

PEMBUATAN E-CATALOGUE UNTUK DIGITAL MARKETING PADA KOPERASI AS-SAKINAH 'AISYIYAH KABUPATEN JEMBER

Rosita Yanuarti^{1*}, Yusril Izzi Arlisa Amiri², Bayu Krisna³, Ardhi Harry Setiawan⁴, Rizqy Arniza⁵, Ibnu Khoirul Prasetyo⁶

^{1,3,4}Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

²Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

^{5,6}Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

rosita.yanuarti@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Salah satu upaya bisnis yang dapat dilakukan untuk mengembangkan unit usaha Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Kabupaten Jember adalah dengan menerapkan *digital marketing*. Selama ini, pemasaran yang dilakukan mitra masih mengandalkan komunikasi melalui telepon atau aplikasi WhatsApp secara sederhana, Kegiatan ini bertujuan untuk membantu mitra dalam memperluas pemasaran produk dan meningkatkan transaksi penjualan dengan memanfaatkan teknologi digital dalam pemasarannya melalui pembuatan *e-catalogue*. Metode pelaksanaan pada kegiatan ini terdiri dari identifikasi masalah, pembuatan produk/*prototype e-catalogue* dan sosialisasi penggunaan *e-catalogue* bagi 10 peserta pengurus dan anggota Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Kabupaten Jember. Pengujian kelayakan sistem dilakukan dengan dua jenis pengujian sistem yaitu *blackbox testing* dan *User Acceptance Testing (UAT)*. Berdasarkan hasil kuesioner pada pengujian UAT didapatkan nilai presentase kelayakan sebesar 76,80% yang tergolong dari hasil penilaian baik. Oleh karena itu, sistem *e-catalogue* dapat dikatakan layak dan memenuhi kriteria untuk diterapkan pada Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Kabupaten Jember.

Kata Kunci: Digital Marketing; E-Catalogue; Koperasi As-Sakinah.

Abstract: One of the business efforts that can be made to develop the As-Sakinah 'Aisyiyah Cooperative business unit in Jember by implementing digital marketing. So far, the marketing carried out by partners still relies on simple communication via telephone or WhatsApp applications. This activity aims to assist partners in expanding product marketing and increasing sales transactions by utilizing digital technology in their marketing through the creation of *e-catalogue*. The implementation method in this activity consists of identifying problems, implementation and training on the use of *e-catalogue* for 10 participants of As-Sakinah Cooperative management and members. Two types of system testing, namely *blackbox testing* and *User Acceptance Testing (UAT)* carried to measure the feasibility of the system. Based on the results of the questionnaire in the UAT test, the feasibility percentage value is 76.80% which is classified as a good assessment result. Therefore, the *e-catalogue* system can be said to be feasible and meet the criteria to be applied to the As-Sakinah 'Aisyiyah Cooperative in Jember.

Keywords: Digital Marketing; E-Catalogue; Koperasi As-Sakinah.



Article History:

Received: 04-06-2024

Revised : 15-07-2024

Accepted: 16-07-2024

Online : 09-08-2024



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran dalam proses bisnis yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk memasarkan produk dan jasa ke pemasaran *online* (Yuliandhari dkk, 2023). Keuntungan *digital marketing* telah dirasakan oleh banyak pemilik bisnis, baik dalam skala bisnis kecil maupun besar. Di era digitalisasi dan penggunaan teknologi *Internet* saat ini merupakan kemajuan baru dalam strategi pemasaran (Aditya & Rusdianto, 2023). Menurut Charlesworth (2018), salah satu operasional *digital marketing* adalah dengan pengembangan sebuah web, dimana pengembangan segala aspek *web* yang digunakan sebagai *platform* untuk menyampaikan pesan pemasaran suatu produk, merek, atau organisasi (Arif & Leo, 2022). Kehadiran *web* sebagai sarana dalam menjalin hubungan dengan pelanggan pada organisasi sebagai pusat aktivitas *online* baik strategis maupun operasional merupakan elemen penting dalam *digital marketing* karena salah satu peran dari *website*. (Nofiani & Mursid, 2021).

