

SISTEM INFORMASI PEMASARAN PRODUK KUE SERABI BERBASIS *WEB* DI DESA PASAR BANTAL

Putri Lizal Salsabila¹, Gunawan²

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Jln. Bali, Kp. Bali, Tlk. Segara, kota Bengkulu

E-mail: Putrilizal89@gmail.com¹, gunawan@umb.ac.id²

Abstrak - Dengan kemajuan teknologi informasi yang terus menerus, informasi menjadi semakin penting dalam kehidupan sehari-hari. Seiring dengan semakin mengglobalnya dunia, orang-orang menggunakan teknologi untuk mempermudah berbagai tugas dalam kehidupan sehari-hari. Penerapan teknologi informasi dibayangkan sebagai alat penting bagi pertumbuhan manusia. Banyak pengusaha atau perusahaan-perusahaan maju baik dalam negeri maupun luar negeri memasarkan produknya menggunakan jasa internet, baik hanya untuk iklan maupun langsung melakukan transaksi secara online, namun masih ada juga yang belum mencoba jasa internet seperti menggunakan media web untuk menawarkan produknya. Salah satunya adalah “Kue Serabi di Desa Pasar Bantal”. Kue serabi adalah jajanan tradisional ciri khas Desa Pasar Bantal. Permasalahannya kue lokal yang dibuat ini belum menggunakan pemanfaatan teknologi dalam memasarkan hasil pembuatan, mereka masih menggunakan metode konvensional sehingga dari permasalahan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini. Agar produk kue yang dihasilkan dapat dikenal, dan dikonsumsi oleh masyarakat luas. Untuk diketahui masyarakat luas penulis berharap nantinya penelitian ini dapat memberikan solusinya yaitu ingin memperkenalkan atau membangkitkan kembali ciri khas kue Desa Pasar Bantal.

Kata Kunci: Sistem Informasi, Pemasaran, Kue Serabi, *Rapid Application Development (RAD)*, *Website*

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi saat ini terjadi dengan kecepatan yang luar biasa. Keberhasilan hal ini tidak hanya bergantung pada kemajuan peralatan teknologi dan program perangkat lunak, namun juga pada pengembangan yang konsisten dari penggunaannya. Teknologi informasi, juga disebut sebagai TI, melibatkan penerapan teknologi baru. Manajemen informasi mencakup semua operasi yang terlibat dalam perolehan, manipulasi, pengorganisasian, penyimpanan, dan pemanfaatan data. Kemajuan teknologi mutakhir semakin cepat setiap tahunnya, karena perangkat menjadi semakin kompak namun tetap menawarkan kemampuan pertukaran data komprehensif yang akan menjadi lebih umum di masa depan. Perkembangan sistem informasi sejalan dengan kemajuan manusia, sehingga memunculkan gagasan teknologi informasi. Perjalanan ini dimulai dengan penggambaran visual, seperti gambar dan konten tertulis, dan berlanjut ke ranah informasi yang mudah diakses yang disebut internet. Proses pengelolaan, penyampaian, dan pengembangan informasi telah bertransisi dari yang sederhana menjadi strategis (Suwarni et al., 2022).

Dengan kemajuan teknologi informasi yang terus menerus, informasi menjadi semakin penting dalam kehidupan sehari-hari. Seiring dengan semakin mengglobalnya dunia, orang-orang menggunakan teknologi untuk mempermudah berbagai tugas dalam kehidupan sehari-hari. Penerapan teknologi informasi merupakan alat dasar bagi manusia untuk mengubah data menjadi pengetahuan. Informasi tersebut kemudian

dimanfaatkan dan digunakan oleh orang-orang, baik secara perlahan maupun cepat, untuk melakukan pekerjaan dan aktivitas lainnya. Perkembangan teknologi informasi akan selalu mendorong kebutuhan manusia yang semakin kompleks dan beragam. Dengan kemajuan teknologi informasi yang terus menerus, informasi menjadi semakin penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Seiring dengan semakin mengglobalnya dunia, orang-orang menggunakan teknologi untuk mempermudah berbagai tugas dalam kehidupan sehari-hari. Penerapan teknologi informasi dibayangkan sebagai alat penting bagi pertumbuhan manusia (Prayudi, 2021).

Pemasaran memainkan fungsi penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dalam siklus permintaan dan penawaran. Operasi pemasaran memainkan peran penting dalam mempertahankan, memperluas, dan menghasilkan keuntungan bagi bisnis di lingkungan korporat. Upaya pemasaran suatu perusahaan harus mengutamakan penyampaian kebahagiaan konsumen untuk menjamin keberlangsungan bisnis. Untuk mencapai kepuasan konsumen yang bertahan lama, organisasi harus menggunakan pemasaran sebagai strategi bisnis yang gigih, bukan upaya sementara. Tujuan utamanya adalah untuk memastikan kepuasan jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk investor, pemilik perusahaan, konsumen, dan karyawan, dengan cara yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial. Organisasi berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan seluruh pemangku kepentingan yang terkait dengan gagasan ini (Ambar Lukitaningsih, 2019).

