

BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Pelaksanaan Kerja Profesi studi/Proyek Independen ini dilakukan di UPJ dalam unit LP2M. Dalam pelaksanaannya, praktikan melakukan penelitian mengenai “Sistem Informasi Pemasaran Produk Pada UMKM di Bidang Usaha Penjualan Sepeda Second” dengan hasil sebuah draft karya ilmiah yang berupa jurnal yang ditulis dalam bentuk bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, seperti yang menjadi target dalam Kerja Profesi Studi/Proyek Independen ini. Sistem Informasi pemasaran produk tersebut merupakan suatu upaya untuk mempromosikan produk yang dijual dengan menggunakan foto, demonstrasi produk melalui tampilan video, memberikan keterangan spesifikasi produk agar masyarakat mengetahui secara detail produk tersebut serta manfaatnya dan dapat membantu memudahkan pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Metode penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif. Jenis penelitian yang cenderung kepada analisis yang memiliki sifat deskriptif dan lebih menonjolkan proses serta maknanya dengan memanfaatkan panduan landasan teori agar fokus penelitian terhadap fakta yang ada di lapangan. (Ramadhan, 2021). Sedangkan, dalam pemilihan topik penelitian berdasarkan hasil pengamatan dari mengunjungi tempat UMKM, yang selanjutnya dilakukan diskusi dengan pembimbing Kerja Profesi mengenai permasalahan yang ada di lapangan dan tema yang akan diangkat, dan juga melakukan diskusi dengan salah satu pemilik usaha mengenai proses bisnis dan kebutuhan sistem. Setelah melakukan diskusi tersebut, maka penelitian mengenai “Sistem Informasi Pemasaran Produk pada UMKM di Bidang Penjualan Sepeda Second” ini dilaksanakan.

3.2 Pelaksanaan Kerja Profesi

Sesuai ketentuan yang ditetapkan oleh UPJ, beberapa prosedur dilakukan untuk dapat memulai Kerja Profesi ini. Dalam pembuatan “Sistem Informasi Pemasaran Produk Pada Umkm di Bidang Usaha Penjualan Sepeda Second” ini praktikan melakukan penelitian tentang pentingnya penerapan sistem informasi pemasaran bagi UMKM, terutama kepada pelaku usaha kecil menengah yang usahanya baru dimulai. Dalam proyek ini praktikan bertindak sebagai Project Owner sekaligus melakukan pembuatan situs toko online sederhana untuk membantu memenuhi kebutuhan stakeholder selaku pemilik usaha. Berikut aktivitas yang praktikan lakukan dalam Kerja Profesi Proyek/Studi Independen ini.

3.2.1 Analisis Kebutuhan (*Requirement Analysis*)

Dalam penelitian ini dilakukan verifikasi awal dengan mengidentifikasi permasalahan, observasi dan juga interview terhadap stakeholder yang dalam hal ini adalah pemilik UMKM, dengan cara melakukan pendekatan-pendekatan secara langsung didalam sistem berjalan dan dokumen-dokumen yang terlibat. Serta dilakukan pengumpulan data melalui penelitian survei untuk dapat menyimpulkan suatu populasi dari perwakilan beberapa responden.

a. Hasil *Interview* atau Wawancara

Sebagai proses dalam mengekstrak kebutuhan dari *stakeholder*, Praktikan melakukan *interview* atau wawancara, penelitian. Berikut merupakan hasil *interview* atau wawancara antara praktikan dengan Pemilik usaha Mivyu Berkah untuk memperoleh data mengenai kebutuhan pengguna (*user requirement*).

Laporan Hasil Wawancara

Pada hari Jumat, 14 Juni 2021 pukul 12.30 Wib pada jam istirahat praktikan melakukan *interview* terhadap seorang pemilik usaha Mivyu Berkah yang dilakukan di warung makan di depan lokasi Mivyu Berkah.

- Narasumber: Bapak Miptah Farid.
- Praktikan (Pewawancara): Nevi Yudianthi.
- Juru tulis: Nevi Yudianthi

Praktikan: Boleh diceritakan Pak, bagaimana awal beroperasinya usaha Mivyu Berkah ini?

Narasumber: Awalnya didasari oleh banyaknya pengguna sepeda, karena adanya pembatasan aktivitas oleh pemerintah dalam masa pandemi sehingga masyarakat memanfaatkan olah raga dengan bersepeda.

Praktikan: Kalau boleh tahu, bagaimana cara untuk memperoleh sepeda-sepeda *second* tersebut?

Narasumber: saya bersama teman saya mendapatkan sepeda-sepeda tersebut dari berbagai sumber, ada dari koleksi pribadi saya dan teman-teman yang sudah tidak terpakai, dan juga ada kami beli dari masyarakat yang memang ingin menjualnya kepada kami.

Praktikan: Apakah perlu *pre-order* untuk membeli sepeda *second*?

Narasumber: Sepeda yang sudah *ready* atau siap pakai akan langsung dipromosikan sehingga pelanggan bisa langsung membelinya. Tetapi untuk *request* sepeda yang belum *ready*, misalnya pelanggan ingin sepeda MTB merek dan seri tertentu, maka perlu *pre-order*.

Praktikan: Apakah kriteria sepeda *second* yang sudah *ready* atau siap pakai?

