

PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN COFFEE SHOP DI KOTA BENGKULU BERBASIS WEB DENGAN METODE PROTOTYPE

Muhammad Haikal Rabbani, Andilala

Sistem Informasi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Jl. Bali, Kp. Bali, Kec. Tlk. Segara, Bengkulu, Indonesia
muhaikalrabbani@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan industri *coffee shop* di Kota Bengkulu menuntut adanya media pemasaran digital yang mampu menyajikan informasi secara terpusat dan mudah diakses. Permasalahan yang dihadapi pelaku usaha *coffee shop* adalah belum tersedianya sistem informasi pemasaran berbasis web, sehingga informasi mengenai lokasi, menu, dan promosi masih tersebar melalui media sosial yang tidak terintegrasi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem informasi pemasaran *coffee shop* berbasis web di Kota Bengkulu. Metode yang digunakan adalah metode *Prototype*, yang memungkinkan pengembangan sistem dilakukan secara iteratif berdasarkan umpan balik pengguna. Sistem yang dihasilkan mampu menampilkan daftar *coffee shop*, katalog menu, informasi lokasi, serta fitur promosi secara terpusat melalui media web. Pengujian sistem menggunakan metode *Blackbox Testing* menunjukkan bahwa seluruh fungsi utama berjalan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, sistem informasi yang dikembangkan dapat digunakan sebagai media pemasaran digital untuk meningkatkan jangkauan promosi *coffee shop* serta mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi secara cepat dan akurat.

Kata kunci : *sistem informasi, pemasaran, web, coffee shop, prototype*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan dalam strategi pemasaran, khususnya pada sektor usaha *coffee shop*. Media digital menjadi sarana penting untuk memperluas jangkauan promosi dan menyampaikan informasi kepada konsumen secara cepat dan akurat. *Website* sebagai media pemasaran digital mampu menyajikan informasi secara terpusat, seperti profil usaha, menu produk, lokasi, dan promosi, sehingga dapat meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran.

Namun, pada praktiknya masih banyak *coffee shop* lokal yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi utama tanpa didukung oleh *website* yang terintegrasi. Informasi yang disajikan melalui media sosial cenderung tersebar, tidak terstruktur, dan sulit dikelola dalam jangka panjang. Kondisi tersebut menyebabkan keterbatasan dalam penyampaian informasi pemasaran secara konsisten dan profesional kepada calon pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini berfokus pada perancangan sebuah *website* sistem informasi pemasaran *coffee shop* yang diberi nama KopiKito. *Website* KopiKito dirancang sebagai platform pemasaran digital yang menampilkan informasi *coffee shop* secara terpusat, meliputi profil *coffee shop*, daftar menu, lokasi, dan promosi, sehingga dapat menjadi media pendukung pemasaran bagi *coffee shop* lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun sistem informasi pemasaran *coffee shop* berbasis web menggunakan metode *Prototype*. Rencana penyelesaian masalah dilakukan melalui tahapan pengumpulan kebutuhan, perancangan *prototype*, evaluasi bersama pengguna, pengembangan

sistem, serta pengujian menggunakan metode *Blackbox Testing* untuk memastikan seluruh fungsi sistem berjalan sesuai dengan kebutuhan yang telah ditetapkan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan suatu kesatuan komponen yang saling berinteraksi untuk mengumpulkan, mengelola, menyimpan, dan mendistribusikan data menjadi informasi yang bermanfaat bagi pengguna. Komponen tersebut meliputi perangkat keras, perangkat lunak, manusia, prosedur, serta basis data yang bekerja sebagai satu sistem untuk mendukung aktivitas operasional maupun pengambilan keputusan di dalam organisasi [1].

Dalam konteks bisnis, sistem informasi berperan penting dalam menyediakan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu sehingga dapat meningkatkan efektivitas proses kerja. Melalui pemanfaatan sistem informasi, organisasi mampu mengelola data secara lebih terstruktur, meningkatkan kualitas layanan, serta mendukung proses perencanaan dan evaluasi.

Sistem informasi juga berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses, mempercepat aliran informasi, serta mengurangi risiko kesalahan dalam pengolahan data. Dengan adanya sistem informasi yang terintegrasi, aktivitas organisasi dapat berjalan lebih efektif dan memberikan nilai tambah bagi penggunanya [2].

