

# Pengembangan Aplikasi Penentuan Media Promosi Pelaku UMKM Berbasis Website

*by Fandi Yulian Pamuji*

---

**Submission date:** 21-Sep-2023 02:18PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2172406548

**File name:** enentuan\_media\_promosi\_pelaku\_UMKM\_berbasis\_website\_Terbaru.doc (1.51M)

**Word count:** 2499

**Character count:** 15555

## Pengembangan Aplikasi Penentuan Media Promosi Pelaku UMKM Berbasis Website

Edi Subiyantoro <sup>1</sup>, Ahmad Rofiqul Muslikh <sup>2</sup>, Fandi Yulian Pamuji<sup>3</sup>

8

<sup>1,2,3</sup> Universitas Merdeka Malang, Indonesia

### Info Artikel

#### Riwayat Artikel

Diterima: dd-mm-yyyy

Disetujui: dd-mm-yyyy

#### Kata Kunci

Aplikasi

Media Promosi

UMKM

Website

#### ✉ Corresponding Author

Nama,

Afiliasi,

Tel. +62 xxxxxxxxx

Email

### ABSTRAK

Dalam teknologi digital sekarang ini banyak ruang bagi pelaku UMKM di Indonesia untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan mengembangkan usaha ke pasar global. Kondisi sekarang ini pelaku UMKM di Indonesia sebagian ada yang belum paham dan mengerti tentang teknologi digital yang sekarang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem penentuan media promosi yang efektif dan efisien yang dapat memudahkan pelaku UMKM dalam meningkatkan volume penjualan produk dengan membangun aplikasi pemilihan media promosi UMKM berbasis website. Hasil pengujian sistem Aplikasi AHP UMKM berbasis Website menggunakan black box untuk menemukan masalah pada aplikasi ini dengan memastikan aplikasi benar sudah siap dipublikasikan. Hal tersebut berdasarkan pengujian black box dari halaman Kriteria, halaman Alternatif, halaman Nilai Preferensi AHP, halaman Analisa Kriteria, halaman Analisa Alternatif, halaman Laporan Ranking, halaman Laporan, halaman Profil dan Logout.

### PENDAHULUAN

Dalam teknologi digital sekarang ini banyak ruang bagi pelaku UMKM di Indonesia untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan mengembangkan usaha ke pasar global[1]. Kondisi sekarang ini pelaku UMKM di Indonesia sebagian ada yang belum paham dan mengerti tentang teknologi digital yang sekarang digunakan[2]. Pemanfaatan teknologi digital informasi salah satunya dengan menggunakan media digital yang dapat meningkatkan promosi produk penjualan pada para pelaku UMKM di Indonesia[3]. Dalam penelitian ini masalah yang terjadi pada penjualan UMKM di Indonesia yaitu penurunan jumlah penjualan UMKM untuk pelanggan pada era pandemi yang terjadi saat ini. Pemberdayaan UMKM salah satu strategis dalam meningkatkan perekonomian dari seluruh masyarakat di Indonesia dan para UMKM[4].

UMKM memiliki peran penting untuk memajukan dan memperkuat perekonomian terutama dalam penciptaan lapangan kerja para UMKM di Indonesia dan mendukung pendapatan penghasilan masyarakat sekitarnya[5]. Pemanfaatan pemasaran di teknologi digital ini menunjukkan kemajuan dalam promosi dan penjualan produk bagi UMKM untuk berkembang pesat dalam perekonomian di Indonesia[6].

Media merupakan sebuah sarana untuk mengelola informasi publik dengan berbagai macam media komunikasi grafis teks maupun gambar[7]. Komunikasi pemasaran merupakan sebuah pemasaran untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan jumlah pelanggan pada sasaran yang dituju dari perusahaan yang ditawarkan[8].

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem penentuan media promosi yang efektif dan efisien yang dapat memudahkan pelaku UMKM dalam meningkatkan volume penjualan produk dengan membangun aplikasi pemilihan media promosi UMKM berbasis website[9].

**METODE**

**Analytical Hierarchy Process (AHP)**

AHP merupakan sebuah hirarki fungsional untuk memecahkan masalah yang melibatkan variabel, kriteria maupun alternatif yang mana beberapa diantaranya bersifat kualitatif[10]. AHP mempunyai kelebihan untuk membuat proses system pengambilan keputusan yang dapat digambarkan secara grafis sehingga mudah dipahami oleh pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan tersebut[11]. AHP berfungsi untuk membuat suatu sistem didalam komponen dengan mengukur dampak dari komponen kesalahan system yang digunakan[12]. Dasar penggunaan metode AHP harus mengacu pada skala penilaian hierarki dapat diukur menggunakan yang ditunjukkan oleh Tabel 1 dibawah ini.