Narasumber: Sepeda *second* yang kami jual kondisinya harus benar-benar layak pakai, mulai dari penampilan *frame*, kami usahakan yang memang masih orisinal dan bukan *repaint*, kondisi sepeda yang tetap

nyaman digunakan saat gowes, dari rem, kecepatan atau *speed* (jika ada), semua harus berfungsi dengan baik.

Praktikan: Apakah sepeda *second* yang sudah siap pakai sudah bisa langsung dijual?

Narasumber: Sepeda *second* yang masuk belum tentu semuanya langsung siap pakai, karena itu kami melakukan pengecekan terlebih dahulu. Jika ada yang harus diperbaiki atau direparasi, maka kami juga harus memastikan apakah perlu diganti dengan *sparepart* baru atau yang ada masih bisa digunakan tetapi perlu *disetting* lagi saja. Setelah itu perlu dilakukan *test drive*, untuk memastikan sepeda sudah layak pakai.

Praktikan: Apakah ada strategi harga (*pricing strategy*) dalam menjual sepeda *second*?

Narasumber: Kami menjual dengan harga dibawah pasaran, karena memang sepeda yang kami jual bukan produk baru. Walaupun produk kelihatan baru (*like new*), kami tetap berkomitmen untuk tetap memberikan harga lebih murah dari harga barunya. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya namun tetap berhemat.

Praktikan: Apakah peranan teknologi dalam membantu usaha ini?

Narasumber: Kami memanfaatkan multimedia untuk pemasaran produk, seperti proses dokumentasi untuk menampilkan foto produk, serta video apabila dibutuhkan.

Praktikan: Langkah apa saja yang sudah dilakukan dalam pemasaran produk dan apa kendalanya?

Narasumber: Dalam memasarkan serta menjual produk, awalnya kami hanya menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai sarana informasi dan komunikasi kepada pelanggan, kendalanya jangkauannya hanya sebatas teman pada kontak yang ada. Kemudian kami bergabung dengan salah satu *marketplace*, disinilah terbentuknya nama usaha penjualan sepeda *second* ini dengan nama Mivyu. *Marketplace* tersebut sangat membantu kami dalam menjalankan bisnis UMKM dengan proses transaksinya yang ada berjalan secara terstruktur, sehingga Mivyu dapat menjual produknya

sampai ke seluruh Indonesia. Belum cukup puas, kami juga menggunakan media sosial lainnya seperti Facebook dan Instagram yang sengaja *disetting* untuk publik, diharapkan dapat menjangkau pasar lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan, tetapi sejauh ini hanya pelanggan dengan lokasi terdekat yang bisa dijangkau. Kendalanya mungkin pada kepercayaan, kebanyakan pembeli harus benar-benar yakin bahwa transaksi yang dilakukan aman dan barang sesuai yang dipromosikan, dan lebih terpenting bahwa produk yang diperoleh sesuai dengan yang dibeli. Karena memang semua orang bisa masuk ke media sosial, semua orang bisa melakukan apa saja termasuk berjualan. Kami pernah suatu hari mendapatkan *customer* dari salah satu media sosial tersebut yang ingin melakukan pembelian dengan metode pembayaran COD (*Cash on Delivery*), kebetulan kami bisa memenuhinya karena masih tidak terlalu jauh lokasinya meskipun bisa dibilang juga tidak dekat. Semua sudah dipastikan oke kemudian team kami melakukan pengiriman, sampai disana *customer* tersebut sempat menolak dengan alasan “sepertinya kurang cocok dengan saya”. Jadi intinya, dengan pengalaman demikian membuat kami berpikir bahwa usaha kecil menengah juga harus memiliki integritas, agar tidak kehilangan kredibilitas.

Praktikan: Apakah langkah yang sudah dilakukan tersebut sudah tercapai sesuai kebutuhan atau keinginan? Jika belum, lalu rencana apa untuk menentukan langkah selanjutnya yang ingin dicapai Mivyu?

Narasumber:

Pencapaian tersebut dirasa belum maksimal, kami berpikir mungkin benar juga menurut para pelaku usaha *online* lainnya bahwa dalam menunjukkan suatu keseriusan berbisnis perlu adanya *website* atau situs toko *online* dengan menggunakan domain usaha sendiri, maka rencana kami selanjutnya yang ingin dicapai adalah memiliki *website* atau situs toko *online* dengan nama Mivyu sendiri.

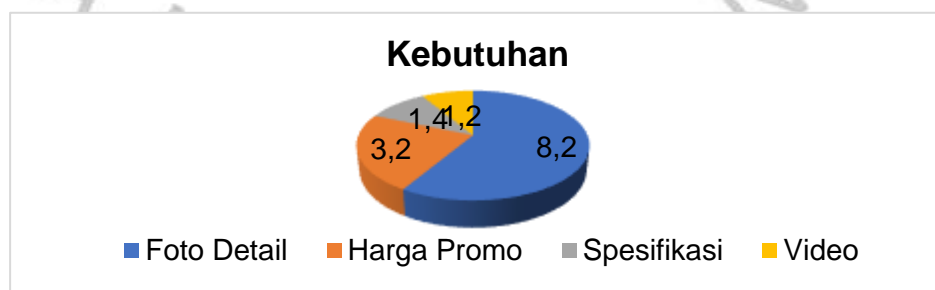
Praktikan: Apakah perlu adanya sistem informasi bagi pelaksanaan kegiatan usaha penjualan sepeda *second* ini?