2.2. Digital Marketing

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital seperti internet,

media sosial, dan *website* untuk mempromosikan produk atau layanan secara lebih efektif dan efisien. Melalui pemanfaatan teknologi digital, pelaku usaha dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas tanpa batasan geografis serta berinteraksi secara langsung dengan konsumen [3]. Pendekatan ini memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, terukur, dan hemat biaya sehingga sangat sesuai untuk usaha kecil hingga menengah.

Dalam penerapannya, *digital marketing* memberikan berbagai keuntungan, seperti peningkatan visibilitas produk, kemudahan menampilkan informasi, serta kemampuan menganalisis perilaku pengguna melalui data interaksi digital. Strategi ini juga terbukti mampu mendukung perkembangan UMKM, khususnya sektor kuliner, karena dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan *engagement* konsumen melalui media berbasis internet [4]. Oleh karena itu, *digital marketing* menjadi elemen penting dalam kegiatan pemasaran *modern*, termasuk dalam pengembangan sistem informasi pemasaran berbasis web.

2.3. Website

Website adalah kumpulan halaman web yang terhubung dalam satu domain, menyajikan informasi dalam bentuk teks, gambar, *audio*, *video*, atau kombinasi, yang dapat diakses pengguna melalui internet kapan saja dan dari mana saja.

Sebagai alat berbasis digital, *website* tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi statis. Ia dapat dioptimalkan menjadi media pemasaran, promosi, maupun platform interaksi antara penyedia layanan/produk dengan konsumen. Dengan desain dan konten yang tepat, *website* mampu meningkatkan visibilitas usaha, mempermudah akses informasi produk/layanan, serta memperluas jangkauan pasar tanpa dibatasi lokasi [5].

Lebih lanjut, penelitian pada pengembangan *website* untuk UKM atau usaha kecil menunjukkan bahwa *website* sebagai media pemasaran berbasis web dapat meningkatkan efektivitas promosi dan mempermudah pelanggan menemukan informasi produk secara konsisten. *Website* memungkinkan usaha kecil seperti *coffee shop* atau usaha lokal untuk tampil lebih profesional, memperkuat branding, dan bersaing di era digital [6].

2.4. Prototype

Metode *Prototype* merupakan pendekatan pengembangan perangkat lunak yang memfokuskan proses pada pembuatan model awal sistem untuk memperjelas kebutuhan pengguna. *Prototype* berfungsi sebagai representasi awal dari sistem, sehingga pengguna dapat mencoba, menilai, dan memberikan umpan balik terhadap fungsi maupun tampilan yang disajikan. Pendekatan ini membantu meminimalkan kesalahan pemahaman kebutuhan pada tahap awal serta mempercepat proses verifikasi kebutuhan [7].

Tahapan dalam metode *Prototype* meliputi pengumpulan kebutuhan awal, pembuatan rancangan cepat (*quick design*), pembangunan *prototype*, evaluasi oleh pengguna, serta revisi berulang hingga model mencapai kesesuaian fungsi. Proses yang bersifat iteratif ini memungkinkan perubahan kebutuhan dapat diakomodasi dengan cepat sebelum sistem dikembangkan secara penuh [8]. Karena bersifat fleksibel dan mengutamakan interaksi pengguna, metode ini sangat sesuai digunakan dalam pengembangan sistem informasi berbasis web yang menuntut kejelasan fitur serta kemudahan pemakaian.

2.5. Blackbox Testing

Blackbox testing adalah metode pengujian perangkat lunak yang berfokus pada validasi fungsi sistem berdasarkan *input* dan *output* tanpa memeriksa struktur internal kode. Penguji hanya mengevaluasi apakah sistem menghasilkan keluaran yang sesuai dengan kebutuhan atau spesifikasi yang telah ditentukan, sehingga pendekatan ini sangat cocok digunakan pada tahapan verifikasi fungsional aplikasi [9]. Metode ini memastikan bahwa setiap fitur dapat berjalan sebagaimana mestinya dari perspektif pengguna akhir.