Pemanfaatan internet sebagai sumber informasi telah menunjukkan kemandirian dan efisiensinya dalam menyediakan informasi yang dapat diakses oleh individu terlepas dari keterbatasan lokasi dan waktu mereka. Situs web memberikan pengaruh besar pada perusahaan atau bisnis. Konsumen dapat dengan mudah mengakses layar komputer dari rumah atau kantor mereka untuk melihat produk, mengumpulkan informasi, dan melakukan pemesanan menggunakan pilihan yang tersedia. Hal ini memungkinkan konsumen menghemat waktu dan biaya dengan menghilangkan kebutuhan akan kunjungan langsung, sehingga memfasilitasi pengambilan keputusan yang cepat. Transaksi online memungkinkan bisnis dan konsumen menjalin kontak langsung tanpa dibatasi oleh waktu atau geografi. Oleh karena itu, sistem pemasaran web memiliki kapasitas untuk menargetkan calon pembeli, melampaui batas geografis Desa Pasar Bantal (Ita Dewi Sintawati, 2019).

Kue Serabi, makanan penutup tradisional yang diproduksi sejak tahun 1943, merupakan salah satu contoh produk yang belum sepenuhnya memanfaatkan layanan online untuk tujuan pemasaran. Meskipun banyak pengusaha, baik domestik maupun internasional, telah memanfaatkan internet sebagai platform untuk mempromosikan produk mereka, masih ada sebagian pengusaha yang belum menggunakan media digital sebagai metode untuk memamerkan produk mereka. Hal ini mengakibatkan terbatasnya visibilitas dan pemahaman masyarakat terhadap kue serabi yang diproduksi di desa tersebut. Untuk mengetahui kemungkinan pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan jangkauan pemasaran produk kue serabi agar lebih dikenal dan dikonsumsi secara luas, maka dilakukan suatu studi penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menginformasikan dan menghidupkan kembali keunikan kue tradisional Desa Pasar Bantal, yaitu kue serabi, kepada masyarakat luas. Selain fokus pada aspek pemasaran produk, penelitian ini juga akan memaparkan informasi mengenai kue serabi sebagai salah satu ciri khas tradisional dari Desa Pasar Bantal. Kue serabi dibuat dari bahan dasar seperti beras yang dihaluskan, santan kelapa, dan garam. Terdapat variasi kue serabi seperti varian manis dengan gula putih dan aroma pandan, serta versi dengan kuah. Tekstur kue serabi cenderung empuk dan memiliki cita rasa gurih yang khas. Proses pembuatannya dengan menggunakan tungku memberikan sentuhan rasa yang istimewa pada kue serabi ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperkenalkan kembali serta mempertahankan keaslian dan kekhasan kue serabi Desa Pasar Bantal kepada masyarakat secara luas (Adawiah *et al.*, 2021).

Berdasarkan hasil pengamatan penulis pada produk kue serabi terdapat beberapa kekurangan dalam sistem informasi bertumpu pada kekurangan tersebut. Maka dengan adanya sistem pemasaran

berbasis web, penulis berharap untuk dapat membangun sistem pengolahan informasi yang terintegrasi yang dapat mendukung kegiatan pemasaran, sehingga informasi pada produk kue serabi di desa pasar bantal dapat diakses oleh konsumen kapan pun dan dimana pun. Maka penulis tema tema penulisan skripsi ini dengan judul “sistem informasi pemasaran produk kue serabi di Desa Pasar Bantal berbasis web”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis akan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya sebagai titik perbandingan, penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Emi Suwarni, Maidiana Astuti, dkk. (2022) melakukan penelitian tentang pemasangan sistem pemasaran *E-commerce* produk batik tulis di Desa Balai Rejo. Studi ini menemukan bahwa para mitra menghadapi tantangan dalam mempromosikan produk mereka. Tantangan ini terjadi karena mereka secara eksklusif mempromosikan batik tulis mereka di pasar lokal dan belum memanfaatkan platform internet karena kurangnya pemahaman akan potensi batik mereka. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan *e-commerce* sebagai sarana promosi dan penjualan produk batik tulis. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif yang menggabungkan teknik kelembagaan dan partisipatif. Temuan menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* sebagai alat pemasaran diterima dengan baik oleh peserta di Desa Balai Rejo, dan mereka telah menunjukkan kompetensi dalam memanfaatkan pendekatan pemasaran digital ini. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital di beberapa platform dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk batik tulis di Desa Balai Rejo (Suwarni *et al.*, 2022).