**Tabel 1.** Skala Penilaian Hierarki

Intensitas Kepentingan	Penjelasan
1	Kedua elemen mempunyai pengaruh yang sama
3	Kategori sedang dibandingkan dengan kepentingan lainnya
5	Kategori lebih dibandingkan dengan kepentingan lainnya
7	Kategori kuat dibandingkan dengan kepentingan lainnya
9	Kepentingan satu secara ekstrim lebih kuat dengan kepentingan lainnya

**Consistency**

Dalam menggunakan metode AHP harus mengetahui seberapa baik konsistensi hal yang penting di *Consistency Index(CI)*[13]. Berikut ini untuk menghitung *Consistency Index(CI)* dengan rumus dibawah ini.

$$CI = \frac{(\lambda_{max} - n)}{(n - 1)}$$

Dimana :

n = banyak elemen yang digunakan

Nilai eigen maksimum dari matriks perbandingan berpasangan mewakili tolak ukur vektor prioritas lokal untuk semua kriteria yang ditentukan[14]. Berikut ini menghitung *Consistency ratio(CR)* dengan rumus sebagai berikut:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Dimana :

CR = *Consistency Ratio*

CI = *Consistency Index*

RI = *Random Consistency Index*

19  
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

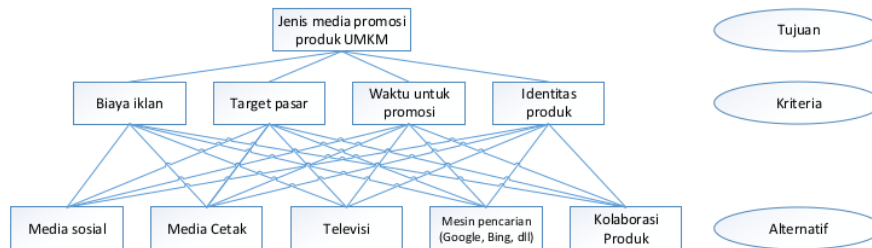
Beberapa kriteria dan alternatif pilihan yang digunakan sesuai dengan penelitian ini. Data AHP UMKM yang digunakan merupakan data yang didapatkan dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden para pelaku UMKM. Beberapa elemen yang digunakan dapat dilihat sesuai Tabel 3 yang ada di bawah ini.

**Tabel 3.** Daftar Random Konsistensi

Elemen Kriteria	Elemen Alternatif
Biaya Iklan	Media Sosial
	Media Cetak
	Televisi
	Mesin Pencarian
	Kolaborasi Produk
Target Pasar	Media Sosial
	Media Cetak
	Televisi
	Mesin Pencarian
	Kolaborasi Produk
Waktu Untuk Promosi	Media Sosial
	Media Cetak
	Televisi
	Mesin Pencarian
	Kolaborasi Produk
Identitas Produk	Media Sosial
	Media Cetak
	Televisi
	Mesin Pencarian
	Kolaborasi Produk

**Hierarki Keputusan**

Hierarki keputusan menggunakan beberapa elemen pendukung sesuai dengan elemen Tujuan, elemen Kriteria, dan elemen Alternatif yang telah dibuatkan dalam penelitian ini. Berikut hierarki keputusan dapat dilihat sesuai Gambar 1 yang ada dibawah ini.



**Gambar 1.** Hierarki Keputusan

## Aplikasi AHP UMKM

Aplikasi UMKM AHP merupakan aplikasi berbasis website yang dibuat dengan bahasa pemrograman PHP dan Frontend menggunakan HTML dan CSS kemudian database menggunakan database MySQL. Aplikasi AHP UMKM dapat diakses menggunakan perangkat laptop, tablet dan handphone dengan melalui aplikasi browser di perangkatnya masing-masing. Berikut ini tampilan form bagian Aplikasi AHP UMKM berbasis Website:

