pengujian Interaction Capability

Tabel 3. Hasil Uji Interaction Capability

Aspek Pengujian	Indikator Pengujian	Berhasil
Recognizability	Kemampuan pengguna mengenali tujuan dan fungsi utama website	85%
Learnability	Kemudahan pengguna mempelajari penggunaan fitur website	85%
Operability	Kemudahan pengguna mengoperasikan menu, tombol, dan fitur	86%
User Error Protection	Kemampuan sistem memberikan informasi ketika terjadi kesalahan	85,50%
User Engagement	Ketertarikan pengguna terhadap informasi dan tampilan website	85,50%
Inclusivity	Kemampuan website digunakan oleh pengguna dengan tingkat kemampuan teknologi yang berbeda	85%
User Assistance	Ketersediaan petunjuk/informasi yang membantu pengguna	83,50%
Self-descriptiveness	Kejelasan nama menu, tombol, informasi, dan tindakan yang harus dilakukan	87,75%
Jumlah Rata-rata		85,56%

Berdasarkan Tabel 3, hasil pengujian Interaction Capability memperoleh nilai rata-rata sebesar 85,56%. Nilai tertinggi diperoleh pada aspek Self-descriptiveness sebesar 87,75%, sedangkan nilai terendah terdapat pada aspek User Assistance sebesar 83,50%. Hasil ini menunjukkan bahwa sistem memiliki kemampuan interaksi yang cukup baik, meskipun aspek penyediaan petunjuk dan informasi bagi pengguna masih perlu ditingkatkan.

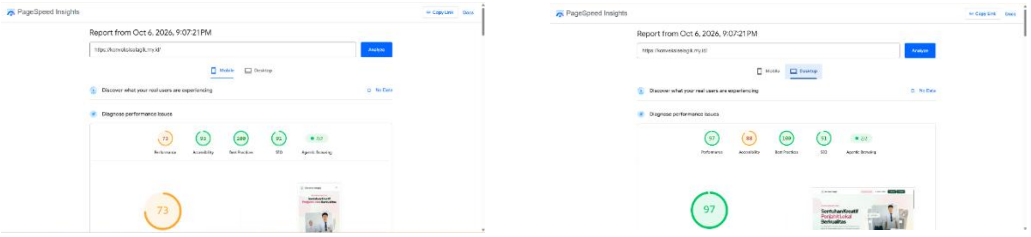
Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 195
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/

3.2.4 Hasil Pengujian Performance Efficiancy

Tabel 4. Hasil Uji Perormance Efficiancy

Perangkat	Uji 1	Uji 2	Uji 3	Rata-rata
Mobile	72	76	73	73,67
Desktop	98	97	97	97,33



Gambar 13. Hasil pengujian Performance Efficiancy

Berdasarkan Tabel 4, hasil pengujian Performance Efficiency menunjukkan bahwa skor rata-rata pada perangkat desktop sebesar 97,33, sedangkan pada perangkat mobile sebesar 73,67. Hasil tersebut menunjukkan adanya perbedaan performa antara perangkat desktop dan mobile.

3.3 Pembahasan

Penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi promosi UMKM konveksi di Desa Selagik telah dibuat berupa website yang menjadi media promosi digital dengan fokus pada penjahit. Sistem tidak hanya memberikan informasi tentang produk, tetapi juga menampilkan profil penjahit, keahlian, layanan, serta hasil pekerjaan yang bisa menjadi referensi bagi calon pembeli. Selain itu, sistem juga memiliki fitur untuk mencari jasa penjahit, melakukan pemesanan, menerima notifikasi, memberikan rating, dan berkomunikasi lewat WhatsApp. Pengembangan tersebut disesuaikan dengan ciri khas usaha konveksi di Desa Selagik yang tidak hanya memproduksi barang jadi, tetapi juga memberikan jasa jahit serta berbagai keahlian yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Informasi tentang profil usaha, keahlian, dan layanan sangat penting karena pelanggan jasa konveksi tidak hanya melihat produk yang ditawarkan, tetapi juga kemampuan tukang jahit dalam memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, sistem ini dibuat dengan fokus pada penjahit sebagai pusat promosi, sementara produk hanya berfungsi sebagai informasi tambahan yang membantu calon pembeli memahami hasil kerja yang bisa diperoleh dari penjahit.