Pendekatan *blackbox testing* umumnya digunakan untuk mengidentifikasi kesalahan fungsi, kesalahan tampilan, kesalahan proses, dan perilaku sistem yang tidak sesuai. Keunggulan metode ini adalah proses pengujiannya yang sederhana, tidak membutuhkan pengetahuan teknis mengenai kode program, serta efektif untuk memvalidasi kelengkapan fitur dalam aplikasi berbasis web maupun *mobile*. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa *blackbox testing* mampu meningkatkan kualitas perangkat lunak melalui verifikasi fungsi secara langsung berdasarkan skenario yang realistis [10]. Oleh karena itu, metode ini tepat digunakan dalam pengujian sistem informasi berbasis web pada penelitian ini.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran telah banyak dilakukan. Mahwati [3] melalui pendekatan *systematic literature review* menyimpulkan bahwa digital marketing berperan penting dalam meningkatkan jangkauan pemasaran dan efektivitas promosi melalui media digital. Penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan media digital, termasuk *website*, menjadi faktor strategis dalam mendukung kegiatan pemasaran modern.

Penelitian lain oleh Asysyifaa *et al.* [4] menganalisis penerapan digital marketing dalam meningkatkan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan, khususnya pada usaha yang memanfaatkan media digital secara terstruktur.

Temuan ini memperkuat peran digital marketing sebagai sarana promosi yang efektif.

Dalam konteks pengembangan website sebagai media informasi dan promosi, Putra *et al.* [5] merancang website untuk mendukung kegiatan promosi usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website mampu menyajikan informasi produk secara terpusat dan meningkatkan efektivitas penyampaian informasi kepada pelanggan. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Hutabarat dan Siregar [6] yang membuktikan bahwa website dapat berfungsi sebagai media informasi dan pemasaran yang efisien bagi pelaku usaha.

Dari sisi metode pengembangan sistem, Hendri *et al.* [7] menerapkan metode Prototype dalam pengembangan sistem informasi dan menyimpulkan bahwa metode ini memungkinkan keterlibatan pengguna secara langsung sehingga sistem yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Metode Prototype dipandang efektif dalam pengembangan sistem informasi berbasis web yang berorientasi pada kebutuhan pengguna.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa digital marketing dan website memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan pemasaran, serta metode Prototype efektif digunakan dalam pengembangan sistem informasi berbasis web. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus perancangan website KopiKito sebagai sistem informasi pemasaran coffee shop berbasis web yang mengintegrasikan informasi pemasaran dalam satu platform.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Prototype*, yaitu metode pengembangan perangkat lunak yang dilakukan secara bertahap (*iteratif*) berdasarkan umpan balik dari pengguna. Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan sistem yang cepat diuji, mudah disesuaikan, dan efisien dalam mengidentifikasi kebutuhan pengguna akhir.

Metode *Prototype* dinilai sesuai dengan kebutuhan penelitian ini karena sistem yang dikembangkan berorientasi pada pengguna dalam hal ini pemilik *coffee shop* dan pelanggan yang akan mengakses *website*.

3.2. Perancangan Konsep

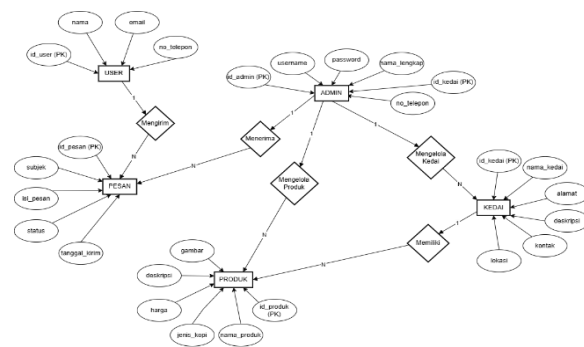
Tahap awal penelitian dimulai dengan observasi lapangan dan wawancara terhadap beberapa pemilik *coffee shop* di Kota Bengkulu untuk mengetahui kebutuhan sistem dan permasalahan yang dihadapi. Informasi yang diperoleh digunakan untuk menentukan fitur utama sistem, seperti daftar *coffee shop*, katalog menu, integrasi peta lokasi, serta fitur promosi dan manajemen data.

3.3. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan meliputi data *deskriptif* mengenai *coffee shop*, seperti nama kedai, alamat, menu, harga, serta foto produk. Selain itu, dikumpulkan pula referensi rancangan antarmuka dan struktur basis data dari penelitian terdahulu yang relevan. Data ini menjadi dasar dalam pembuatan desain awal sistem.