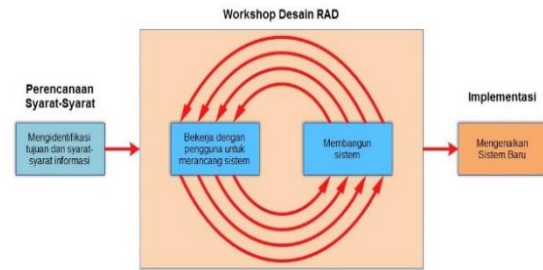
Dalam penelitiannya, Rina Oktiyani dan Hartati (2020) menyelidiki kemajuan taktik pemasaran item Ayam Barokah dengan memanfaatkan teknik pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk menggali potensi peningkatan strategi pemasaran produk Ayam Barokah menggunakan pemasaran digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif yang meliputi teknik reduksi data dan penyajian data. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempromosikan dan berbagi informasi mengenai produk Ayam Barokah kepada komunitas online, memanfaatkan beragam platform online seperti website dan media sosial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penurunan penjualan dapat dikaitkan dengan penurunan permintaan, terutama selama epidemi COVID-19. Untuk mengatasi penurunan penjualan dengan pendekatan tradisional, peternakan ayam Barokah beralih ke strategi pemasaran langsung, melewati perantara

dan langsung menysasar konsumen. Mereka menggunakan teknik pemasaran digital yang menggabungkan penggunaan media sosial dan selanjutnya ditingkatkan dengan pembuatan situs web. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa sangat penting untuk mengantisipasi penurunan penjualan yang cepat selama epidemi. Ayam Barokah dapat dipromosikan secara online melalui taktik pemasaran digital, yang melibatkan penggunaan situs *web* dan *platform* media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat (Hartanti and Oktiyani, 2020).

DYonanthon , RB Yohanes Hanggoro Panji H, DKK (2023) melakukan penelitian yang berjudul sistem informasi pemassaran kue dan cake berbasis web menggunakan metode RAD Di,zi Chel Cake sawangan baru depok. Tujuan dari proyek ini adalah untuk menciptakan sistem berbasis web untuk mengelola dan mempromosikan kue dan informasi terkait kue. Studi ini menyoroti pemanfaatan pendekatan RAD (*Rapid Application Development*) karena manfaatnya berupa percepatan pengembangan, pengurangan biaya, dan konsentrasi pada prospek yang menguntungkan. Keterlibatan pengguna mengambil peran penting dalam metodologi ini, memungkinkan mereka mengevaluasi prototipe fungsional selama proses pengembangan. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengevaluasi apakah hasil yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan mereka atau memerlukan peningkatan lebih lanjut. Pada sistem yang ditawarkan pada jurnal ini bertujuan untuk lebih efisien dalam pemasaran produk UMKM Zi'chel jadi kedepannya pemilik tidak harus mencari model atau contoh kue jika ada kosstumer baru atau lama yang menanyakan tentang produk dan model kue kering dan cake ulang tahun apa saja yang ada pada UMKM di jurnal ini. Temuan dalam publikasi ini menunjukkan bahwa sistem sepenuhnya siap berfungsi dalam kondisi dunia nyata, sehingga meyakinkan pengguna bahwa sistem mampu mencapai tujuan yang diinginkan (Djutralov *et al.*, 2023).

III. METODE PENELITIAN

Metude yang digunakan penulis dalam membangun sistem informasi pada penelitian ini adalah *Rapid Application Development* (RAD). Rad bertujuan untuk mempersingkat waktu dari waktu normal yang diperlukan antara perancangan dan penerapan sistem informasi.



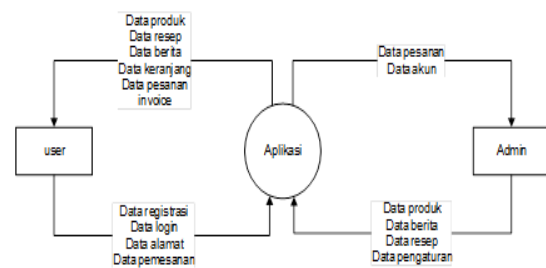
Gambar 1. Gambar Bagan RAD

Berikut penjelasan dari tahap tahap RAD

1. Fase Perancangan Syarat-Syarat
2. Fase Perancangan
3. Fase Konstruksi
4. Fase Pelaksanaan

Diagram Konteks

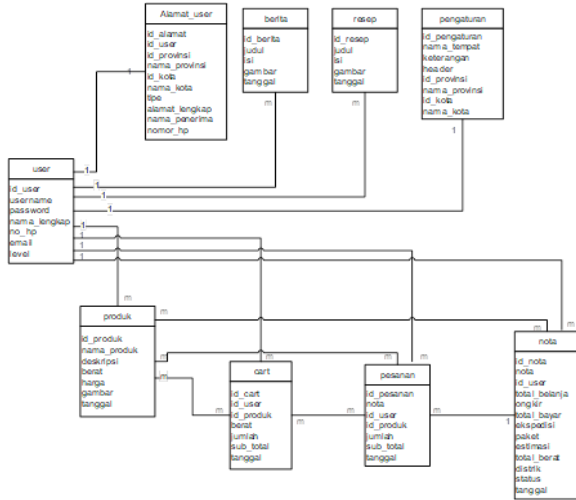
Mengambarkan secara umum siapa yang menginput data dan kepada siapa yang menginformasi diberikan. Sebelum admin menginput data admin harus *login* terlebih dahulu, sedangkan pengguna atau *user* bisa mencari informasi tanpa harus *login*.