### Halaman Home

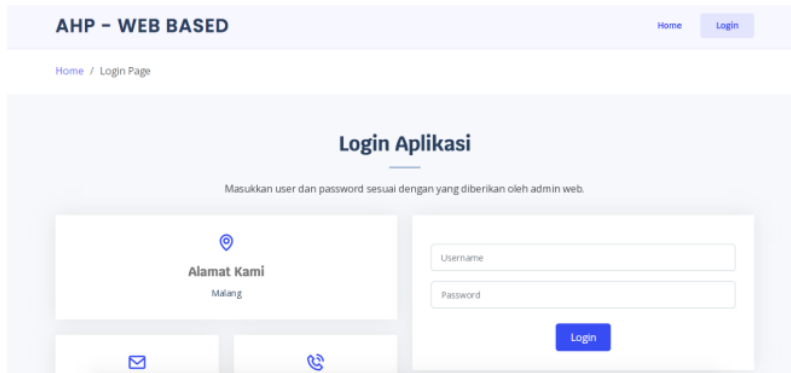
Berikut ini tampilan Halaman Home untuk tampilan awal sebuah aplikasi UMKM berbasis website sesuai Gambar 2 yang ada dibawah ini.



Gambar 2. Tampilan Halaman Home

### Halaman Login

Berikut ini tampilan Halaman Login untuk membatasi hak akses user di aplikasi UMKM sesuai username dan password yang sudah ditentukan sesuai Gambar 3 yang ada dibawah ini.



Gambar 3. Halaman Login

## Aplikasi AHP UMKM

Berikut ini tampilan Aplikasi AHP UMKM untuk melihat grafik dari Alternatif yang digunakan, melihat nilai preferensi AHP, melihat Kriteria AHP dan melihat Alternatif Media sesuai Gambar 4 yang ada dibawah ini.



Gambar 4. Form Alternatif

### Data Kriteria

Berikut ini tampilan Data Kriteria untuk menginput nama kriteria yang ditentukan oleh pengguna UMKM sesuai Gambar 5 yang ada dibawah ini.

ID Kriteria	Nama Kriteria	Bobot Kriteria	Aksi
C1	Biaya Iklan	0.620232558139535	[Edit] [Delete]
C2	Target Pasar	0.17356589147286827	[Edit] [Delete]
C3	Waktu untuk Promosi	0.14891472868217048	[Edit] [Delete]
C4	Identitas Produk	0.05728682170542625	[Edit] [Delete]

Gambar 5. Data Kriteria

### Data Alternatif

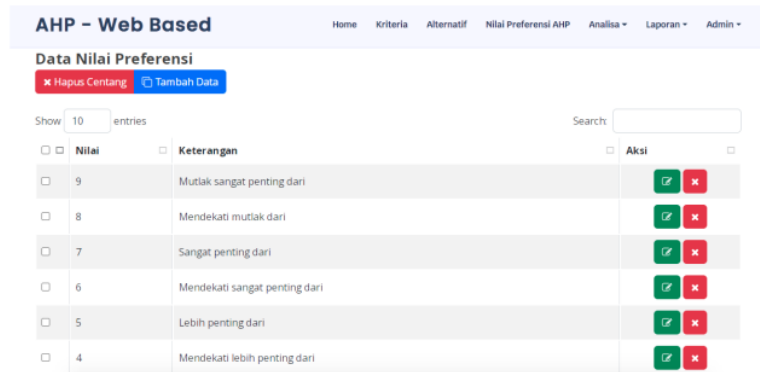
Berikut ini tampilan Data Alternatif untuk menginput nama alternatif yang ditentukan oleh pengguna UMKM sesuai Gambar 6 yang ada dibawah ini.

ID Alternatif	Nama Alternatif	Hasil Hitung	Aksi
A001	Media Sosial	0.452656025946072	[Edit] [Delete]
A002	Kolaborasi Produk	0.1443928738222223	[Edit] [Delete]
A003	Televisi	0.1327392221734714	[Edit] [Delete]
A004	Media Cetak	0.11136182861404899	[Edit] [Delete]
A005	Mesin Pencarian	0.164109750938283	[Edit] [Delete]

