Prosiding Seminar Implementasi Teknologi Informasi dan Komunikasi
Vol. 1, No. 2, Agustus 2022
ISSN: 2809-9834, DOI: 10.31284/p.semtik.2022-1.3159

Pembuatan *Website* Katalog UMKM Wellsaid Menggunakan Metode Waterfall

Dedy Sukristuaji, Farros Fauzan Rahmatullah, Moh Hafidz Mawardi, Maftahatul Hakimah

Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

*Penulis korespondensi. E-mail: hakimah.maftah@gmail.com

ABSTRACT

In the midst of the rapid development of fashion brands among the public, local brands are often underestimated when compared to foreign brands. In order to increase trust in local brands, MSME Wellsaid is here to introduce local brands to the public. However, Wellsaid's MSMEs are still not growing rapidly among the community due to the less than optimal promotional media. Based on this, the author tries to solve the problem of Wellsaid SMEs by creating a catalog website as a promotional medium for Wellsaid SMEs to the public. By using the waterfall method. As a result, the website was completed and got 72.17% results, which means that the website created is included in the FEASIBLE category according to the Likert Scale standard used by the author.

Keywords

UMKM
Brand Lokal
Fashion
HTML
CSS

ABSTRAK

Di tengah cepatnya perkembangan brand *fashion* dikalangan masyarakat, brand lokal sering dianggap remeh jika dibandingkan dengan brand luar negri. Dalam rangka meningkatkan rasa percaya terhadap brand lokal, UMKM Wellsaid hadir untk memperkenalkan brand lokal kepada masyarakat. Namun UMKM Wellsaid masi belum berkembang pesat dikalangan masyarakat dikarenakan media promosi yang kurang maksimal. Berdasarkan hal tersebut penulis mencoba untuk memecahkan masalah UMKM Wellsaid dengan cara membuat *website* katalog sebagai media promosi UMKM Wellsaid kepada masyarakat. Dengan menggunakan metode waterfall. Hasilnya *website* selesai dibuat dan mendapat hasil 72.17% yang berarti *website* yang dibuat termasuk dalam kategori LAYAK sesuai standar Skala Likert yang digunakan penulis.

PENDAHULUAN

Perkembangan *fashion* di Indonesia cukup pesat dengan dukungan pemuda-pemuda yang mempunyai pemikiran kreatif dan inovatif. Namun pada tahun tahun sebelumnya brand luar negri lebih mendominasi di pasar *fashion* indonesia, Sehingga membuat masyarakat indonesia menganggap brand luar negeri lebih baik dibandingkan dengan brand lokal [1].

Ini membuat perkembangan brand lokal di Indonesia menjadi melemah pada tahun-tahun sebelumnya. Dalam rangka meningkatkan kepercayaan orang Indonesia terhadap brand lokal, UMKM Wellsaid hadir untuk memperkenalkan kualitas brand lokal yang tidak kalah jauh dari kualitas brand luar negri.

UMKM Wellsaid merupakan brand *fashion* lokal yang berdiri sejak tahun 2019 yang saat ini berusaha mengembangkan desain-desain yang menarik untuk mampu bersaing dengan brand-brand luar lainnya. Namun UMKM Wellsaid masih belum berkembang pesat di kalangan masyarakat dikarenakan media promosi yang kurang maksimal. Berdasarkan hal tersebut penulis mencoba untuk memecahkan masalah UMKM Wellsaid dengan cara membuat *website* katalog sebagai media promosi UMKM Wellsaid kepada masyarakat..

TINJAUAN PUSTAKA

Fashion

Fashion memiliki banyak pengertian. *Fashion* dapat diartikan sebagai gaya berpakaian seseorang yang digunakan baik dalam kesehariannya atau hanya pada acara tertentu untuk menunjang penampilan. *Fashion* juga dapat diartikan sebagai gaya berbusana yang populer dalam

suatu budaya. ada juga pendapat bahwa *fashion* diartikan sebagai gaya berpakaian yang menentukan penampilan seseorang. Namun *fashion* sendiri dalam bahasa Inggris memiliki arti gaya, cara, model, dan kebiasaan.