Gambar 2. Diagram Konteks

Diagram ERD

Digunakan untuk merancang basis data, melihatkan hubungan atau relasi antar entitas atau objek yang terlihat.



Gambar 3. Diagram ERD

Tabel User

Tabel 1. User

No	Nama	Tipe	Panjang	Keterangan
1	id_user	int	11	primary key
2	Username	varchar	30	
3	Password	varchar	30	
4	nama_lengkap	varchar	30	
5	no_hp	varchar	15	
6	Email	varchar	50	
7	Level	varchar	30	

Tabel Alamat User

Tabel 2. Alamat User

No	Nama	Tipe	Panjang	Keterangan
1	id_alamat	Int	11	primary key
2	id_user	Int	11	
3	id_provinsi	Int	11	
4	nama_provinsi	varchar	50	
5	id_kota	Int	11	
6	nama_kota	varchar	50	
7	Tipe	varchar	50	
8	alamat_lengkap	Text		
9	nama_penerima	Varchar	50	
10	nomor_hp	Varchar	15	

Tabel Berita

Tabel 3. Berita

No	Nama	Tipe	Panjang	Keterangan
1	id_berita	Int	11	primary key
2	Judul	Varchar	200	
3	Isi	Text		
4	Gambar	Text		
5	Tanggal	Timestamp		current_timestamp

Tabel Resep

Tabel 4. Resep

No	Nama	Tipe	Panjang	Keterangan
1	id_resep	Int	11	primary key
2	judul	Varchar	200	
3	isi	Text		
4	gambar	Text		
5	Tanggal	Timestamp		current_timestamp

Tabel Produk

Tabel 5. Produk

No	Nama	Tipe	Panjang	Keterangan
1	id_produk	int	11	primary key
2	nama_produk	varchar	200	
3	deskripsi	text		
4	berat	varchar	11	
5	harga	int	11	
6	gambar	text		
7	Tanggal	timestamp		current_timestamp

Tabel Cart

Tabel 6. Cart

No	Nama	Tipe	Panjang	Keterangan
1	id_cart	Int	11	primary key
2	id_user	Int	11	
3	id_produk	Int	11	
4	berat	varchar	11	
5	jumlah	Int	11	
6	sub_total	Int	11	
7	Tanggal	timestamp		current_timestamp

Tabel Pesanan

Tabel 7. Pesanan

No	Nama	Tipe	Panjang	Keterangan
1	id_pesanan	int	11	primary key
2	nota	varchar	100	
3	id_user	int	11	
4	id_produk	int	11	
5	jumlah	int	11	
6	sub_total	int	11	
7	Tanggal	Timestamp		current_timestamp

Tabel Nota

Tabel 8. Nota

No	Nama	Tipe	Panjang	Keterangan
1	id_nota	Int	11	primary key
2	nota	Varchar	100	
3	id_user	Int	11	
4	total_belanja	Int	15	
5	ongkir	Int	15	
6	total_bayar	Int	15	
7	ekspedisi	Varchar	25	
8	paket	Varchar	25	
9	estimasi	Varchar	25	
10	total_berat	Varchar	11	
11	distrik	Int	11	
12	status	Varchar	50	
13	Tanggal	Timestamp		current_timestamp

Tabel Pengaturan

Tabel 9. Pengaturan

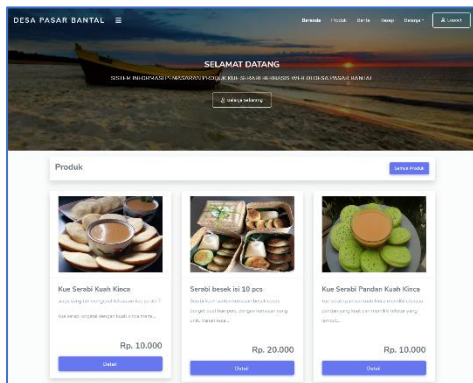
No	Nama	Tipe	Panjang	Keterangan
1	id_pengaturan	Int	11	primary key
2	nama_tempat	Varchar	200	
3	keterangan	Text		
4	header	Text		
5	id_provinsi	Int	11	
6	nama_provinsi	Varchar	200	
7	id_kota	Int	11	
8	nama_kota	Varchar	200	