Gambar 6. Data Alternatif

### Data Nilai Preferensi

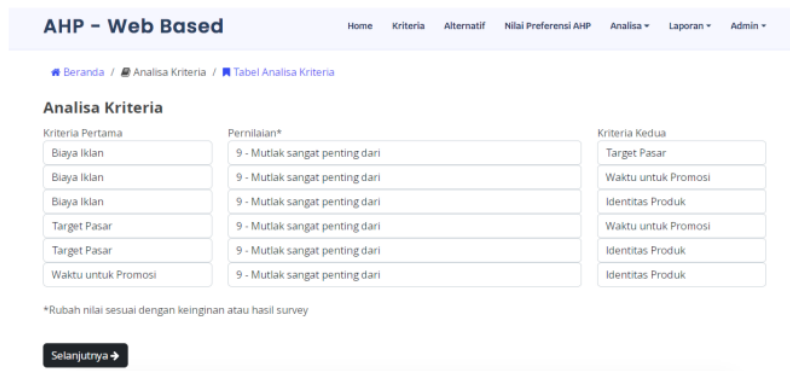
Berikut ini tampilan Data Nilai Preferensi untuk menginput nilai preferensi dari metode AHP yang ditentukan oleh pengguna UMKM sesuai Gambar 7 yang ada dibawah ini.



**Gambar 7.** Data Nilai Preferensi

### Analisa Kriteria

Berikut ini tampilan Analisa Kriteria untuk menginput nilai kriteria yang ditentukan oleh pengguna UMKM sesuai Gambar 8 yang ada dibawah ini.



**Gambar 8.** Analisa Kriteria

### Perbandingan Kriteria

Berikut ini tampilan Perbandingan Kriteria untuk mengecek perbandingan kriteria yang sudah diinputkan maupun ditentukan oleh pengguna UMKM sesuai Gambar 9 yang ada bawah ini.

**AHP - Web Based** Home Kriteria Alternatif Nilai Preferensi AHP Analisa Laporan Admin

**Perbandingan Kriteria**  
[Ulangi Penghitungan Kriteria](#)

Antar Kriteria	Biaya Iklan	Target Pasar	Waktu untuk Promosi	Identitas Produk
Biaya Iklan	1	9.0000	9.0000	9.0000
Target Pasar	0.1111	1	9.0000	9.0000
Waktu untuk Promosi	0.1111	0.1111	1	9.0000
Identitas Produk	0.1111	0.1111	0.1111	1
Jumlah	1.3333	10.2222	19.1111	28.0000

Perbandingan	Biaya Iklan	Target Pasar	Waktu untuk Promosi	Identitas Produk	Jumlah	Prioritas
Biaya Iklan	0.7500	0.8804	0.4709	0.3214	2.4228	0.6057
Target Pasar	0.0833	0.0978	0.4709	0.3214	0.9735	0.2434
Waktu untuk Promosi	0.0833	0.0109	0.0523	0.3214	0.4680	0.1170

Gambar 9. Perbandingan Kriteria

**Analisa Alternatif**

Berikut ini tampilan Analisa Alternatif untuk menginput nilai alternatif yang ditentukan oleh pengguna UMKM sesuai Gambar 10 yang ada dibawah ini.

**AHP - Web Based** Home Kriteria Alternatif Nilai Preferensi AHP Analisa Laporan Admin

**Analisa Alternatif**

Pilih Kriteria\*

Kriteria Pertama	Pernilaian**	Kriteria Kedua
Media Sosial	9 - Mutlak sangat penting dari	Kolaborasi Produk
Media Sosial	9 - Mutlak sangat penting dari	Televisi
Media Sosial	9 - Mutlak sangat penting dari	Media Cetak
Media Sosial	9 - Mutlak sangat penting dari	Mesin Pencarian
Kolaborasi Produk	9 - Mutlak sangat penting dari	Televisi
Kolaborasi Produk	9 - Mutlak sangat penting dari	Media Cetak
Kolaborasi Produk	9 - Mutlak sangat penting dari	Mesin Pencarian
Televisi	9 - Mutlak sangat penting dari	Media Cetak
Televisi	9 - Mutlak sangat penting dari	Mesin Pencarian
Media Cetak	9 - Mutlak sangat penting dari	Mesin Pencarian

Gambar 10. Analisa Alternatif

**Alternatif Menurut Kriteria**

Berikut ini tampilan Alternatif Menurut Kriteria untuk mengecek perbandingan alternatif yang sudah diinputkan maupun ditentukan oleh pengguna UMKM sesuai Gambar 11 yang ada bawah ini.