Saat ini *fashion* sangat erat hubungannya dengan gaya hidup, Cara berpakaian seseorang dapat menjadi tolak ukur gaya hidupnya. Gaya hidup-pun seiring berjalannya waktu ikut menentukkan dan menunjukkan status sosial seseorang. *Fashion* tidak selalu berhubungan dengan gaya berpakaian saja, tetapi dengan gaya rambut, aksesoris, dan lain-lain yang berhubungan dengan penampilan seseorang [2].

UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan usaha yang memproduksi barang dan jasa, Barang dan jasa yang diproduksi bisa sangat bervariatif dan berasal dari daerah setempat. Setiap pelaku industri harus memahami tren industri karena itu hal yang paling penting agar bisnis UMKM tidak rugi karena ketinggalan tren [3].

Skala Likert

Skala likert adalah skala pengukuran yang dikembangkan oleh Likert (1932). Skala likert merupakan salah satu skala yang digunakan untuk mengukur data yang sifatnya kuantitatif dan kualitatif, Skala ini biasanya digunakan untuk melengkapi jawaban responden terhadap kuisioner yang telah diberikan[4]. Berikut standart kategori untuk skala likert yang akan dipakai.

Skala Likert	Kategori
0 - 19,99%	Sangat Tidak Layak
20% -39,99%	Tidak Layak
40% - 59,99%	Cukup
60% - 79,99%	Layak
80% - 100%	Sangat Layak

Tabel 1. Standart Skala Likert

Katalog

Dengan katalog produk, perusahaan dapat memberikan informasi setiap produk yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan kepada para konsumen. Katalog produk bisa dikatakan sebagai media informasi dan media promosi untuk konsumen, dengan tujuan agar konsumen tertarik untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

HTML

HTML merupakan singkatan dari *Hypertext Markup Language*. HTML adalah suatu bahasa yang biasa dipakai untuk menggambarkan struktur dari suatu halaman web[5]. HTML disimpan dalam sebuah file yang terdiri dari kombinasi teks dan simbol. Terdapat format khusus untuk membuat file HTML, format tersebut tertulis dalam standar kode internasional Bernama ASCII *(American Standard Code for Information Interchange).*

Fungsi HTML pada dasarnya yaitu untuk mengelola informasi atau data yang akan ditampilkan pada halaman suatu web. Dengan menggunakan serangkaian tags yang akan menyusun data atau informasi tadi menjadi hierarki yang membentuk bagian seperti *heading*, *paragraph*, gambar, dan lain-lain.

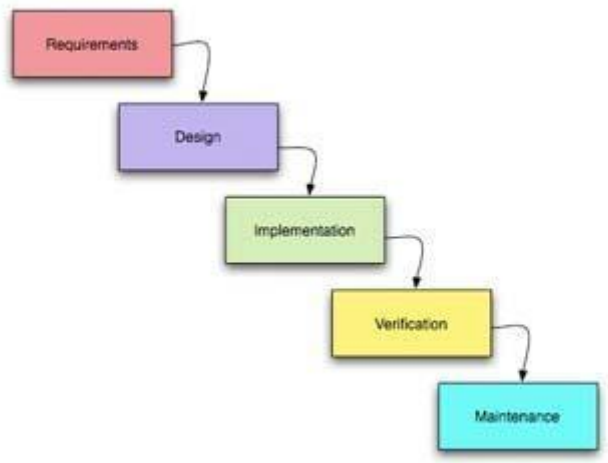
CSS

Cascading Style Sheets atau singkatnya CSS merupakan bahasa yang digunakan untuk merepresentasikan tampilan atau format halaman web[6]. CSS dipakai dalam memperbaiki tampilan elemen yang ada pada Bahasa *markup* seperti HTML. Dengan CSS, pengguna bisa dengan mudah mengganti gaya text seperti font atau warna, dapat juga mengatur gambar dan elemen-elemen lainnya yang ada pada halaman web.