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

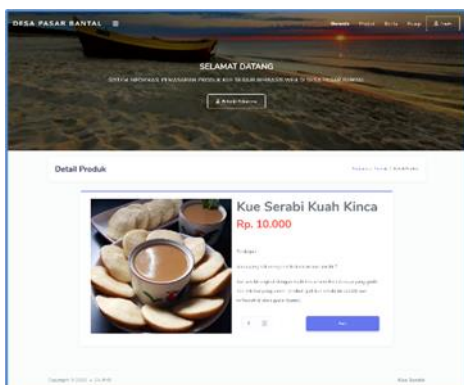
Penulis telah mengembangkan sistem informasi pemasaran produk kue serabi di Desa Pasar Bantal berbasis web dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL. Program ini terdiri dari dua komponen utama: antarmuka pengguna untuk pengguna biasa dan antarmuka administrasi untuk mengelola data aplikasi.

Halaman User



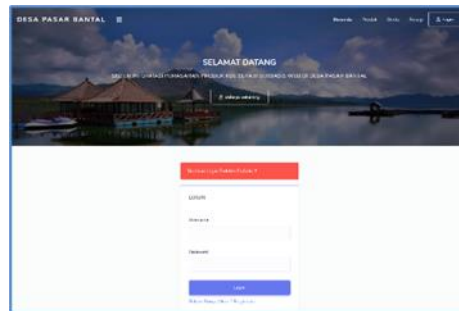
Gambar 4. Halaman Beranda User

Pada gambar 5, terdapat menu beranda, produk, berita, resep dan tombol login. Selain itu, terdapat card box yang menampilkan data kue serabi, resep kue serabi dan berita terbaru. Menu produk berfungsi untuk menampilkan halaman yang berisi semua data kue serabi yang dijual pada aplikasi.



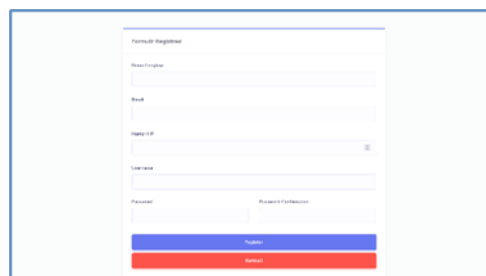
Gambar 5. Halaman Detail Produk

Pada gambar 5, terdapat tombol beli merupakan tombol yang berfungsi untuk melakukan proses pemesanan kue serabi dimana ketika diklik dalam kondisi belum login, maka aplikasi akan menampilkan halaman dengan form login seperti pada gambar di bawah ini :



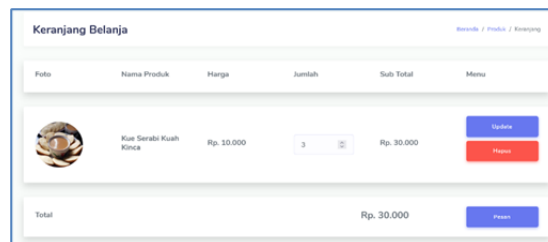
Gambar 6. Halaman Login

Pada gambar 6 terdapat halaman login, form login menampilkan input teks username dan password dengan tombol login dan menu registrasi akun baru. Untuk user yang belum memiliki akun bisa klik menu registrasi tersebut sehingga aplikasi menampilkan form registrasi user baru. Form tersebut berisi input teks nama lengkap, email, nomor hp, username, password, password confirmation, tombol register dan tombol kembali. User diharuskan untuk mengisi semua input teks tersebut sehingga proses pendaftaran akun baru bisa dilanjutkan dengan klik tombol register.



Gambar 7. Halaman Registrasi

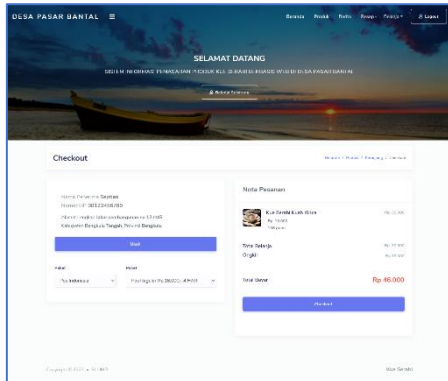
Pada gambar 7 terdapat halaman registrasi, setelah selesai melakukan proses registrasi akun baru, maka username dan password yang diisi tersebut bisa digunakan untuk mengisi form login. Aplikasi akan menampilkan halaman beranda user dengan tambahan menu belanja dan tombol logout. User sudah bisa melakukan proses pemesanan kue serabi dengan klik tombol beli pada halaman detail produk kue serabi yang ingin dipesan.