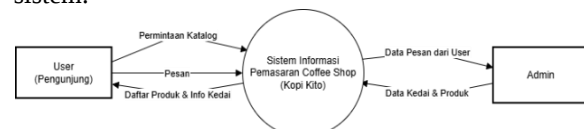
3.4. Perancangan Sistem

Tahap perancangan dilakukan untuk memberikan gambaran arsitektur logis dari Sistem Informasi Pemasaran *Coffee Shop* (Kopi Kito). Perancangan ini disusun berdasarkan kebutuhan yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, kemudian dimodelkan menggunakan *Entity Relationship Diagram* (ERD) dan *Data Flow Diagram* (DFD). Kedua model tersebut digunakan untuk memastikan bahwa sistem yang dikembangkan memiliki struktur data dan alur proses yang jelas, terarah, serta sesuai dengan kebutuhan pengguna maupun admin.



Gambar 1. Entity Relation Diagram (ERD) sistem informasi KopiKito

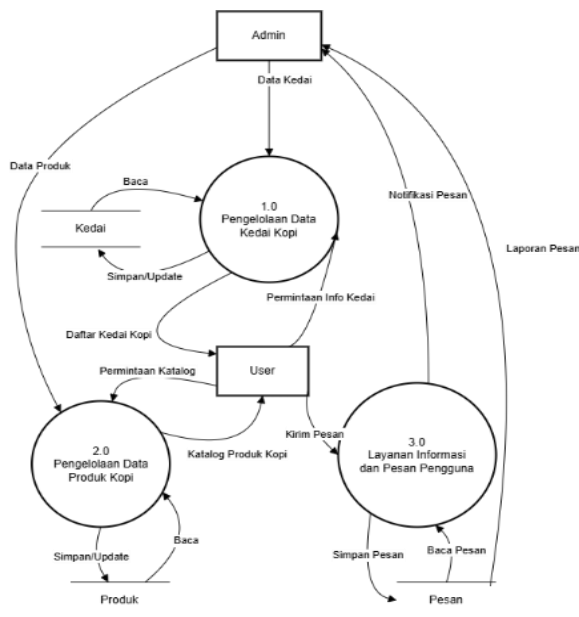
Entity Relationship Diagram (ERD) digunakan untuk menggambarkan struktur basis data serta hubungan antar entitas yang terlibat dalam sistem. ERD memuat entitas utama seperti *User*, *Admin*, *Kedai*, *Produk*, dan *Pesanan*. Setiap entitas memiliki atribut yang mendefinisikan karakteristik datanya, sementara hubungan antar entitas menunjukkan bagaimana data saling terhubung di dalam sistem. Model ini menjadi dasar dalam proses perancangan tabel dan relasi pada *database* yang digunakan oleh sistem.



Gambar 2. Data Flow Diagram (Level 0) sistem KopiKito

Selanjutnya, *Data Flow Diagram* (DFD) *Level 0* menggambarkan interaksi sistem secara umum dengan entitas eksternal. Pada tingkat ini, sistem menerima permintaan informasi dari pengguna serta menerima input pengelolaan data dari *admin*. Aliran data yang muncul meliputi informasi kedai, katalog produk, serta

pesan dari *user*. DFD Level 0 sekaligus memperlihatkan batasan sistem dan bagaimana data utama keluar dan masuk ke dalam sistem.



Gambar 3. Diagram Level 1

Kemudian, *Data Flow Diagram (DFD) Level 1* menyajikan dekomposisi proses secara lebih rinci. Proses utama yang berlangsung di dalam sistem terdiri dari pengelolaan data kedai, pengelolaan data produk kopi, serta layanan pesan pengguna. Pada level ini terlihat bagaimana data disimpan ke dalam basis data, bagaimana admin melakukan operasi tambah, *edit*, atau hapus data, serta bagaimana sistem menyajikan informasi kembali kepada *user*. Pemodelan ini memastikan bahwa setiap proses memiliki alur yang terstruktur dan konsisten dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi.

3.5. Pembuatan Prototype

Tahapan ini mencakup:

- Perancangan Cepat (*Quick Design*), yaitu proses pembuatan rancangan antarmuka awal sistem berdasarkan hasil analisis kebutuhan.
- Pembuatan *Prototype* Awal, yaitu membangun versi awal sistem menggunakan *framework* Laravel dan *template engine* Blade, agar sistem bersifat dinamis, cepat dikembangkan, serta dapat diakses di berbagai perangkat.
- Evaluasi Pengguna, yaitu tahap pengujian awal di mana calon pengguna mencoba sistem dan memberikan umpan balik.
- Penyempurnaan *Prototype*, yaitu tahap revisi berdasarkan hasil evaluasi untuk menghasilkan sistem yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Proses ini dilakukan secara berulang hingga sistem mencapai bentuk akhir yang stabil dan layak digunakan.