METODE

Waterfall

Metode *waterfall* merupakan jenis model pengembangan aplikasi yang dilakukan secara sistematis atau berurutan, mulai dari tahap persiapan atau *requirements* sampai yang terakhir yaitu *maintenance*. Karena sifatnya yang sistematis atau berurutan, metode ini dinamakan metode air terjun. Berikut adalah urutannya :



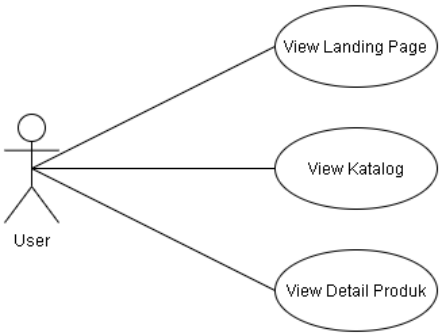
Gambar 1. Waterfall

Perancangan dan Desain Sistem

Dari hasil analisis, data dirancang menggunakan diagram, diantaranya :

Use case Diagram

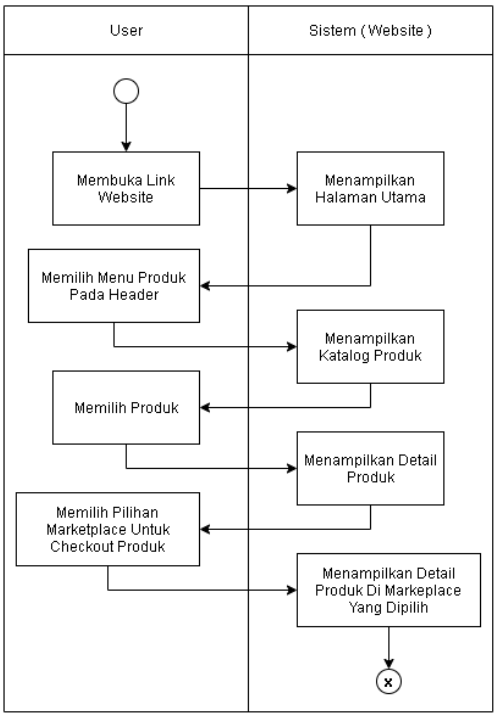
Use case diagram menunjukkan fungsionalitas *system*, *Use case diagram* dibawah ini menunjukkan bahwa pada *website* ini pengguna dapat melihat informasi pada halaman *landing page,* halaman katalog dan halaman detail produk. Gambar dibawah ini menunjukkan *use case diagram.*



Gambar 2. Use Case Diagram

Activity Diagram

Activity diagram menunjukkan runtutan alur sistem, *Activity diagram* dibawah ini menunjukkan runtutan alur penggunaan *website*. Gambar dibawah ini menunjukkan *activity diagram.*