Gambar 8. Halaman Keranjang

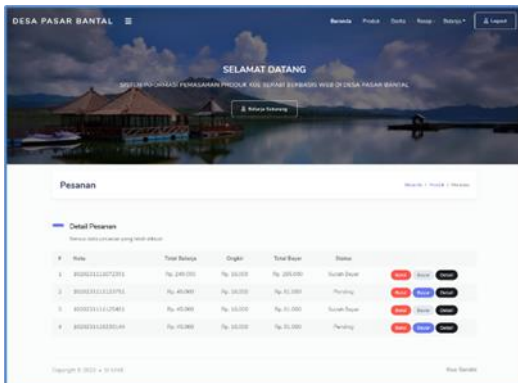
Pada gambar 8 terdapat halaman keranjang, aplikasi menampilkan data kue serabi yang ingin dipesan dengan input teks jumlah, tombol update,

hapus dan pesan. *User* bisa melakukan pemesanan kue serabi lainnya di tahap ini dan jika sudah selesai maka *user* bisa klik tombol pesan sehingga aplikasi menampilkan halaman checkout seperti pada gambar 9.



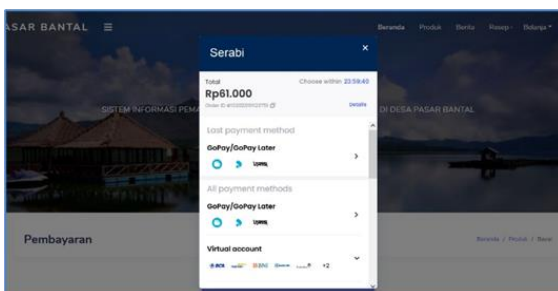
Gambar 9. Halaman Cekout

Pada gambar 9 tahap ini, *user* diminta untuk memilih paket ekspedisi yang bisa digunakan untuk pengantaran dan aplikasi akan menghitung total belanja ditambah biaya dari ongkos kirim yang dipilih. Setelah *user* mengkonfirmasi total biaya, maka bisa klik tombol *checkout* untuk menyelesaikan pemesanan dan aplikasi akan menampilkan halaman nota.



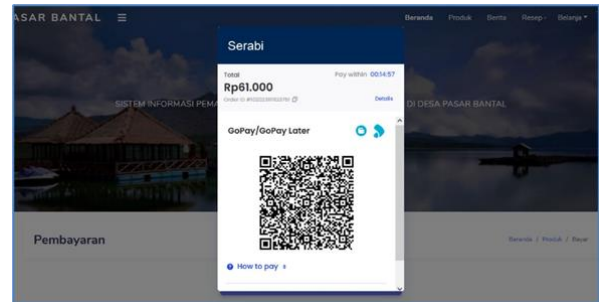
Gambar 10. Halaman Nota

Pada gambar 10 halaman nota, aplikasi memberikan tiga tombol yang bisa digunakan *user*, seperti tombol batal, bayar dan detail. Tombol batal berfungsi untuk menghapus data pemesanan yang telah dibuat, tombol bayar digunakan untuk melakukan proses pembayaran.



Gambar 11. Tampilan Pembayaran

Pada gambar 11 tampilan pembayaran, *user* bisa pilih metode pembayaran yang ingin digunakan, setelah itu aplikasi menampilkan cara pembayarannya.



Gambar 12. Cara Pembayaran

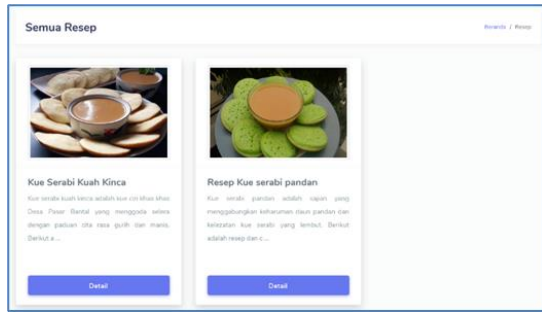
Pada gambar 12 proses pembayaran, *user* memilih pembayaran menggunakan dompet digital sehingga bisa langsung *scan QRCode* yang ditampilkan oleh aplikasi dan melakukan pembayarannya. Setelah melakukan pembayaran, tombol batal dan bayar pada halaman pesanan akan dinonaktifkan sehingga hanya bisa menggunakan tombol detail yang berfungsi untuk menampilkan halaman *invoice* pemesanan tersebut.

Halaman *invoice* menampilkan data pemesanan yang terdiri dari data penerima, data pengirim, detail pesanan dan tombol kembali. Detail pesanan terdiri dari tabel data produk yang dipesan berupa data nama produk, harga, jumlah, total harga, sub total belanja, ongkos kirim dan total bayar. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada gambar 13.



Gambar 13. Halaman Invoice

Pada gambar 13 halaman *invoice* menampilkan data pemesanan yang terdiri dari data penerima, data pengirim, detail pesanan dan tombol kembali. Detail pesanan terdiri dari tabel data produk yang dipesan berupa data nama produk, harga, jumlah, total harga, sub total belanja, ongkos kirim dan total bayar.