3.6. Blackbox Testing

Pengujian menggunakan metode *Blackbox Testing* dengan fokus pada pengujian fungsi-fungsi utama sistem berdasarkan *input* dan *output*. Setiap fitur diuji untuk memastikan hasil keluaran sesuai dengan kebutuhan pengguna. Fitur yang diuji meliputi:

- Halaman utama, memastikan seluruh elemen seperti *banner*, navigasi, dan daftar *coffee shop* tampil dengan benar.
- Katalog produk, memastikan daftar menu dan deskripsi tampil lengkap.
- Form* pesan pengguna, memastikan pesan dapat dikirim dan tersimpan pada sistem admin.
- Dashboard admin, memastikan proses CRUD (*Create, Read, Update, Delete*) data berjalan sesuai fungsi.

3.7. Publikasi dan Dokumentasi

Tahap publikasi dan dokumentasi dilakukan untuk memastikan hasil penelitian terdokumentasi dengan baik dan dapat dipublikasikan sesuai format JATI.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

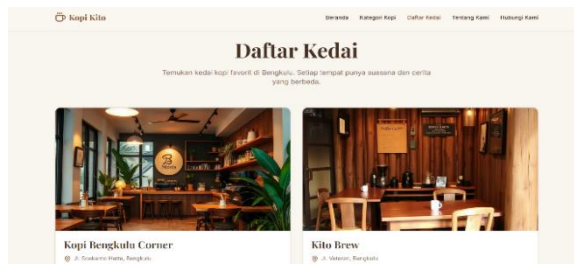
4.1. Implementasi Antarmuka Sistem

Implementasi antarmuka dilakukan untuk merealisasikan rancangan yang telah disusun pada tahap perancangan. Antarmuka Sistem Informasi Pemasaran KopiKito dirancang agar sederhana, responsif, dan mudah digunakan oleh pengguna umum maupun administrator. Antarmuka ini dikembangkan menggunakan pendekatan desain minimalis dengan penekanan pada kemudahan navigasi serta penyajian informasi yang jelas.



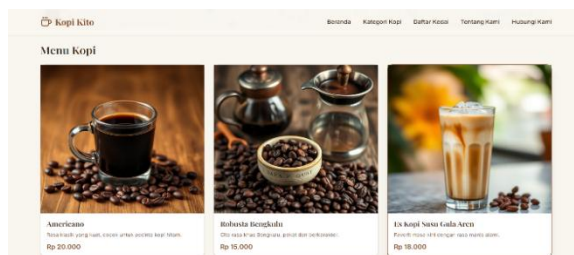
Gambar 4. Halaman Beranda KopiKito

Antarmuka halaman beranda menampilkan informasi awal mengenai KopiKito, termasuk deskripsi singkat dan elemen navigasi menuju halaman utama lainnya. Tampilan ini berfungsi sebagai titik masuk bagi pengguna untuk menjelajahi informasi kedai dan produk kopi yang tersedia. Desain halaman beranda dibuat ringkas agar pengguna dapat langsung memahami tujuan situs tanpa perlu melakukan banyak interaksi.



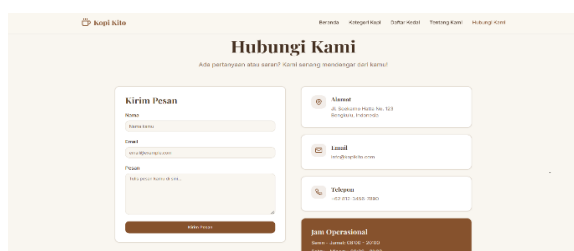
Gambar 5. Halaman Daftar Kedai

Selanjutnya, antarmuka halaman informasi kedai menyajikan detail mengenai kedai kopi yang terdaftar dalam sistem, meliputi nama kedai, lokasi, deskripsi. Halaman ini bertujuan memberikan gambaran lengkap mengenai identitas kedai sehingga memudahkan pengguna dalam mengenali profil *coffee shop*.