Sebagai contoh, pembuatan *e-catalogue* merupakan salah satu teknik dalam *digital marketing*. Sehingga dalam hal ini, *e-catalogue* dapat dianggap sebagai model pengiriman informasi produk berupa katalog yang dapat dilakukan melalui *website* perusahaan, melalui *e-mail*, atau *social media*. Menurut Akmalia dkk. (2023), konsep dasar katalog yang terdiri dari daftar barang yang disusun sedemikian rupa sebagai arsip yang menawarkan kemudahan bagi orang yang mengakses kategori tertentu. Pada bidang usaha dan bisnis, katalog sendiri merupakan daftar barang dan jasa yang umumnya diperjualbelikan oleh perusahaan dengan berbagai macam bentuk, diantaranya yaitu buku, kartu, lembaran atau media cetak lainnya, kemudian pada era digital saat ini, katalog tersebut berkembang dalam bentuk media digital yang biasa disebut *e-catalogue*. *E-catalogue* tidak seperti katalog manual yang memiliki tanggal expired. *E-catalogue* dapat diperbaharui kapan saja, sehingga tidak perlu terus menerus mencetak ulang seperti pada katalog manual (Butarbutar dkk., 2022).

Sifat kebutuhan dan keinginan konsumen yang dinamis mengharuskan pelaku bisnis untuk berubah dan beradaptasi secara strategis untuk memuaskan konsumen (Pramadyanto & Muhammad, 2022). Salah satu upaya bisnis yang dapat dilakukan untuk mengembangkan unit usaha Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah adalah dengan melaksanakan strategi pemasaran. Selama ini, pemasaran yang dilakukan oleh unit usaha Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Jember masih mengandalkan komunikasi melalui telepon atau aplikasi WhatsApp atau Instagram secara sederhana. Permasalahan yang muncul pada unit usaha Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Jember adalah belum memanfaatkan secara maksimal media promosi *online* untuk memasarkan produknya, seperti belum tersedianya katalog produk atau halaman *web* operasional pada unit usaha Koperasi As-Sakinah

'Aisyiyah yang berisi informasi organisasi, produk-produk, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan operasional unit usaha koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Jember.

Adapun penerapan salah satu teknik *digital marketing* yaitu melalui pembuatan *e-catalogue* pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Lady & Aini (2021), dimana dengan penerapan *digital marketing* secara efektif dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan transaksi penjualan hingga 9%. Dengan penggunaan *e-catalogue* juga meminimalkan resiko kesalahan harga. Selain kelebihan tersebut, manfaat dari e-katalog menurut Mariam & Ramli (2022) adalah antara lain kemudahan akses oleh berbagai pihak, informasi produk yang selalu *up date*, informasi barang dan jasa lebih transparan, dan lebih efektif meningkatkan performa pengadaan barang.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka solusi yang diajukan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah membekali pengetahuan tentang penerapan *e-catalogue* sebagai salah satu solusi *digital marketing*, dan membangun *prototype* model penerapan *digital marketing e-catalogue* pada unit usaha Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Jember, sehingga diharapkan pengurus unit usaha koperasi As-Sakinah dapat memahami penggunaan teknologi pada *digital marketing* dan memahami membuat *e-catalogue* sebagai media untuk memasarkan produk-produk yang ditawarkan dengan mudah. Dengan demikian, diharapkan melalui kegiatan ini terbentuk individual yang berkualitas terhadap penggunaan teknologi pada *digital marketing*.

Solusi yang diberikan merupakan kegiatan pengenalan *digital marketing e-catalogue* dan pembuatan produk berupa *prototype* model *e-catalogue* yang dapat digunakan sebagai media *digital marketing* untuk memasarkan produk-produk pada unit usaha Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Jember. Seperti yang telah terjadi pada unit usaha koperasi saat ini, masih belum tersedianya media elektronik yang digunakan untuk memasarkan produk secara luas atau menampilkan informasi terkait unit usaha koperasi. Sehingga solusi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman atau pembekalan pengetahuan akan pemanfaatan teknologi pada *digital marketing*.