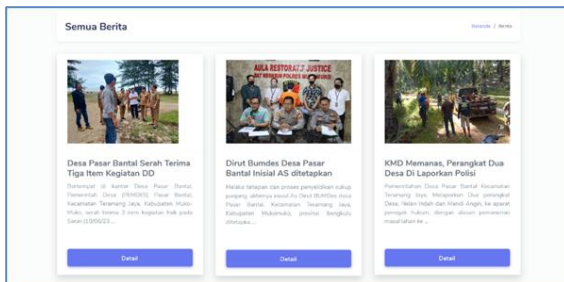
Gambar 14. Halaman Resep

Selain proses pemesanan kue serabi, pada gambar 15 halaman *user* juga terdapat data resep pembuatan kue serabi yang bisa diakses dengan klik menu resep yang ada pada menu utama.



Gambar 15. Halaman Detail Resep

Selain proses pemesanan kue serabi, pada gambar 15 halaman *user* juga terdapat data resep pembuatan kue serabi yang bisa diakses dengan klik menu resep yang ada pada menu utama.



Gambar 16. Halaman Berita

Pada gambar 16 terdapat Menu berita berfungsi untuk menampilkan halaman yang berisi data berita seputar desa Pasar Bantal.



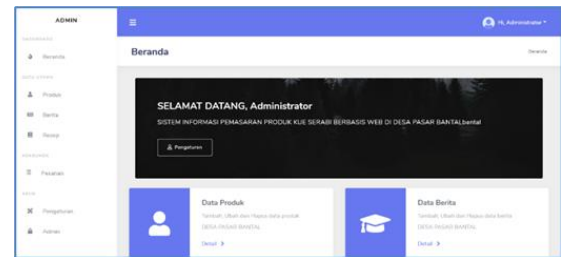
Gambar 17. Halaman Detail Berita

Pada gambar 17 Halaman berita juga menampilkan data yang sama dengan resep, yaitu

judul, gambar dan sebagian keterangan dengan tombol detail yang bisa digunakan untuk menampilkan keseluruhan data berita.

Halaman Admin

Halaman admin merupakan halaman yang digunakan untuk mengelola data yang ada pada aplikasi dan untuk mengakses halaman ini karena harus login dengan mengisi *username* dan *password* pada halaman login seperti pada gambar 18.



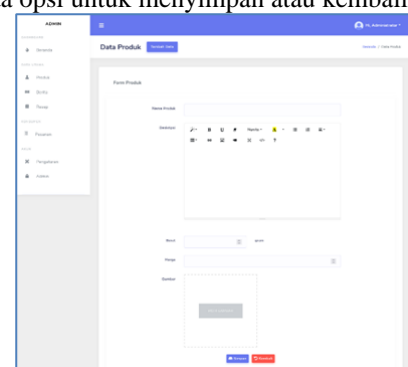
Gambar 18. Halaman Beranda Admin

Setelah berhasil login, pada gambar 19 aplikasi menampilkan halaman beranda admin lengkap dengan menu utama yang bisa digunakan untuk mengelola data pada aplikasi. Menu utama tersebut adalah menu beranda, produk, berita, resep, pesanan, pengaturan, admin dan logout. Menu produk digunakan untuk menampilkan halaman yang mengelola data produk.



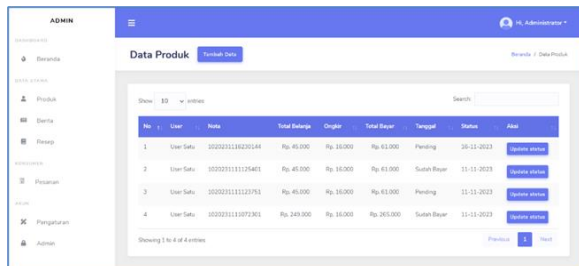
Gambar 19. Halaman Produk

Halaman produk pada Gambar 19 menampilkan tombol fungsi seperti "Tambah Data", "Edit", dan "Hapus". Tombol "Tambah Data" berfungsi untuk meluncurkan formulir tambahan untuk data produk, yang mencakup kolom input teks untuk nama produk, deskripsi, berat, harga, gambar, beserta opsi untuk menyimpan atau kembali.



Gambar 20. Halaman Form Tambah Data Produk

Pada gambar 20, Tombol edit pada tabel data produk berfungsi untuk menampilkan form ubah data produk yang sama dengan form tambah data produk, berisi input teks nama produk, deskripsi, berat, harga, gambar, tombol simpan dan tombol kembali



Gambar 21. Halaman Pesanan

Pada gambar 21 terdapat Menu pesanan berfungsi untuk menampilkan tabel pesanan yang telah dibuat user, seperti data user, nota, total belanja, ongkir, total bayar, tanggal dan status pesanan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sistem informasi pemasaran produk kue serabi berbasis web di desa Pasar Bantal telah berhasil dibangun menggunakan kode pemrograman php dan database MySQL. Kesimpulan yang bisa diambil dari pembahasan pada bab sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. Aplikasi dibangun dalam dua bagian, yaitu bagian user dimana proses pemesanan kue serabi diproses dan bagian admin sebagai tempat mengelola data aplikasi
2. Aplikasi bisa menampilkan data produk yaitu kue serabi, resep pembuatan kue serabi dan berita terbaru seputar desa Pasar Bantal.
3. Aplikasi ini dapat melakukan pemesanan kue serabi dengan ongkos kirim menggunakan API Raja Ongkir dan pembayaran menggunakan Midtrans.