Penelitian oleh Mutmainnah et al. mengembangkan sistem informasi promosi UMKM yang menggunakan website untuk DISDAGKOP UKM Kabupaten Batang Hari [18], sedangkan Pahlevi et al. membuat sistem yang sama untuk UMKM di Kecamatan Asembagus [19]. Kedua penelitian tersebut mirip dengan penelitian ini, yaitu menggunakan website sebagai sarana promosi digital. Perbedaannya terletak pada fokus informasi yang disajikan. Penelitian ini fokus pada penjahit sebagai pusat promosi dengan memberikan informasi tentang profil usaha, keahlian, serta produk dan layanan konveksi dalam satu platform.

Utami et al. mengembangkan sistem informasi promosi untuk produk UMKM di Desa Rambah Tengah Hulu yang berbasis web [20], sedangkan Wulandari dan Suherman membahas sistem informasi berbasis website untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM dengan menggunakan metode Waterfall [21]. Penelitian ini sama-sama memanfaatkan teknologi website untuk membantu mempromosikan usaha UMKM. Namun, sistem yang dibuat tidak hanya menampilkan produk saja, tetapi juga memberikan informasi tentang kemampuan penjahit dan layanan yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, informasi yang diberikan lebih menekankan pada ciri-ciri usaha konveksi yang melibatkan penjualan produk serta pelayanan jasa jahit.

Dari sudut pandang pengalaman pengguna, penelitian Saputra et al. mengenai website promosi UMKM Kilo Kalori juga menilai aspek kepraktisan dalam penggunaan melalui uji coba pengalaman pengguna [22]. Hal ini memiliki kesamaan dengan penelitian ini dalam mengevaluasi kemampuan interaksi pengguna terhadap sistem. Perbedaan antara penelitian tersebut terdapat pada objek yang diteliti dan fokus dari sistem yang dibuat. Riset ini menargetkan revitalisasi usaha konveksi dengan mengintegrasikan tiga entitas pengguna utama, yakni administrator, penjahit, dan konsumen, sekaligus mengadopsi WhatsApp sebagai media untuk memfasilitasi interaksi serta mekanisme pemesanan.

Berdasarkan perbandingan tersebut, penelitian ini lebih memfokuskan pada pengenalan penjahit sebagai pelaku usaha, bukan hanya pada produk yang mereka tawarkan. Integrasi data profil usaha, kompetensi inti, spektrum layanan, serta infrastruktur komunikasi ke dalam satu ekosistem digital merepresentasikan strategi promosi yang di customisasi secara spesifik untuk mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di sektor konveksi. Sistem ini diharapkan dapat membantu calon pelanggan memahami kemampuan dan layanan jahitannya sebelum menghubungi atau memesan.

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 196
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan, sistem informasi promosi UMKM konveksi berbasis website di Desa Selagik berhasil dibangun sebagai media promosi digital yang menyediakan informasi profil, keahlian, layanan, dan produk penjahit, serta fitur pencarian, pemesanan, notifikasi, rating, dan komunikasi melalui WhatsApp. Hasil pengujian menunjukkan nilai Functional Suitability sebesar 92,36%, keberhasilan 100% pada 27 skenario Black Box Testing, dan nilai Interaction Capability sebesar 85,56% berdasarkan penilaian 50 responden. Sementara itu, pengujian Performance Efficiency memperoleh skor rata-rata 73,67 pada perangkat mobile dan 97,33 pada desktop, sehingga optimalisasi kinerja mobile masih diperlukan. Secara keseluruhan, sistem telah menjalankan fungsi yang diuji sesuai harapan dan dapat digunakan sebagai media promosi digital bagi penjahit UMKM konveksi di Desa Selagik. Pengembangan selanjutnya disarankan untuk meningkatkan kinerja pada perangkat mobile, serta menyediakan panduan penggunaan yang lebih jelas dan terstruktur.

5. Kontribusi Penulis

5.1 Kontribusi Penulis

Konseptualisasi: Evi Wulandari, Baiq Desi Dwi Arianti, dan Jamaluddin;
Metodologi: Evi Wulandari, Baiq Desi Dwi Arianti, dan Jamaluddin;
Perangkat Lunak: Evi Wulandari;
Validasi: Evi Wulandari, Baiq Desi Dwi Arianti, dan Jamaluddin;
Analisis Formal: Evi Wulandari, Baiq Desi Dwi Arianti, dan Jamaluddin;
Investigasi: Evi Wulandari;
Sumber Daya: Evi Wulandari;
Kurasi Data: Evi Wulandari;
Penulisan Draf Awal: Evi Wulandari;
Penulisan, Peninjauan, dan Penyuntingan: Evi Wulandari, Baiq Desi Dwi Arianti, dan Jamaluddin;
Visualisasi: Evi Wulandari.
Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi manuskrip yang akan diterbitkan.

5.2 Ketersediaan Data

Data yang mendukung temuan penelitian ini tersedia berdasarkan permintaan kepada penulis pertama.