Gambar 6. Halaman Informasi Kedai

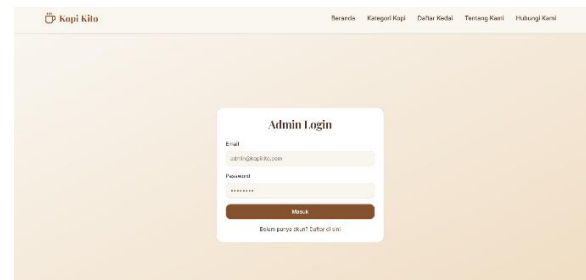
Pada halaman katalog produk, sistem menampilkan daftar produk kopi secara visual dalam bentuk kartu produk. Setiap produk dilengkapi informasi berupa nama, harga, jenis kopi, dan gambar pendukung. Penyajian katalog ini dirancang untuk mempermudah pengguna dalam menemukan menu kopi yang sesuai dengan preferensi mereka.



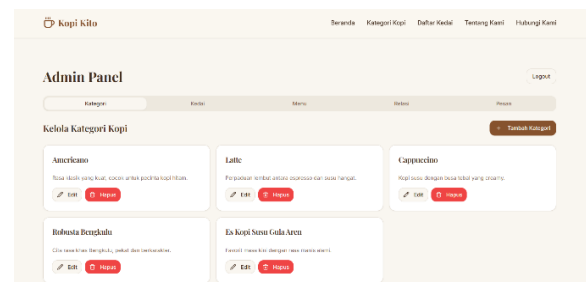
Gambar 7. Halaman Formulir Pesan Pengguna

Sistem juga menyediakan halaman formulir pesan yang memungkinkan pengguna mengirimkan pertanyaan, permintaan informasi, atau pesan lain secara langsung kepada *admin*. Formulir ini berisi *input* seperti nama, email, dan isi pesan. Seluruh data yang dikirimkan pengguna akan tersimpan di dalam

basis data dan dapat diakses oleh *admin* melalui panel *backend*.



Gambar 8. Halaman Login Admin



Gambar 9. Dashboard Panel Admin

Selain antarmuka pengguna, sistem memiliki panel *admin* yang digunakan untuk mengelola berbagai data dalam sistem. Panel ini mencakup *dashboard* sebagai halaman utama *admin* yang menampilkan ringkasan data, serta menu untuk mengelola data kedai, produk kopi, dan pesan pengguna. Setiap halaman pengelolaan menyediakan fungsi tambah, ubah, dan hapus data sehingga *administrator* dapat melakukan pembaruan informasi secara mandiri.

Implementasi antarmuka ini menunjukkan bahwa seluruh rancangan yang telah disusun pada tahap sebelumnya berhasil diwujudkan ke dalam bentuk sistem fungsional. Setiap halaman dibangun untuk mendukung kebutuhan pengguna dan *admin*, sekaligus memastikan bahwa sistem mudah digunakan, informatif, dan berjalan sesuai tujuan awal pengembangan.

4.2. Blackbox Testing

Pengujian *blackbox* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap fungsi pada Sistem Informasi Pemasaran KopiKito berjalan sesuai dengan kebutuhan. Pengujian berfokus pada kesesuaian *input* dan *output* tanpa memperhatikan proses internal program. Setiap skenario pengujian dilakukan dengan mencoba fitur utama yang digunakan oleh pengguna maupun *admin*.

Tabel 1. Pengujian *Blackbox* sistem Kopi Kito

No	Fitur yang Diuji	Aksi	Input	Output yang Diharapkan	Hasil
1	Login Admin	Masuk menggunakan kredensial valid	email & password benar	Sistem menampilkan dashboard admin	Berhasil
2	Login Admin	Masuk menggunakan kredensial salah	email/password salah	Sistem menampilkan pesan kesalahan	Berhasil

No	Fitur yang Diuji	Aksi	Input	Output yang Diharapkan	Hasil
3	Kelola Produk	Tambah data produk baru	nama produk, harga, deskripsi, gambar	Produk berhasil tersimpan dan muncul di katalog	Berhasil
4	Kelola Produk	Edit data produk	ubah nama/harga/deskripsi	Sistem memperbarui data sesuai perubahan	Berhasil
5	Kelola Produk	Hapus data produk	klik “hapus” pada produk	Produk terhapus dari database & katalog	Berhasil
6	Kelola Kedai	Tambah data kedai	nama kedai, alamat, kontak, deskripsi	Kedai tersimpan dan tampil di halaman informasi kedai	Berhasil
7	Form Pesan Pengguna	Kirim pesan dengan data lengkap	nama, email, isi pesan	Pesan tersimpan dan tampil pada panel admin	Berhasil
8	Halaman Katalog Produk	User membuka halaman katalog	—	Sistem menampilkan seluruh produk	Berhasil
9	Halaman Detail Produk	User membuka salah satu produk	klik detail produk	Sistem menampilkan informasi lengkap produk	Berhasil
10	Validasi Form Pesan	Pengguna mengirim pesan tanpa mengisi salah satu input	input kosong	Sistem menampilkan peringatan/validasi	Berhasil