Narasumber: Demi usaha ini dapat berkembang kami juga selalu *open* terhadap segala inovasi yang berbasis teknologi. Adanya sistem informasi dalam pemasaran produk secara akurat dan dapat menghubungkan pelanggan langsung kepada kami, itu akan sangat membantu dalam penjualan sepeda *second*. Karena dalam usaha kecil ini Mivyu masih terkendala oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang sangat terbatas. Dengan sistem informasi pemasaran produk diharapkan dapat membantu pekerjaan dalam memasarkan produk, sehingga pelaku usaha bisa lebih fokus terhadap pekerjaan lainnya seperti produksi, penjualan dan pengiriman produk.

b. Hasil Penelitian Survei

Survei pendekatan secara kualitatif, pengumpulan data ini dilakukan menggunakan kuisisioner atau analisis statistik yang digunakan untuk melengkapi informasi atau data. Dari 20 (dua puluh) responden yang menjawab atas pertanyaan yang diajukan Praktikan, yaitu informasi apa yang sangat diperlukan untuk membantu mengetahui lebih banyak mengenai produk yang dijual? Dengan pilihan jawaban sebagai berikut: foto detail produk, informasi harga promo, spesifikasi produk, dan video produk.

Hasil survei menyatakan bahwa sistem informasi pemasaran produk ini dapat membantu mengetahui lebih banyak mengenai informasi produk yang dijual.



Gambar 2.3 Grafik Analisis Statistik Kebutuhan Informasi Produk

Bedasarkan hasil pengujian kebutuhan pelanggan dalam mengetahui informasi suatu produk, hasil persentase tertinggi diperoleh persentase 8,2% pada foto detail, sedangkan hasil presentase terendah diperoleh dengan persentase 1,2% pada kebutuhan adanya video.

3.2.2 Ruang Lingkup Proyek (*PROJECT SCOPE*)

a) Tujuan dan Sasaran (*Goals and Objectives*)

Tabel 1.3 Tujuan dan Sasaran (*Goals and Objectives*)

Tujuan	Sasaran
Proyek akan menambahkan informasi tentang produk yang dipasarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan halaman/<i>page webiste</i> mengenai informasi produk yang dijual tersebut. 2. Mengembangkan halaman/<i>page website</i> mengenai informasi pembayaran.
Proyek akan memberikan dan mengembangkan fitur Chat/pesan pada pengguna/user	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan fitur chat/pesan pada <i>website</i>.

b) Pernyataan Kerja (*Statements of Work*)

Tabel 1.4 *Statements of Work (SOW)*

SOW	Owner/Prime	Due Date/Sequence
<i>Interview</i> kebutuhan stakeholder	<i>Project Owner, Stakeholder</i>	Melakukan wawancara untuk mendapatkan kebutuhan utama.
Fitur perihal <i>profiling</i> yang akan dibuat	<i>Project Owner, Stakeholder</i>	<i>Bersama-sama</i> mendiskusikan serta membuat fitur-fitur yang menjadi kebutuhan.
Melakukan desain <i>interface</i> sesuai <i>requirement</i>	<i>Project Owner, Stakeholder</i>	Bersama-sama mendiskusikan desain sesuai kebutuhan namun tetap dalam ruang lingkup kesepakatan yang sudah ada.
Deskripsi hasil kerja (spesifikasi kebutuhan, perancangan dan desain, test plan)	<i>Stakeholder, Project Owner</i>	<i>Project owner</i> diharuskan untuk mendeskripsikan, mendiskusikan kepada <i>stakeholder</i> mengenai asumsi proyek yang dibuat.
<i>Testing</i> untuk aplikasi <i>web</i>	<i>Stakeholder. Tester</i>	Melakukan uji coba aplikasi <i>web</i> yang sudah dibuat.
Implementasi aplikasi <i>web</i>	<i>Project Owner</i>	<i>Project owner</i> melakukan implementasi aplikasi <i>web</i> .

c) Hasil Proyek (*Project Deliverables*)

Tabel 1.5 *Project Deliverables*

Milestone	Deliverable
1. Melakukan wawancara atau <i>interview</i> kepada <i>stakeholder</i> utama untuk mendapatkan kebutuhan proyek yang sesuai	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan data dan informasi mengenai proyek. • Mendapatkan kebutuhan utama <i>stakeholder</i>. • Data produk yang akan dipasarkan • Menentukan batasan proyek. • Menentukan estimasi kebutuhan dana awal. • Dokumentasi pertemuan. • Dokumen kebutuhan proyek.
2. Pembuatan Sistem (<i>prototyping</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan hasil <i>website</i> sementara (<i>prototype</i>). • Layanan <i>website</i> sudah bekerja 80 persen. • Dokument pengembangan aplikasi (<i>progress</i>).
3. Desain <i>Interface</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil desain <i>website</i> telah selesai dan tetap merujuk pada dokumen kebutuhan. • Dokumen pengembangan aplikasi (<i>final</i>).
4. Presentasi <i>Prototype</i> kepada <i>stakeholder</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan <i>feedback</i> dari <i>stakeholder</i>. • Informasi tentang kebutuhan <i>minor</i>. • Dokument kebutuhan proyek.
5. Presentasi produk akhir	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan berjalan sesuai dengan kebutuhan <i>stakeholder</i>. • Sistem dapat berjalan dengan baik. • Produk telah diimplementasikan.

d) Estimasi Durasi Proyek (*Project Estimated Duration*)