Saran

Aplikasi yang telah dikembangkan masih memiliki beberapa kekurangan, terutama dalam hal tampilan dan data. Penulis berharap adanya masukan dan saran yang dapat membantu dalam pengembangan aplikasi agar dapat menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Aden, A., & Anggela Supriyanti. (2020). Prediksi Jumlah Calon Peserta Didik Baru Menggunakan Metode Double Exponential Smoothing Dari Brown. *Lebesgue*, 1(1), 56–62. <https://doi.org/10.46306/lb.v1i1.14>

Aziza, J. N. A. (2022). Perbandingan Metode Moving Average, Single Exponential Smoothing, dan Double Exponential Smoothing Pada Peramalan Permintaan Tabung Gas LPG PT Petrogas Prima Services. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(1), 35–41.

Fauziah, A. A. (2018). Hubungan antara budaya sekolah dengan mutu sekolah di sma muhammadiyah 18 sunggal. Universitas Negeri Islam Sumatra Utara.

Ghosh, A. (2019). Forecasting. *Critical Terms in Futures Studies*, 1999, 127–130. https://doi.org/10.1007/978-3-030-28987-4_20

Handoko, W. (2019). Prediksi Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Metode Single Exponential Smoothing (Studi Kasus: Amik Royal Kisaran). *JURTEKSI (Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi)*, 5(2), 125–132. <https://doi.org/10.33330/jurteks.v5i2.356>

Kurniagara. (2017). Penerapan Metode Exponential Smoothing Dalam Memprediksi Jumlah Siswa Baru. *Jurnal Pelita Informatika*, 16(3), 214–220.

Liantoni, F., & Agusti, A. (2020). Forecasting bitcoin using double exponential smoothing method based on mean absolute percentage error. *International Journal on Informatics Visualization*, 4(2), 91–95. <https://doi.org/10.30630/joiv.4.2.335>

Mirdaolivia, M., & Amelia, A. (2021). Metode Exponential Smoothing Untuk Forecasting Jumlah Penduduk Miskin Di Kota Langsa. *Jurnal Gamma-Pi*, 3(1), 47–52. <https://doi.org/10.33059/jgp.v3i1.3771>

Nabilah, I., & Ranggadara, I. (2020). Mean Absolute Percentage Error untuk Evaluasi Hasil Prediksi Komoditas Laut. *JOINS (Journal of Information System)*, 5(2), 250–255. <https://doi.org/10.33633/joins.v5i2.3900>

Nurvianti, I., Setiawan, B. D., & Bachtiar, F. A. (2019). Perbandingan Peramalan Jumlah Penumpang Keberangkatan Kereta Api di DKI Jakarta Menggunakan Metode Double Exponential Smoothing dan Triple Exponential Smoothing. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(6), 5257–5263.

Purwanza dkk., S. W. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi. In *News.Ge* (Issue March).

Rahayu, P. W., & Bernadus, I. N. (2021). Penerapan Metode Single Exponential Smoothing Pada Peramalan Penerimaan Siswa Baru. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2a), 122–127. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2a.204>

Ridwan, M., Purnomo, H., & Oktyajati, N. (2021). Peramalan Produksi Beras di Provinsi Jawa

- Tengah. *Tekinfo: Jurnal Ilmiah Teknik Industri Dan Informasi*, 9(2), 114–126.
- Rizkita, K., & Supriyanto, A. (2020). Komparasi kepemimpinan pendidikan di Indonesia dan Malaysia dalam upaya peningkatan mutu pendidikan. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 8(2), 155–164. <https://doi.org/10.21831/jamp.v8i2.32362>
- Sangup, S., & Papilaya, F. S. (2023). Prediksi Jumlah Siswa Menggunakan Metode Double Exponential Smoothing pada SD 07 Dungkan. 7(2), 1270–1274.
- Suryadi, R. A. (2018). *Ilmu Pendidikan Islam*. Deepublish.
- Vimala, J., & Nugroho, A. (2022). Forecasting Penjualan Obat Menggunakan Metode Single, Double, Dan Triple Exponential Smoothing (Studi Kasus : Apotek Mandiri Medika). *IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 1(2), 90–99. <https://doi.org/10.24246/itexplore.v1i2.2022.pp90-99>
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. H. M. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (RnD)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.