5.3 Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal.

5.4 Pernyataan Dewan Peninjau Institusional

Tidak Berlaku (Not applicable).

5.5 Pernyataan Persetujuan Berdasarkan Informasi

Tidak Berlaku (Not applicable).

5.6 Pernyataan Konflik Kepentingan

Para penulis menyatakan bahwa tidak terdapat kepentingan keuangan yang bersaing maupun hubungan pribadi yang diketahui yang dapat memengaruhi pekerjaan yang dilaporkan dalam artikel ini.

5.7 Penggunaan AI Generatif dan Teknologi Berbantuan AI dalam Proses Penulisan

Penulis menggunakan teknologi AI generatif untuk membantu meningkatkan kejelasan bahasa dan penyusunan tulisan dalam artikel ini. Seluruh konten yang dihasilkan dengan bantuan AI telah ditinjau dan disunting oleh penulis. Penulis bertanggung jawab penuh atas keakuratan, isi, dan versi akhir manuskrip.

REFERENCES

[1] N. Laila, P. S. Sukmaningrum, W. A. S. W. Ngah, L. N. Rosyidi, and I. Rahmawati, “An in-Depth Analysis of Digital Marketing Trends and Prospects in Small and Medium-Sized Enterprises: Utilizing Bibliometric Mapping,” Cogent Bus. Manag., vol. 11, no. 1, p. 2336565, Apr. 2024, doi: 10.1080/23311975.2024.2336565.
[2] T. N. Lina, M. S. Rumetna, W. Ferdinandus, A. B. Santoso, J. Karay, and C. Barreto, “Transformasi Digital UMKM Papua: Meningkatkan Daya Saing Melalui Website Berbasis Wix,” Digit. Transform. Technol., vol. 4, no. 2, pp. 839–847, Dec. 2024, doi: 10.47709/digitech.v4i2.4917.
[3] A. Bahari et al., “Pengaruh Penggunaan Platform Penjualan Online Terhadap Pengembangan UMKM,” JPPM J. Pengabdi. Dan Pemberdaya. Masy., vol. 7, no. 2, p. 283, Sep. 2023, doi: 10.30595/jppm.v7i2.10959.
[4] B. P. S. Indonesia, “Badan Pusat Statistik Indonesia,” Badan Pusat Statistik Indonesia. Accessed: Oct. 07, 2026. [Online]. Available: https://www.bps.go.id

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 197
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Journal of Information System Research (JOSH)
ISSN 2686-228X (media online)
Volume 8, No. 1, Oktober 2026, pp 188−198
DOI 10.47065/josh.v8i1.11316
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/