Tabel 1.6 *Project Estimated Duration*

Project Milestone	Date Estimate	Deliverable(s) Included	Confidence Level
Melakukan <i>interview</i> pada <i>stakeholder</i> dan analisis hasil <i>interview</i>	14/06/2021	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi mengenai UMKM. • Mendapatkan kebutuhan pengguna. • Informasi proses bisnis yang ada. • Dokumen Kebutuhan. 	<i>High</i>
<i>Hosting</i> dan Domain aplikasi	18/06/2021	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembelian hosting dan domain untuk implementasi aplikasi web. 	<i>Medium</i>
Desain Sistem dan <i>interface</i>	21/06/2021	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Prototype</i>. 	<i>High</i>
Presentasi ke <i>Stakeholder</i>	30/07/2021	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Feedback</i> mengenai <i>prototype</i>. 	<i>Medium</i>
<i>Testing</i> aplikasi	12/08/2021	<ul style="list-style-type: none"> • Memperoleh dokumentasi <i>testing</i> aplikasi. 	<i>High</i>

3.2.3 Perancangan dan Desain

Sistem ini yang nantinya akan memberikan informasi mengenai produk yang dijual pada toko *online* Mivyuberkah.com terhadap pelanggan maupun masyarakat umum. Dalam pembuatan toko *online*, yang digunakan Mivyuberkah.com adalah siklus hidup pengembangan sistem atau disebut dengan *System*

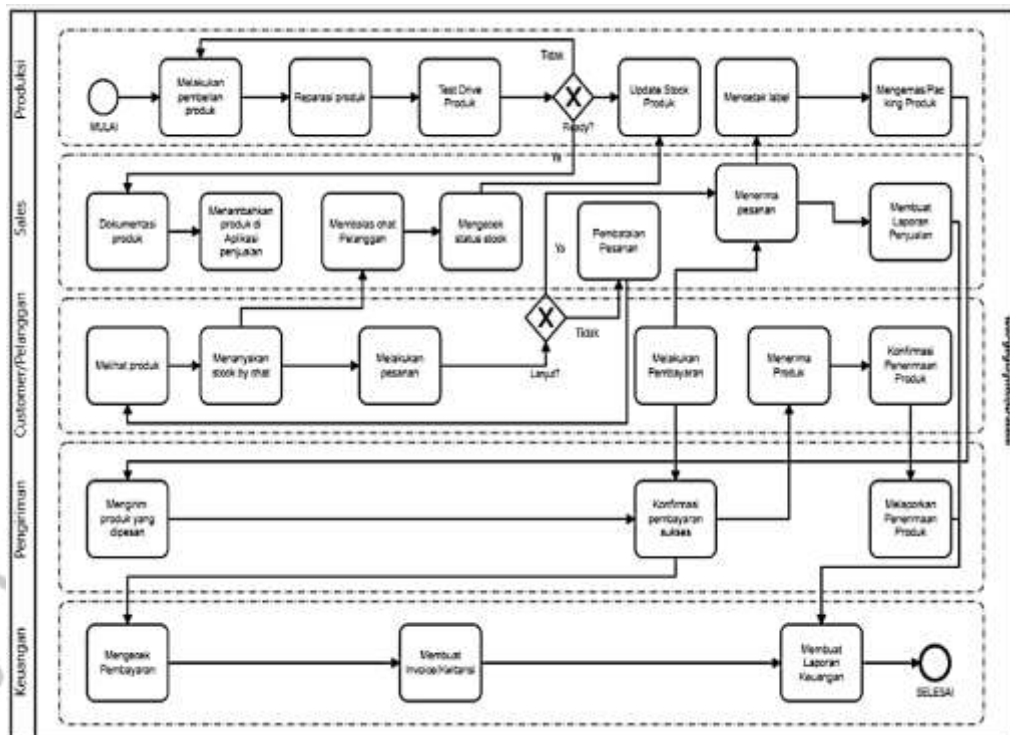
Development Life Cycle (SDLC). SDLC merupakan siklus hidup dari sebuah sistem yang mencakup keseluruhan proses, yang dimulai dari proses membangun, proses mengimplementasikan, menggunakan dan memelihara, hingga memperbarui sistem (*software*). Dimana SDLC memiliki tahapan-tahapan sebagai berikut (Marchewka, 2015):

1) Perencanaan (*Planning*).

Mengidentifikasi suatu masalah atau peluang dan meresponsnya hingga menggabungkan antara proses dan aktivitas manajemen proyek dengan pengembangan sistem. Proyek ini dilakukan untuk pembuatan *web* atau situs toko *online* dengan nama domain yaitu *mivyuberkah.com*, yang berfokus kepada *web design* dengan waktu proyek yang sudah ditentukan mulai dari 14 Juni 2021 hingga 13 Agustus 2021 dan dengan estimasi biaya sebesar Rp.150.000 yang akan dibebankan kepada pemilik usaha sesuai yang telah disepakati.

2) Analisis (*Analysis*).

Berikut ini merupakan Proses bisnis pada *Mivyuberkah.com* dapat dilihat dari gambar *activity diagram*. Menganalisis proses bisnis terkait pembelian dan penjualan produk, serta penerapan sistem informasi dalam pemasaran produk berbasis *web*. Mempromosikan suatu produk agar bisa dikenal dan diketahui oleh semua orang, mulai dari bentuk, fungsi serta manfaat kegunaan suatu produk.