**AHP - Web Based** Home Kriteria Alternatif Nilai Preferensi AHP Analisa Laporan Admin

**Alternatif Menurut Kriteria**  
[Hapus Semua Data](#)

Biaya Iklan	Media Sosial	Kolaborasi Produk	Televisi	Media Cetak	Mesin Pencarian
Media Sosial	1	9.0000	9.0000	9.0000	9.0000
Kolaborasi Produk	0.1111	1	9.0000	9.0000	9.0000
Televisi	0.1111	0.1111	1	9.0000	9.0000
Media Cetak	0.1111	0.1111	0.1111	1	9.0000
Mesin Pencarian	0.1111	0.1111	0.1111	0.1111	1
Jumlah	1.4444	10.3333	19.2222	28.1111	37.0000

Perbandingan	Media Sosial	Kolaborasi Produk	Televisi	Media Cetak	Mesin Pencarian	Prioritas
Media Sosial	0.6923	0.8710	0.4682	0.3202	0.2432	0.4525
Kolaborasi Produk	0.0769	0.0968	0.4682	0.3202	0.2432	0.1505

Gambar 11. Alternatif Menurut Kriteria



### Data Bobot

Berikut ini tampilan Data Bobot untuk mengecek nilai bobot yang sudah diinputkan nilai kriteria maupun nilai alternatif yang ditentukan oleh pengguna UMKM sesuai Gambar 12 yang ada dibawah ini.

AHP - Web Based				
<a href="#">Home</a> <a href="#">Kriteria</a> <a href="#">Alternatif</a> <a href="#">Nilai Preferensi AHP</a> <a href="#">Analisa</a> <a href="#">Laporan</a> <a href="#">Admin</a>				
Data Bobot				
Alternatif	Kriteria			
	Biaya Iklan	Target Pasar	Waktu untuk Promosi	Identitas Produk
	0.6057	0.2434	0.1170	0.0339
Media Sosial	0.4525	0.4525	0.4525	0.3978
Kolaborasi Produk	0.1505	0.1505	0.1505	0.1585
Televisi	0.1287	0.1287	0.1287	0.1047
Media Cetak	0.1135	0.1135	0.1135	0.1827
Mesin Pencarian	0.1547	0.1547	0.1547	0.2482

**Gambar 12.** Data Bobot

### Hasil Akhir

Berikut ini tampilan Hasil Akhir untuk mengecek nilai hasil akhir dari hasil rata-rata nilai kriteria maupun alternatif yang ditentukan oleh pengguna UMKM sesuai Gambar 13 yang ada dibawah ini.

AHP - Web Based					
<a href="#">Home</a> <a href="#">Kriteria</a> <a href="#">Alternatif</a> <a href="#">Nilai Preferensi AHP</a> <a href="#">Analisa</a> <a href="#">Laporan</a> <a href="#">Admin</a>					
Hasil Akhir					
Alternatif	Kriteria				Hasil Akhir
	Biaya Iklan	Target Pasar	Waktu untuk Promosi	Identitas Produk	
Media Sosial	0.2741	0.1101	0.0529	0.0135	0.4506
Kolaborasi Produk	0.0912	0.0366	0.0176	0.0054	0.1508
Televisi	0.0780	0.0313	0.0151	0.0036	0.1279
Media Cetak	0.0688	0.0276	0.0133	0.0062	0.1159
Mesin Pencarian	0.0937	0.0377	0.0181	0.0084	0.1579

**Gambar 13.** Hasil Akhir

### Hasil Perankingan

Berikut ini tampilan Hasil Perankingan untuk mengecek pemeringkatan alternatif mana yang memiliki hasil rata-rata tertinggi yang ditentukan oleh pengguna UMKM sesuai Gambar 14 yang ada dibawah ini.

The screenshot shows the 'AHP - Web Based' interface. At the top, there is a navigation menu with 'Home', 'Kriteria', 'Alternatif', 'Nilai Preferensi AHP', 'Analisa', 'Laporan', and 'Admin'. Below the menu, there is a table with columns for 'mesin pencarian', '0.0337', '0.0377', '0.0181', '0.0084', and '0.1573'. Below this is a section titled 'Hasil Perankingan' which contains a table with the following data:

ID	Nama	Hasil Akhir	Ranking
A001	Media Sosial	0.4506	1
A005	Mesin Pencarian	0.1579	2
A002	Kolaborasi Produk	0.1508	3
A003	Televisi	0.1279	4
A004	Media Cetak	0.1159	5