[5] A. S. Junjunan, N. Febrianti, M. S. Anbiya, S. M. Azahra, and Alfiana, "Analisis Manajemen Risiko Usaha Konveksi Menggunakan Pendekatan ISO 31000," Ekopedia J. Ilm. Ekon., vol. 2, no. 1, pp. 405–415, Jan. 2026, doi: 10.63822/b7cjsg75.
[6] G. H. Sagala and D. Ori, "Pendampingan UMKM Konveksi dalam Meningkatkan Akses Pasar dan Kinerja Usaha," Inf. Syst. E-Bus. Manag., vol. 22, no. 4, pp. 667–719, Dec. 2024, doi: 10.1007/s10257-024-00682-2.
[7] "Pj Gubernur NTB Harapkan Desa Selagik sebagai Desa Sentra Konveksi NTB." Accessed: Oct. 06, 2026. [Online]. Available: https://ntbprov.go.id/post/pj-gubernur-ntb-harapkan-desa-selagik-sebagai-desa-sentra-konveksi-ntb
[8] S. Ulandari and Andri, "Sistem Informasi Promosi UMKM Pempek Mona Berbasis Web," J. Mhs. Sist. Inf. JMSI, vol. 7, no. 1, pp. 322–331, Desember 2025, doi: 10.24127/jmsi.v7i1.10708.
[9] M. H. A. Huda, Zulkarnaini, Meiliza, and A. Aglasia, "Desain Dan Pengembangan Sistem Informasi Berbasis Website Untuk Promosi Produk Unggulan UMKM Di Tulang Bawang Barat," J. SIMADA Sist. Inf. Dan Manaj. Basis Data, vol. 7, no. 1, pp. 68–78, Jul. 2024, doi: 10.30873/simada.v7i1.439.
[10] R. Angel, W. Agustina, N. Nurhasanah, A. C. Mauluddin, and R. N. Handayani, "Pengembangan Platform E-Commerce UMKM Berbasis Laravel dengan Blackbox Testing dan Metode Waterfall," J. Pendidik. Dan Teknol. Indones., vol. 5, no. 2, pp. 521–546, Feb. 2025, doi: 10.52436/1.jpti.684.
[11] A. Krestianti et al., "Pengembangan Landing Page sebagai Alat Pemasaran Digital yang Efektif bagi UMKM (Studi kasus pada UMKM Dechefdefinzs)," J. Digit. Teknol. Inf., vol. 7, no. 1, p. 6, Mar. 2024, doi: 10.32502/digital.v7i1.7155.
[12] E. Nurachmad and S. Cahyadi, "Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Promosi Berbasis Web Bagi UKM di Wilayah Kota Bogor," J. Ilm. Manaj. Kesatuan, vol. 9, no. 2, pp. 171–180, Jul. 2021, doi: 10.37641/jimkes.v9i2.770.
[13] M. D. N. Wicaksono, "Sistem Informasi Berbasis Website Sebagai Media Promosi Sekaligus Layanan Pemesanan Yang Dikembangkan Pada UMKM Omah Batik," J. Ilm. Inform., vol. 9, no. 2, pp. 112–123, Desember 2024, doi: 10.35316/jimi.v9i2.112-113.
[14] F. A. Slamet, Model Penelitian Pengembangan (R n D), 1st ed. Malang: Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang, 2022. [Online]. Available: https://perpustakaan.iaiskjmalang.ac.id/e-book/model-penelitian-pengembangan-r-n-d/
[15] H. Kuswanto and B. D. D. Arianti, "Pengembangan Aplikasi Buku Penghubung Berbasis Web Sebagai Media Interaksi Sekolah – Orang Tua," Infotek J. Inform. Dan Teknol., vol. 5, no. 1, pp. 167–178, Jan. 2022, doi: 10.29408/jit.v5i1.4742.
[16] M. Ridwan, L. Ariyani, and B. O. Penggabean, "Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Berbasis Web untuk Optimalisasi Pengelolaan Pesanan: Studi Kasus: Sunrise Bakery," Merkurius J. Ris. Sist. Inf. Dan Tek. Inform., vol. 4, no. 1, pp. 47–60, Jan. 2026, doi: 10.61132/merkurius.v4i1.1288.
[17] K. S. Huditara, M. N. P. Ma'ady, and A. Kusumawati, "Analisis Pengukuran Website E-Rusun Menggunakan ISO/IEC 25010:2023 (Studi Kasus : Dinas Perumahan Rakyat Dan Kawasan Permukiman Serta Pertanahan)," EProceedings Eng., vol. 12, no. 6, pp. 1–10.
[18] M. Mutmainnah, S. Wibowo, and H. Hariyanto, "Implementasi Sistem Informasi Promosi UMKM Berbasis Website pada DISDAGKOP UKM Kabupaten Batang Hari," J. Sist. Dan Inf. JSI, vol. 19, no. 2, Nov. 2025, doi: 10.30864/jsi.v19i2.732.
[19] S. R. A. Pahlevi, A. Baijuri, and N. Azise, "Sistem Informasi Promosi UMKM Berbasis Website Pada Wilayah Kecamatan Asembagus," JUSTIFY J. Sist. Inf. Ibrahimy, vol. 3, no. 1, pp. 1–7, Jul. 2024, doi: 10.35316/justify.v3i1.5017.
[20] U. Utami, K. Yasdomi, K. Sabri, N. Safitri, and M. Rifqi, "Rancangan Sistem Informasi Promosi Produk UMKM Desa Rambah Tengah Hulu Berbasis Web," REMIK Ris. Dan E-J. Manaj. Inform. Komput., vol. 7, no. 1, pp. 713–723, Jan. 2023, doi: 10.33395/remik.v7i1.12168.
[21] H. Wulandari and Suherman, "Design Of a Website-Based Information System for Optimizing UMKM Product Marketing Using the Waterfall Method," J. Ilm. Multidisiplin Indones. JIM-ID, vol. 5, no. 08, pp. 2099–2107, 2026.
[22] K. S. A. Saputra, A. Chrisniyanti, I. G. A. W. Upadani, K. Wiratama, D. G. J. Y. Kusuma, and I. B. A. B. Manuaba, "Pengembangan Website Promosi UMKM Kilo Kalori dengan Cognitive Walkthrough dan System Usability Scale," J. Pendidik. Dan Teknol. Indones., vol. 5, no. 9, pp. 2533–2547, Sep. 2025, doi: 10.52436/1.jpti.991.

Copyright © 2026 The Author(s). Published by *Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi*. Page 198
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.