Gambar 2.4 Proses Bisnis pada Mivyuberkah.com

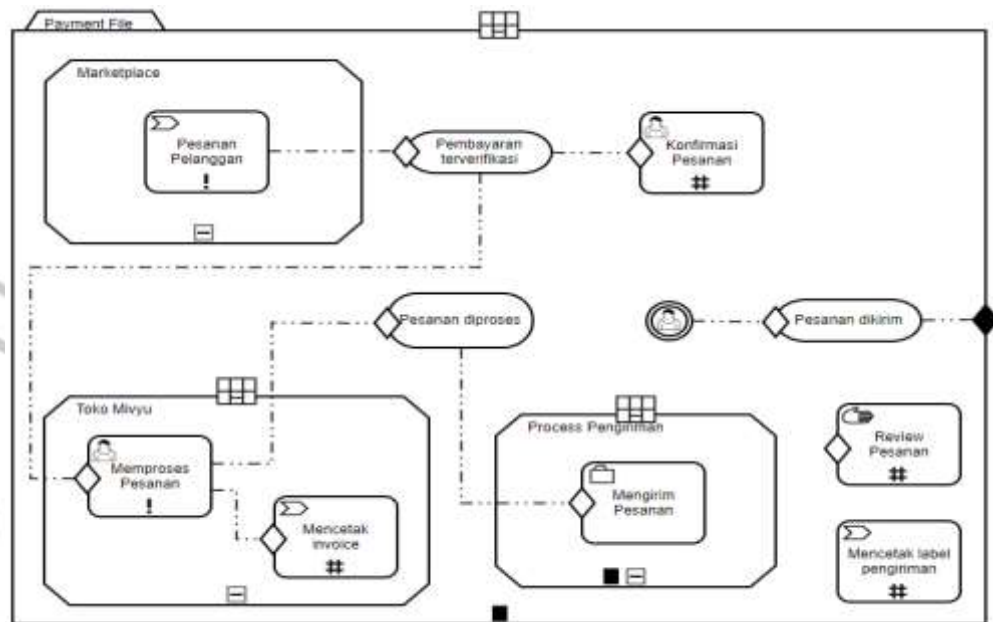
Dari gambar tersebut dapat diketahui bahwa proses bisnis dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut:

1. Awal mula produksi dengan dilakukannya pembelian produk yang nantinya akan dijual, yaitu berupa:
 - Sepeda *second hand* atau yang pernah dipakai namun masih layak pakai.
 - Onderdil atau *spare part*, apabila ada komponen yang harus diperbaiki atau diganti.
2. Melakukan proses reparasi untuk memastikan bahwa sepeda yang akan dijual dapat berfungsi dengan baik dan normal.
3. Melakukan uji coba sepeda atau bisa disebut juga dengan *test drive*. Jika barang sudah siap/*ready* untuk digunakan maka sepeda sudah bisa dipasarkan atau dijual.
4. Dokumentasi produk. Sepeda yang akan dijual harus difoto terlebih dahulu dan di video kan untuk ditambahkan di halaman *website* Mivyuberkah.com, *marketplace*, maupun *e-commerce* lainnya oleh

bagian *sales* atau *penginputan* bisa juga dilakukan oleh Admin. Produk yang ditampilkan harus menarik, dapat menunjukkan bahwa produk tersebut sama halnya seperti produk yang baru (*like new*).

5. Pihak penjual atau *sales* juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan baik dengan para calon pelanggannya, menjawab chat atau pesan dengan cepat dan mengecek ketersediaan produk, apakah sudah terjual di aplikasi lain atau belum. Apabila pesanan yang terlanjur masuk namun stok tidak tersedia, maka pihak *sales* dapat mengkonfirmasi kepada pemesan untuk membatalkan pesanan tersebut.
6. Pesanan dengan produk yang *ready* harus segera diproses, *sales* menerima pesanan dan mengkonfirmasi ke pihak produksi untuk kemudian dilakukan pengepakan atau packing dan mencetak label sesuai pesanan. Harus dipastikan produk sesuai dengan yang dipromosikan, deskripsi maupun ketentuan pengiriman seperti berat dan metode pengiriman.
7. Pembayaran yang dilakukan pelanggan dapat diketahui oleh *sales* dan kurir (apabila pelanggan memilih bayar di tempat atau *Cash on Delivery* yang dikenal dengan sebutan COD) untuk kemudian dapat dilakukan pengecekan oleh bagian keuangan. Bagian keuangan membuat invoice dan kuitansi dengan kop surat dan stempel Mivyuberkah.com yang dapat dikirimkan ke pelanggan jika diperlukan.
8. Pengiriman dilakukan sesuai alamat yang diberikan oleh pelanggan. Jika pembayaran sudah terverifikasi maka pesanan dapat diterima oleh pelanggan, dan bagian pengiriman kemudian memberikan laporan barang telah dikirim sesuai alamat pemesan.
9. Semua laporan transaksi keuangan dicatat oleh bagian keuangan atau *accounting* untuk dapat dilaporkan kepada pimpinan.

Sedangkan pada analisis sistem berjalan dapat dilihat pada gambar 2.5 yang merupakan hasil analisis terhadap dokumentasi proses transaksi yang sudah dijalankan dengan menggunakan sistem pembayaran pada salah satu *marketplace* di Indonesia.



Gambar 2.5 Proses Transaksi melalui *Marketplace*

Proses transaksi yang sudah berjalan melalui *marketplace* digunakan untuk menganalisis bagaimana alur pemesanan dari mulai menerima pesanan hingga mengirim pesanan yang sudah dijalankan.