Hasil pengujian *blackbox* menunjukkan bahwa seluruh fitur utama sistem, baik pada sisi pengguna maupun *administrator*, telah berjalan sesuai dengan kebutuhan fungsional yang ditetapkan. Setiap skenario pengujian berhasil memberikan keluaran yang konsisten dengan perilaku yang diharapkan, sehingga sistem dinilai stabil, dapat digunakan dengan baik, dan layak untuk diterapkan pada proses pemasaran *coffee shop* secara digital. Temuan ini juga mengonfirmasi bahwa implementasi sistem telah sesuai dengan rancangan yang disusun pada tahap sebelumnya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan proses perancangan dan implementasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Pemasaran KopiKito berhasil dikembangkan menggunakan metode *Prototype* hingga menghasilkan sistem yang fungsional, stabil, serta mampu memenuhi kebutuhan pengguna dalam mengakses informasi kedai, katalog produk, dan layanan pesan, sekaligus mendukung *admin* dalam pengelolaan data secara mandiri melalui panel *backend*. Pengujian *blackbox* menunjukkan seluruh fitur berjalan sesuai *output* yang diharapkan, sehingga sistem layak digunakan sebagai media promosi digital untuk *coffee shop*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. F. Adham, “Analisis Implementasi Sistem Informasi: Studi Literatur,” *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, vol. 5, no. 1, pp. 264–275, Jun. 2024, doi: 10.35957/jtsi.v5i1.7815.
- [2] M. Ilham, “Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Pengambilan Keputusan,” *JUMEK*, May 2024.
- [3] S. K. Mahwati, “Pengaruh Digital Marketing dalam Strategi Pemasaran Global: A Systematic Literature Review,” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, vol. 23, no. 2, pp. 115–125, Sep. 2024, doi: 10.14710/jspi.v23i2.115-125.
- [4] Wa Ode Nur Asysyifaa, Juharsah, Isalman, Asrip Putera, Triwulandari Nehru Putri, and Windayani, “ANALISIS PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 16, no. 2, pp. 38–47, Jul. 2024, doi: 10.55598/jmk.v16i2.6.
- [5] J. Putra, L. W. B. Tarigan, J. Johan, and A. Suwandhi, “PERANCANGAN WEBSITE UNTUK MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI – STUDI KASUS PADA TOKO KEVIN,” *Skena Teknologi*, vol. 2(1), no. Vol. 2 No. 1 (2025): Skena Teknologi, pp. 18–27, Feb. 2025, Accessed: Nov. 30, 2025. [Online]. Available: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/ST/article/view/53>
- [6] N. P. Hutabarat and L. Siregar, “Perancangan Website sebagai Media Informasi dan Pemasaran pada Dazam Raya Seafood,” *Jurnal Tekesnos*, 2023.
- [7] H. Hendri, D. Meisak, and S. R. Agustini, “Penerapan Metode Prototype dalam Pengembangan Sistem Informasi,” *Jurnal Ilmiah Teknik dan Ilmu Komputer*, 2022.
- [8] N. Andini, R. Taufiq, D. Y. Priyanggodo, and Y. Sugiyani, “PENGUNAAN METODE PROTOTYPE PADA PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI IMUNISASI POSYANDU,” *JIKA (Jurnal Informatika)*, vol. 7, no. 4, p. 431, Nov. 2023, doi: 10.31000/jika.v7i4.9329.
- [9] H. Simarmata, “Pengujian Perangkat Lunak Menggunakan Metode Blackbox pada Aplikasi Berbasis Web,” *Jurnal Sistem Informasi Kaputama*, 2022.
- [10] A. R. Apriliandra and I. Nuryasin, “Pengujian Blackbox pada Website Sistem Pemesanan Travel Online Gemilang Travel Berbasis Teknik Equivalence Partitions,” *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, vol. 7, no. 2, pp. 859–867, Apr. 2024, doi: 10.32493/jtsi.v7i2.39049.