B. METODE PELAKSANAAN

Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah merupakan usaha ekonomi yang telah berdiri sejak tahun 2000 berdasarkan SK Menteri Koperasi Usaha Kecil dan Menengah No. 05/BH/KDK.13.12/1.3/II/2000 dan dalam pendiriannya diinisiasi oleh Pimpinan Daerah 'Aisyiyah Kabupaten Jember. Sebagai usaha ekonomi yang berbasis kepentingan dan kesejahteraan anggota, unit usaha yang selama ini dilaksanakan oleh Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah diantaranya yaitu menyediakan dan memenuhi kebutuhan sembako anggota. Oleh karena itu, Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah pada tahun 2012 mendirikan

unit usaha Toko As-Sakinah. Unit usaha ini disamping bertujuan untuk menyediakan kebutuhan sembako anggota, juga menyediakan kebutuhan persyarikatan Muhammadiyah, 'Aisyiyah maupun Ortom lainnya. Tak hanya itu, unit usaha Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah juga berperan sebagai wadah/tempat pemasaran hasil produksi usaha ekonomi atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) anggota 'Aisyiyah yaitu Bina Usaha Keluarga 'Aisyiyah (BUEKA).

Metode pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari pembuatan produk/*prototype e-catalogue* dan sosialisasi penggunaan *e-catalogue*. Pembuatan *prototype e-catalogue* dimulai dengan kegiatan wawancara dan observasi proses bisnis yang berjalan pada unit usaha koperasi As-Sakinah hingga implementasi dan pengujian *prototype e-catalogue*. Selanjutnya, sosialisasi dan praktek penggunaan *e-catalogue* bagi pengurus dan anggota unit usaha Koperasi As-Sakinah.

Tahapan analisis kebutuhan pengguna terdiri dari kegiatan wawancara terkait permasalahan yang dihadapi dan observasi proses bisnis pada unit usaha koperasi As-Sakinah. Kegiatan wawancara meliputi tanya jawab terkait permasalahan teknik pemasaran dan transaksi penjualan yang masih dilakukan melalui aplikasi pesan *WhatsApp*, sehingga operator mengalami kesulitan karena mengirimkan produk-produk apa saja yang ada pada As-Sakinah berulang kali. Pelanggan dapat melakukan transaksi pembelian secara langsung atau melakukan pemesanan melalui aplikasi pesan *WhatsApp*. Tahapan selanjutnya adalah pembuatan program *prototype e-catalogue* yang terdiri dari sub-kegiatan perancangan sistem dimana terdiri dari desain *interface* dan basis data (Purnomo, 2017), dan pengkodean program *prototype e-catalogue*.

Selanjutnya, program *prototype e-catalogue* terlebih dahulu dilakukan proses pengujian sebelum digunakan/diimplementasikan pada mitra. Menurut Wahyudi dkk. (2023), terdapat dua jenis pengujian yang dilakukan yaitu pengujian secara fungsional sistem menggunakan *Blackbox Testing* dan penerimaan user terhadap sistem menggunakan *User Acceptance Test (UAT)*. Pengujian yang dilakukan pada tahapan implementasi adalah bertujuan untuk memvalidasi fungsional sistem. Tahapan sosialisasi dilakukan untuk mengenalkan dan memberikan contoh praktek atau pelatihan terhadap penggunaan *prototype* tersebut bagi pengurus dan anggota Koperasi As-Sakinah. Pada tahapan ini dilakukan pengujian yang bertujuan untuk mengukur kelayakan sistem menggunakan metode pengujian UAT, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan PKM

No	Kegiatan	Luaran	Sub Kegiatan
1	Analisis kebutuhan pengguna	Analisis dan rancangan <i>prototype e-catalogue</i> yang akan dibangun	Wawancara dan observasi pada mitra
2	Pembuatan produk / <i>prototype</i> model <i>e-catalogue</i>	<i>prototype e-catalogue</i>	Perancangan antarmuka <i>e-catalogue</i> Pengkodean program <i>e-catalogue</i>
3	Sosialisasi Program Kegiatan	Menyebarkan undangan ke anggota, pengurus koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Jember.	Praktek penggunaan <i>e-catalogue</i>
4	Koordinasi pelaksanaan	Menentukan waktu pelaksanaan	Adanya penentuan waktu dilaksanakannya kegiatan
5	Pelaksanaan Kegiatan	Pengenalan <i>e-catalogue</i> Pembuatan <i>e-catalogue</i> yang diikuti oleh peserta	Pemaparan materi dan diskusi mengenai <i>e-catalogue</i> Tutorial melakukan pemesanan produk dan memasukkan data produk ke dalam <i>e-catalogue</i>
6	Evaluasi dan Pembuatan Laporan	a. Evaluasi b. Pembuatan Laporan	a. Evaluasi kegiatan berupa analisis kekurangan selama kegiatan b. Pembuatan Laporan pelaksanaan kegiatan