1. Pesanan akan melalui proses verifikasi pembayaran terlebih dahulu. Pembayaran yang terverifikasi berhasil, akan ada notifikasi bahwa satu atau dua pesanan telah masuk, tergantung pada jumlah pesanan yang masuk.
2. Pesanan yang masuk harus dilakukan konfirmasi, dengan pilihan:
 - a. Jika menolak, maka pembayaran akan dikembalikan kepada pelanggan melalui marketplace tersebut.
 - b. Jika menerima pesanan, penjual harus segera memproses pesanan tersebut.

3. Penjual harus menyiapkan produk berdasarkan pesanan yang terdapat pada *invoice*. *Invoice* dapat dilihat dan dicetak melalui aplikasi *marketplace* tersebut.

Melakukan *packaging* (pengemasan/pengepakan) dan memastikan produk dalam keadaan aman saat dikirim.

4. Paket yang sudah siap diberikan label pengiriman, berupa nama dan alamat jelas penerima, serta nomor telepon untuk memudahkan kurir dalam pengiriman. Kemudian dikirim melalui kurir logistik sesuai dengan *request* (permintaan) atau pilihan pembeli.

5. Saat ini ada layanan *pick up* (penjemputan) dari pihak logistik yang memudahkan penjual dalam hal pengiriman, sehingga paket akan diambil dan dibawa langsung oleh pihak kurir. Penjual dapat mengetahui informasi mengenai status pengiriman dengan mengeceknya pada aplikasi *marketplace*.

3) Perancangan (*Design*)

Tahap perancangan solusi sistem yang berdasarkan pada persyaratan yang telah ditentukan. Berikut *use case diagram* yang digunakan untuk menjelaskan suatu sistem yang nantinya akan dirancang.



Gambar 2.6 Use Case Diagram

Dilihat dari gambar *use case diagram* tersebut diatas, aktor terdiri dari Admin atau Penjual (*Seller*) dan Pengunjung atau Pelanggan dengan fasilitas serta akses yang tersedia.

1. Penjual dan Pelanggan dapat mengunjungi halaman utama *web* (*Home page*).
2. Admin dan Pengunjung dapat melihat data produk yang dijual, dengan foto detail produk, harga asli produk, harga promo produk, *stock* dari produk dan spesifikasi produk.
3. Pengunjung dapat melakukan percakapan melalui fitur *chat* yang dapat mengirim pesan dan pesan tersebut terkirim melalui WhatsApp ke penjual secara langsung.

4. Admin dan Pengunjung dapat membagikan informasi produk yang dipasarkan ke media informasi lainnya seperti media sosial Facebook, Twitter, dan sebagainya.
5. Pengunjung dapat melakukan pemesanan atau bertransaksi langsung melalui toko *online* Mivyuberkah.com.
6. Admin dapat mengelola pesanan yang masuk, mengelola data produk yang dipasarkan mencakup edit informasi produk, menambahkan produk serta memperbarui informasi produk.
7. Admin dapat melakukan *update* harga. Penjual secara fleksibel dapat menentukan harga promo dengan nyaman tanpa perasaan takut dimoderasi.

4) Implementasi (*Implementation*) serta Pemeliharaan dan Dukungan (*Maintenance and Support*).

Implementasi merupakan tahapan yang meliputi konstruksi atau pengembangan sistem, pengujian, dan penginstalasian. Tahap *maintenance* dan *support* merupakan tahap pemeliharaan dan peningkatan sistem hingga perbaikan apabila terjadi kesalahan pada sistem.

Melakukan pengujian atau *test case* terhadap aplikasi Mivyuberkah.com, dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1.7 Test Case