Gambar 14. Hasil Perankingan

Uji BlackBox Aplikasi AHP UMKM

Uji BlackBox merupakan pengujian yang dilakukan berdasarkan fungsionalitas maupun tampilan antarmuka ketika program dijalankan oleh user pengguna. Pengujian dilakukan untuk memeriksa dan memastikan bahwa komponen telah berfungsi sesuai dengan yang diharapkan. Pengujian perlu dilakukan untuk mencari kesalahan yang mungkin masih terjadi pengujian yang dilakukan untuk mengamati hasil input dan output dari perangkat lunak tanpa mengetahui struktur kode dari perangkat lunak. Berikut ini tahapan pengujian Uji BlackBox sebagai berikut:

Tabel 4. Pengujian Interface BackEnd

No	Kasus Yang Diuji	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Yang Didapatkan	Pengujian
1	Tombol LOGIN pada halaman login	Sistem dapat masuk ke halaman Dashboard	Sistem dapat masuk ke halaman Dashboard, setelah dipilih	Berhasil
2	Tombol Dashboard pada bar navigasi	Sistem dapat menuju ke halaman Dashboard	Sistem dapat masuk ke halaman Dashboard, setelah dipilih	Berhasil
3	Tombol Kriteria pada halaman Dashboard	Sistem dapat menuju ke halaman Kriteria	Sistem dapat melihat data pada halaman Kriteria	Berhasil
4	Tombol Tambah Data pada halaman Kriteria	Sistem dapat menuju ke halaman khusus Tambah Data Kriteria	Sistem dapat menampilkan form pengisian kriteria baru	Berhasil
5	Tombol Hapus Data pada halaman Kriteria	Sistem menghapus Kriteria yang dipilih	Sistem dapat menghapus Kriteria yang dipilih	Berhasil
6	Tombol Alternatif pada halaman Dashboard	Sistem dapat menuju ke halaman Alternatif	Sistem dapat melihat data pada halaman Alternatif	Berhasil
7	Tombol Tambah Data pada halaman Alternatif	Sistem dapat menuju ke halaman khusus Tambah Data Alternatif	Sistem dapat menampilkan form pengisian alternatif baru	Berhasil
8	Tombol Hapus Data pada halaman Alternatif	Sistem menghapus Alternatif yang dipilih	Sistem dapat menghapus Alternatif yang dipilih	Berhasil
9	Tombol Nilai Preferensi AHP pada halaman Dashboard	Sistem dapat menuju ke halaman Nilai Preferensi AHP	Sistem dapat melihat data pada halaman Nilai Preferensi AHP	Berhasil

No	Kasus Yang Diuji	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Yang Didapatkan	Pengujian
10	Tombol Tambah Data pada halaman Nilai Preferensi AHP	Sistem dapat menuju ke halaman khusus Tambah Nilai Preferensi AHP	Sistem dapat menampilkan form pengisian nilai preferensi AHP	Berhasil
11	Tombol Hapus Data pada halaman Nilai Preferensi AHP	Sistem menghapus Nilai Preferensi AHP yang dipilih	Sistem dapat menghapus Nilai Preferensi AHP yang dipilih	Berhasil
12	Tombol Analisa Kriteria pada halaman Dashboard	Sistem dapat menuju ke halaman Analisa Kriteria	Sistem dapat melihat data pada halaman Analisa Kriteria	Berhasil
13	Tombol Selanjutnya pada halaman Analisa Kriteria	Sistem dapat menuju ke halaman khusus Perbandingan Kriteria	Sistem dapat menampilkan form pengisian Perbandingan Kriteria	Berhasil
14	Tombol Analisa Alternatif pada halaman Dashboard	Sistem dapat menuju ke halaman Analisa Alternatif	Sistem dapat melihat data pada halaman Analisa Alternatif	Berhasil
15	Tombol Selanjutnya pada halaman Analisa Alternatif	Sistem dapat menuju ke halaman khusus Alternatif Menurut Kriteria	Sistem dapat menampilkan form pengisian Alternatif Menurut Kriteria	Berhasil
16	Tombol Laporan Ranking pada halaman Dashboard	Sistem dapat menuju ke halaman Laporan Ranking	Sistem dapat melihat data pada halaman Laporan Ranking	Berhasil
17	Tombol Laporan pada halaman Dashboard	Sistem dapat menuju ke halaman Laporan	Sistem dapat melihat data pada halaman Laporan	Berhasil
18	Tombol Profil pada halaman Dashboard	Sistem dapat menuju ke halaman Profil	Sistem dapat melihat data pada halaman Profil	Berhasil
19	Tombol LogOut pada halaman Dashboard	Sistem dapat menghentikan sesi pengguna	Sistem dapat menghentikan sesi pengguna	Berhasil