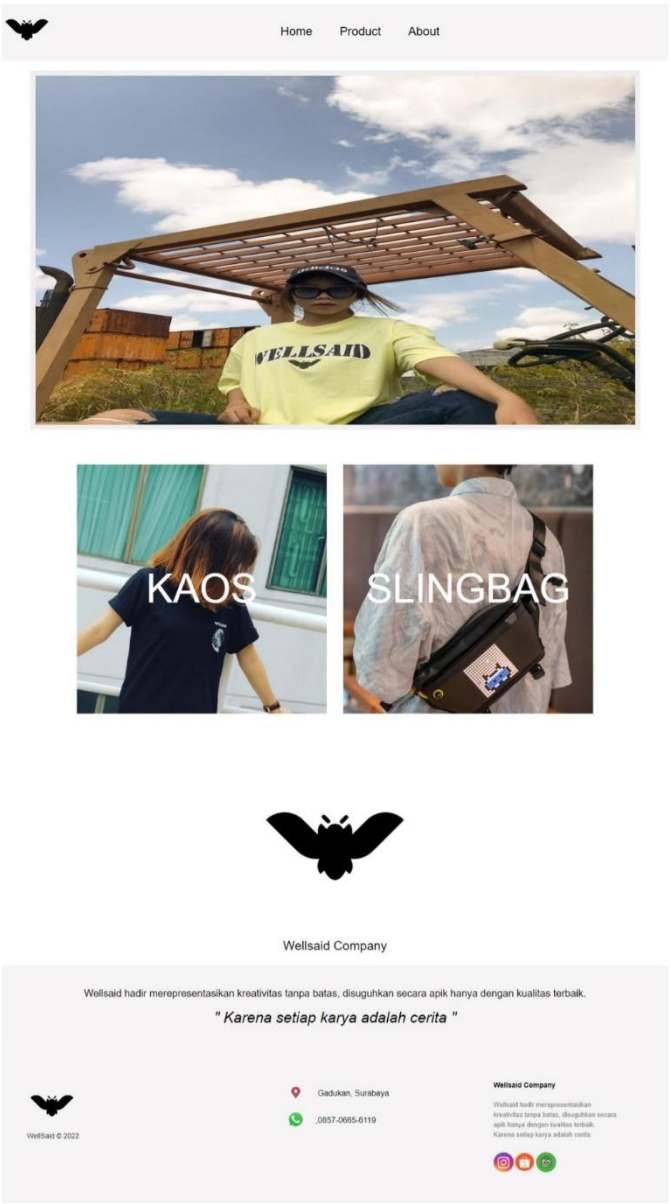


Gambar 3. Activity Diagram

HASIL DAN PEMBAHASAN

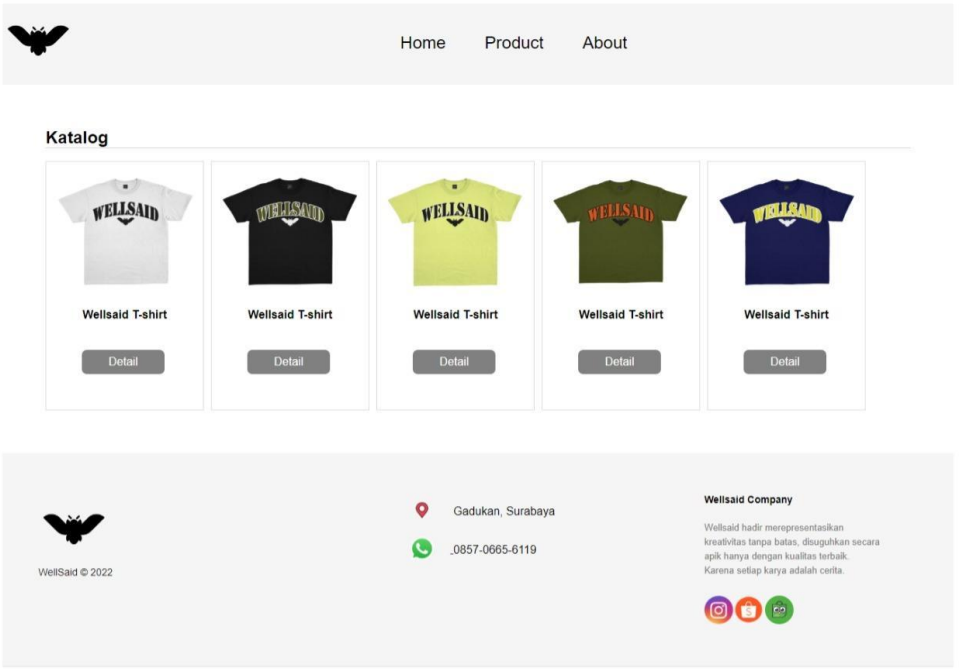
Implementasi Sistem

1. Halaman Utama
   Halaman ini merupakan home dari *website* ini, halaman ini menampilkan produk yang diiklankan, bisa juga menampilkan produk yang baru rilis. Tampilan pada halaman utama dapat dilihat pada gambar 4.