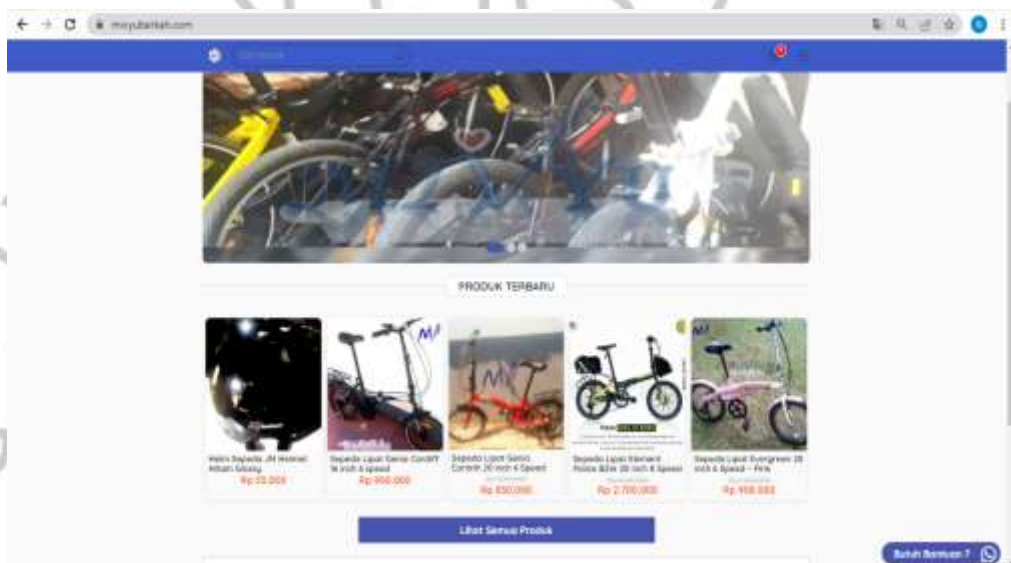
TCID	Keterangan	Judul/Ringkasan	Pra-Kondisi	Jenis Penilaian Positif/Negatif	Langkah Pengujian	Hasil yang diharapkan
TC 1	Untuk memeriksa foto pengambar setelah menekan gambar produk	Untuk memeriksa tampilan gambar produk	Melihat foto dan menentukan foto unggulan	Positif	1. Masukkan gambar 2. verifikasi	Gambar dapat dilihat satu per satu
TC 2	Untuk memeriksa nomor ponsel dapat terhubung setelah menekan tombol yang bergambar chat whatsapp	Untuk memeriksa validasi di bidang ponsel	Menjawab pesan dan validasi data bidang pembayaran	Positif	1. Masukkan nomor Telepon 2. verifikasi	Ponsel berhasil diisi dan dapat terhubung ke nomor ponsel terdalar.
TC 3	Untuk memeriksa lokasi kecamatan diisi untuk memastikan wilayah pengiriman di bidang keranjang	Untuk memeriksa kecamatan otomatis telah ditampilkan	Pengambilan dan validasi data bidang keranjang	Positif	1. Tunjukkan kecamatan yang relevan saat memasukkan 2. Klik kecamatan yang sesuai 3. Verifikasi	Tampilkan kecamatan di layar keranjang dan pesan kesalahan tidak ditampilkan
TC 4	Untuk memeriksa lokasi kecamatan tidak diisi untuk memastikan wilayah pengiriman di bidang keranjang	Untuk memeriksa validasi di bidang pemesanan	Pengambilan dan validasi data bidang keranjang	Negatif	1. Tidak mengisi kecamatan dan klik kirim 2. Pesan kesalahan	Pesanan gagal diisi dan pesan kesalahan ditampilkan
TC 5	Untuk memeriksa proses pemesanan dengan mengklik tombol keranjang dengan mengisi semua bidang	Untuk memeriksa proses pemesanan	Proses pemesanan	Positif	1. Isi semua bidang yang disediakan 2. Klik tombol+ atau - untuk jumlah pesanan 3. Pilih kurir untuk ongkir (onokos penziriman) 4. Kirim	pesanan berhasil
TC 6	Untuk memeriksa masuk dengan akun whatsapp terdalar ketika icon "whatsapp" diklik	Untuk memeriksa masuk dengan tombol "whatsapp"	Untuk memeriksa proses pesan/chatting	Positif	1. Klik tombol whatsapp 2. Masuk dengan akun whatsapp 3. Verifikasi	link chat bisa di klik setelah itu akan tampil layar whatsapp terhubung
TC 7	Untuk memeriksa masuk dengan akun facebook ketika "facebook" diklik	Untuk memeriksa masuk dengan tombol "facebook"	Untuk memeriksa proses pesan/chatting	Positif	1. Klik tombol masuk dengan facebook 2. Masukkan id dan kata sandi 3. Verifikasi	Klik tombol chat dengan facebook setelah itu akan muncul layar berikutnya

Berdasarkan pada pengujian yang dilakukan peneliti secara internal memiliki hasil positif, artinya secara fungsional sistem informasi pemasaran produk dapat berfungsi dan berjalan dengan baik sesuai kebutuhan.

3.2.4 Tampilan Situs Toko *Online*

Dalam tampilan *Web* berikut diharapkan mampu mengenalkan produk yang dijual dengan lebih akurat dan secara detail. Untuk dapat mengakses Sistem Informasi Pemasaran Produk adalah: <http://mivyuberkah.com>.

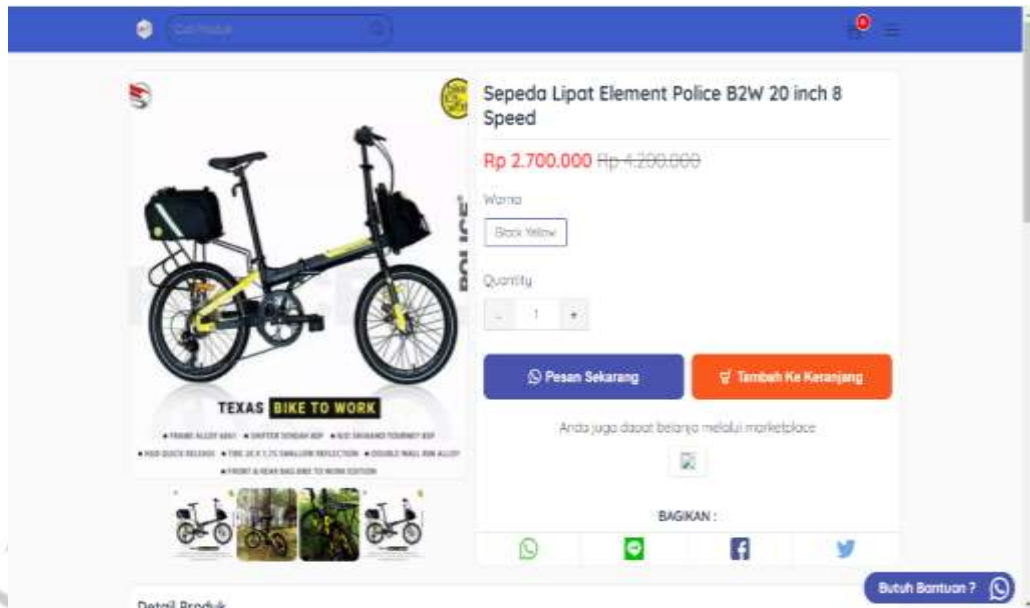
1. Tampilan Halaman Depan (*Homepage*)



Gambar 3.1. Tampilan Halaman Utama *Website* Mivyuberkah.com (*Home Page*)

2. Tampilan Halaman Produk

Dari gambar ini dapat dilihat produk ditampilkan secara spesifik, dapat menginput beberapa gambar untuk satu jenis produk.