**Tabel 5.** Pengujian *Interface FrontEnd*

No	Kasus Yang Diuji	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Yang Didapatkan	Pengujian
1	Tombol Masuk pada halaman login	Sistem dapat masuk ke menu utama	Sistem dapat masuk ke aplikasi	Berhasil
2	Tombol Kriteria pada halaman Dashboard	Sistem dapat menampilkan detail Kriteria	Sistem dapat menampilkan data sesuai detail kriteria	Berhasil
3	Tombol Alternatif pada halaman Dashboard	Sistem dapat menampilkan detail Alternatif	Sistem dapat menampilkan detail Alternatif	Berhasil
4	Tombol Nilai Preferensi AHP pada halaman Dashboard	Sistem dapat menampilkan detail Nilai Preferensi AHP	Sistem dapat menampilkan detail Nilai Preferensi AHP	Berhasil
5	Tombol Analisa Kriteria pada halaman Dashboard	Sistem dapat menampilkan detail Analisa Kriteria	Sistem dapat menampilkan detail Analisa Kriteria	Berhasil
6	Tombol Analisa Alternatif pada	Sistem dapat menampilkan detail	Sistem dapat menampilkan detail	Berhasil

	halaman Dashboard	Analisa Alternatif	Analisa Alternatif	
7	Tombol Laporan Ranking pada halaman Dashboard	<sup>4</sup> Sistem dapat menampilkan detail Laporan Ranking	<sup>4</sup> Sistem dapat menampilkan detail Laporan Ranking	<sup>13</sup> Berhasil
8	Tombol Laporan pada halaman Dashboard	Sistem dapat menampilkan detail Laporan	Sistem dapat menampilkan detail Laporan	Berhasil
9	Tombol Laporan pada halaman Dashboard	<sup>7</sup> Sistem dapat menampilkan detail Laporan	<sup>7</sup> Sistem dapat menampilkan detail Laporan	Berhasil
10	Tombol Profil pada halaman Dashboard	Sistem dapat menampilkan detail Profil	Sistem dapat menampilkan detail Profil	Berhasil
11	Tombol Ubah Profil pada halaman Profil	Sistem dapat merubah detail profil user	Sistem dapat merubah data profil pada halaman profil	Berhasil
12	<sup>4</sup> Tombol LogOut pada halaman Dashboard	Sistem dapat menghentikan sesi pengguna dan menuju ke halaman Home	Sistem dapat menghentikan sesi pengguna dan menuju ke halaman Home	Berhasil

### SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian ini alternatif media sosial menjadi kriteria tertinggi untuk menentukan media promosi dengan nilai 0,4506, alternatif mesin pencarian nilai 0,1579, alternatif kolaborasi produk nilai 0,1508, alternatif televisi nilai 0,1279, untuk prioritas terakhir merupakan alternatif media cetak nilai 0,1159. Hasil pengujian sistem Aplikasi AHP UMKM berbasis Website menggunakan black box untuk menemukan masalah pada aplikasi ini dengan memastikan aplikasi benar sudah siap dipublikasikan. Hal tersebut berdasarkan pengujian black box dari halaman Kriteria, halaman Alternatif, halaman Nilai Preferensi AHP, halaman Analisa Kriteria, halaman Analisa Alternatif, halaman Laporan Ranking, halaman Laporan, halaman Profil dan Logout.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. Z. Septiana and M. R. Firdaus, "Strategi Marketing UMKM Perlengkapan Pernikahan (Rona Creation) Di Desa Pacekulon Pada Masa PPKM Darurat Untuk Meningkatkan Target Penjualan," *Realita J. Penelit. dan Kebud. Islam*, vol. 19, no. 2, pp. 56–65, 2022, doi: 10.30762/realita.v19i2.3517.
- [2] S. Dan, A. Keilmuan, T. Industri, M. Metode, A. Hierarchy, and P. Ahp, "Analisis Strategi Pemasaran pada UMKM Depot Glory Dengan," pp. 124–137, 2021.
- [3] T. Handayani and P. Pusporini, "Pemetaan Pemasaran UMKM Kuliner Singkong di Kecamatan Cibadak, Banten Dengan Metode AHP," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 4, no. 2, pp. 826–836, 2021, doi: 10.36778/jesya.v4i2.431.
- [4] D. D. Fidhiani, "Analisis strategi peningkatan daya saing pada UKM Anugrah Mina Lestari," *Teknol. Pangan Media Inf. dan Komun. Ilm. Teknol. Pertan.*, vol. 12, no. 2, pp. 257–264, 2021, doi: 10.35891/tp.v12i2.2642.
- [5] R. Mawarni *et al.*, "Implementasi Metode Ahp Dalam Menentukan Media Promosi Stmik Dcc Kotabumi," vol. 02, no. 01, pp. 42–52, 2021.