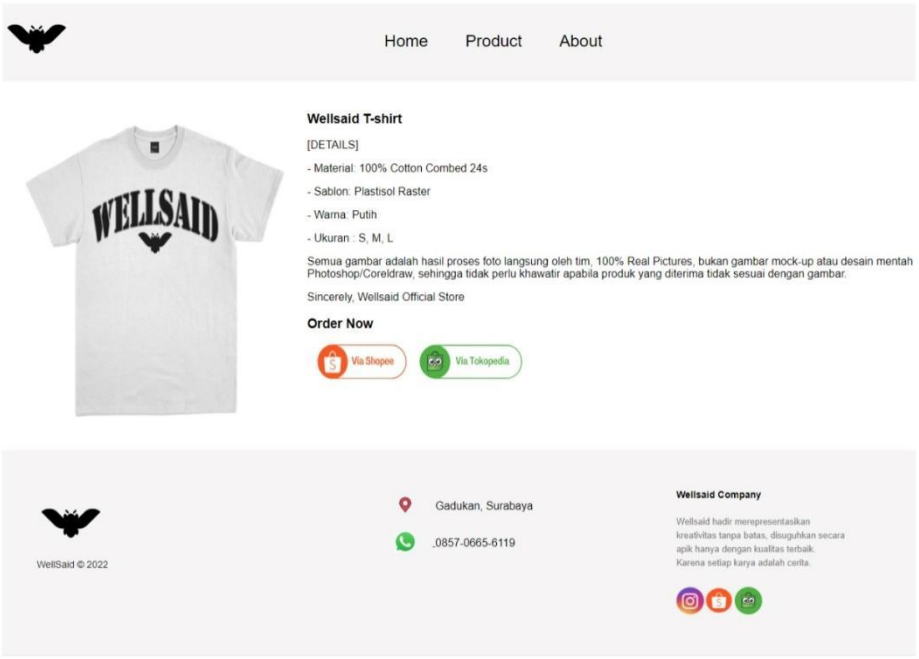
Gambar 4. Halaman Utama

2. Halaman Katalog
   Halaman ini berisi produk-produk yang dijual oleh pemilik *website*. Tampilan pada halaman katalog dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Halaman Katalog

3. Halaman Detail Produk
   Halaman ini menampilkan detail dari produk yang dipilih.berisi tentang informasi seperti bahan, ukuran, dan sebagainya. Tampilan pada detail produk dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Halaman Detail Produk

Pengujian Sistem

Penilaian terhadap *website* wellsaid dilakukan dengan cara menyebar kuisioner kepada calon konsumen ada sebanyak 30 responden yang telah mengisi kuisioner . Berikut hasil penilaian menggunakan skala likert :

No.	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS	Skor
1	Tampilan website terlihat menarik.	2	4	5	11	8	72.67%
2	Katalog website dapat menggambarkan produk	1	3	10	11	5	70.67%
3	Website ini membuat saya tertarik untuk membeli produk	0	8	6	12	4	68.00%
4	webiste ini mudah dipahami	0	7	6	11	8	77.33%
Total							72.17%

Tabel 2. Hasil Perhitungan

Berdasarkan perhitungan dengan skala likert, maka *website* katalog UMKM WELLSAID merupakan *website* yang layak untuk digunakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian sistem yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu dengan cara mengunpulkan hasil kuisoner kepada 30 orang, *website* Katalog UMKM WELLSAID mendapatkan skor sebesar 72.17%. dari skor tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Website* Katalog UMKM WELLSAID termasuk dalam *website* dengan kategori LAYAK sesuai dari standar Skala Likert yang digunakan penulis.

DAFTAR PUSTAKA

[1] E. Setiawan, "ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK *FASHION* LOKAL DAN IMPOR," J. Econ., vol. 10, no. 1, p. 10, 2014.

[2] S. Khairunnisa, "Pengolahan Limbah Styrofoam Menjadi Produk *Fashion*," vol. 3, no. 2, p. 16, 2016.

[3] A. Halim, "PENGARUH PERTUMBUHAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN MAMUJU," vol. 1, no. 2, p. 16, 2020.

[4] W. Budiaji, "Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert," vol. 2, no. 2, 2013, doi: 10.31227/osf.io/k7bgy.

[5] O. Pahlevi, A. Mulyani, and M. Khoir, "SISTEM INFORMASI INVENTORI BARANG MENGGUNAKAN METODE OBJECT ORIENTED DI PT. LIVAZA TEKNOLOGI INDONESIA JAKARTA," vol. 5, no. 1, p. 9, 2018.

[6] R. T. Djaelangkara, R. Sengkey, and O. A. LAntang, "Perancangan Sistem Informasi Akademik Sekolah Berbasis Web Studi Kasus Sekolah Menengah Atas Kristen 1 Tomohon," p. 9, 2015.