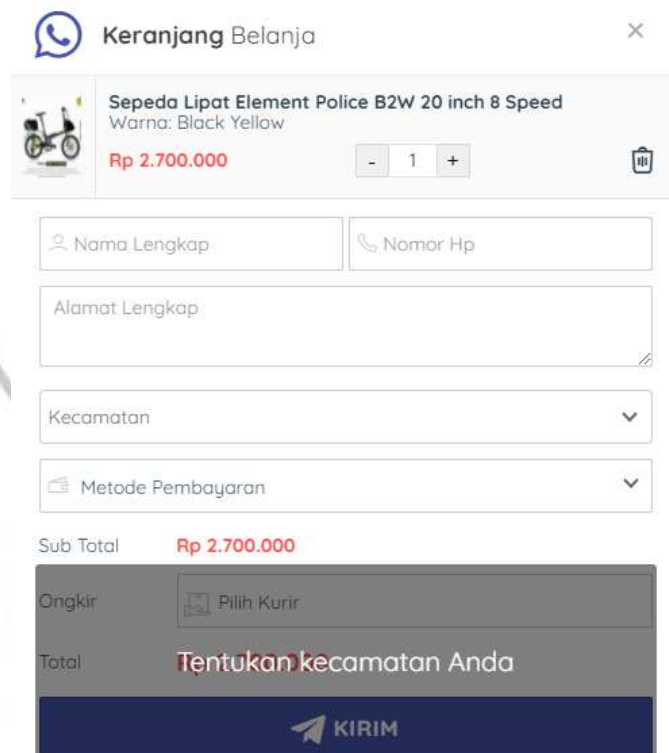
Gambar 3.2. Tampilan Halaman Produk

Keterangan Halaman Produk:

- Untuk menampilkan produk secara detail, dapat memasukkan gambar produk, spesifikasi produk, harga asli beserta harga jual produk.
- Apabila mengalami kendala maka dapat menghubungi penjual secara langsung menggunakan pilihan *chat* yang sudah terhubung ke nomor WhatsApp.
- Informasi produk juga dapat dibagikan atau *share* ke media sosial dengan sekali klik.

3. Tampilan Halaman Keranjang Belanja

Gambar dari menu keranjang yang harus diisi sebelum melakukan pembayaran:



Gambar 3.3. Tampilan Halaman Keranjang

Keterangan Halaman Keranjang:

- Keranjang Belanja akan muncul dengan mengklik icon atau gambar keranjang pada pojok kanan atas.
- Produk yang dipindahkan ke keranjang akan tampil beserta gambar produk unggulan, nama produk, varian produk (jika ada), kuantitas produk atau banyaknya pembelian produk dan harga jual produk. Dari menu keranjang belanja menampilkan pula input data diri untuk proses pembayaran (*payment*).

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Dalam situs toko *online* berbasis *web* Mivyuberkah.com masih terkendala oleh pembayaran yang masih belum memiliki rekening Bank atas nama Mivyuberkah.com, sehingga masih menggunakan nama pribadi. Hal tersebut membuat keraguan pada calon pembeli untuk

melakukan pembayaran melalui situs *web* tersebut, sehingga beralih kepada aplikasi *marketplace*. Keamanan dalam proses transaksi belanja menjadi belum maksimal. Tampilan antarmuka masih sangat sederhana, sehingga dirasa kurang begitu menarik. Fitur jasa pengiriman dan fitur pembayaran belum lengkap.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dengan kendala yang dihadapi diatas maka disarankan untuk segera melakukan pengurusan administratif terkait pembukaan rekening atas nama bisnis tersebut dan diperlukan peningkatan dalam hal keamanan sehingga bisa meminimalisir tindakan penipuan. Menambahkan berbagai inovasi desain antarmuka terhadap sistem agar bisa lebih banyak menarik pelanggan untuk berkunjung serta tertarik untuk membeli. Perlunya penambahan fitur pembayaran seperti *e-wallet* atau kartu kredit dengan cicilan 0%. Perlunya penambahan penggunaan jasa pengiriman sehingga dapat memudahkan pelanggann dalam pengiriman. Tentu saja sangat diperlukan adanya perawatan (*maintenance*) terhadap sistem secara berkala.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Pembelajaran yang praktikan peroleh dari Kerja Profesi ini adalah tercapainya tujuan dalam penelitian ini menjadikan praktikan lebih berantusias untuk terus belajar seiring berkembangnya teknologi dan praktikan telah mengimplementasikan mata kuliah yang telah dipelajari seperti Interaksi Manusia dan Komputer (IMK), Proses Bisnis, E-Commerce, Customer Relationship Management (CRM), dan mata kuliah lainnya yang saling terkait dalam program studi Sistem Informasi. Dalam penelitian ini praktikan mendapat pengalaman dalam Metode Riset, sehingga menghasilkan karya ilmiah.