- [6] F. Pramesti, B. M. Wibawa, and P. Sinansari, "Analisis Penentuan Prioritas Platform Media Sosial Pada Performa Pemasaran UKM: Kasus di Kota Surabaya," *J. Sains dan Seni ITS*, vol. 9, no. 1, 2020, doi: 10.12962/j23373520.v9i1.50604.
- [7] Z. Azhar, "Faktor Analisis Prioritas Dalam Pemilihan Bibit Jagung Unggul Menggunakan Metode AHP," pp. 347–350, 2020.
- [8] J. Sulaksono, "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri," *Gener. J.*, vol. 4, no. 1, pp. 41–47, 2020, doi: 10.29407/gj.v4i1.13906.
- [9] E. Agesta Nurmaida, M. Akib Tuwo, M. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian UHO, and S. Pengajar Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian UHO, "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK ABON IKAN (Suatu Kasus Pada Umkm Citra Permata Kendari)," *J. Ilm. Agribisnis (Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sos. Ekon. Pertanian)*, vol. 4, no. 2, pp. 45–51, 2019, [Online]. Available: <http://ojs.uho.ac.id/index.php/JIAdoi:http://dx.doi.org/10.33772/jia.v4i2.6514>
- [10] P. Seminar *et al.*, "Analisis Pemilihan Mata Kuliah Praktek Menggunakan Metode AHP," no. September, pp. 1131–1138, 2019.
- [11] Y. Sa, "Analisis Penggunaan Metode AHP dan MOORA untuk Menentukan Guru Berprestasi sebagai Ajang Promosi Jabatan," vol. 3, pp. 82–90, 2019.
- [12] A. D. Evasari, Y. B. Utomo, and D. Ambarwati, "Pelatihan Dan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri," *Cendekia J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 2, p. 75, 2019, doi: 10.32503/cendekia.v1i2.603.
- [13] Z. Azhar, M. Handayani, H. Rumah, U. Muka, and K. K. Spk, "Analisis faktor prioritas dalam pemilihan perumahan kpr menggunakan metode ahp," vol. 1, no. 2, pp. 19–22, 2018.
- [14] Ariani, "Sistem Penunjang Dalam Penentuan Prioritas Pemilihan Percetakan Media Promosi Menggunakan Metode AHP," *J. Inform.*, vol. 4, no. 2, pp. 214–221, 2017.

# Pengembangan Aplikasi Penentuan Media Promosi Pelaku UMKM Berbasis Website

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Maritim Raja Ali Haji Student Paper	2%
2	konsultasiskripsi.com Internet Source	1%
3	Winda Suci Lestari Nasution, Patriot Nusa. "UI/UX Design Web-Based Learning Application Using Design Thinking Method", ARRUS Journal of Engineering and Technology, 2021 Publication	1%
4	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	1%
6	jitter.widyatama.ac.id Internet Source	1%
7	widuri.raharja.info Internet Source	1%

8	<a href="http://www.ejournal.unuja.ac.id">www.ejournal.unuja.ac.id</a> Internet Source	1 %
9	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	1 %
10	<a href="http://journal.lppmunindra.ac.id">journal.lppmunindra.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	Muhammad Miftakhul Rozak, Agus Yulianto Agus. "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Siswa Berprestasi Pada SMP Negeri 2 Bulakamba dengan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)", remik, 2022 Publication	1 %
13	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://eprints.uty.ac.id">eprints.uty.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://eprints.upj.ac.id">eprints.upj.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://ojs.trigunadharma.ac.id">ojs.trigunadharma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://rizki-zulfitri.blogspot.com">rizki-zulfitri.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %

18

begawe.unram.ac.id

Internet Source

<1 %

---

19

jurnal.univbinainsan.ac.id

Internet Source

<1 %

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On



# Pengembangan Aplikasi Penentuan Media Promosi Pelaku UMKM Berbasis Website

---

GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---

PAGE 11

---

PAGE 12

---