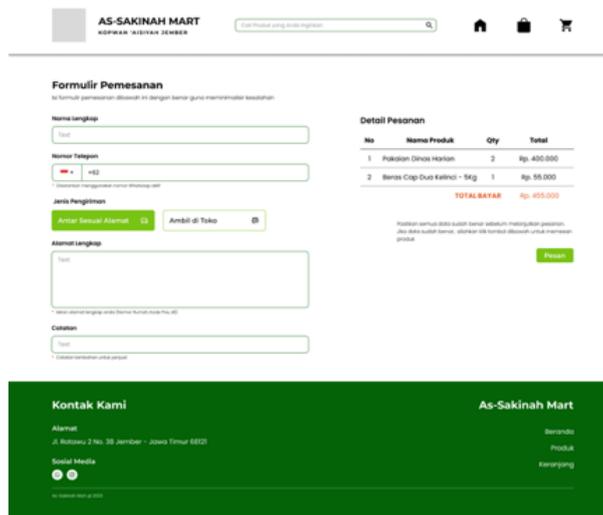
C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Kebutuhan Sistem

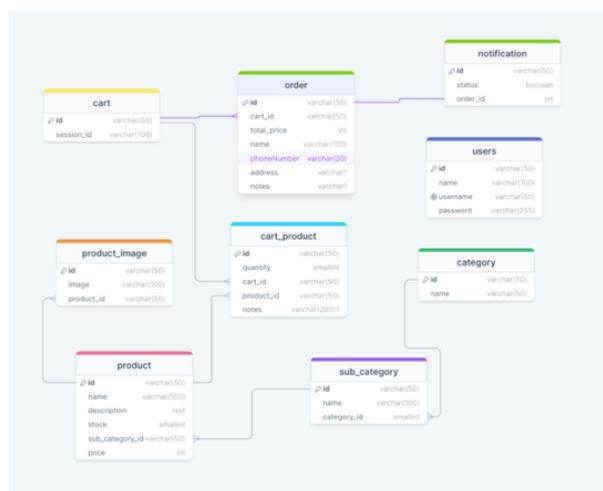
Tahap analisis kebutuhan sistem *e-catalogue* ini dilakukan dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada mitra. Tim pelaksana PKM telah melakukan kegiatan observasi dan wawancara di Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Kabupaten Jember pada tanggal 18 Desember 2023. Hasil dari kegiatan ini adalah dokumen spesifikasi kebutuhan yang meliputi rancangan sistem yang akan dibangun. Adapun kebutuhan fungsional sistem pada *e-catalogue* yang akan dibangun adalah *e-catalogue* dapat menampilkan daftar produk-produk yang ada pada koperasi As-Sakinah, dapat menyimpan pemesanan yang dilakukan oleh pelanggan, dan menyimpan perubahan kelola data produk koperasi As-Sakinah yang dilakukan oleh pengurus koperasi. Pengguna dari *e-catalogue* adalah admin/operator yang merupakan pengurus koperasi As-Sakinah dan *customer*. Admin bertugas mengelola data pemesanan dan produk, serta melakukan konfirmasi/validasi pemesanan, sedangkan *customer* adalah anggota koperasi atau orang yang melakukan transaksi pembelian/pemesanan produk pada *e-catalogue*.

2. Implementasi

Tahapan implementasi merupakan rangkaian proses pembuatan produk/*prototype e-catalogue* yang terdiri dari sub kegiatan perancangan sistem dan pengkodean program atau *prototype e-catalogue*. Tahapan perancangan sistem terdiri perancangan *interface* dan skema basis data sebagai struktur penyimpanan data. Desain interface dibagi menjadi 2 bagian yaitu bagian *customer* dan bagian admin. Sedangkan pada desain basis data dilakukan perancangan struktur penyimpanan data dalam basis data. Hasil perancangan antar muka pemesanan ditunjukkan pada Gambar 1 dan perancangan basis data ditunjukkan pada Gambar 2.



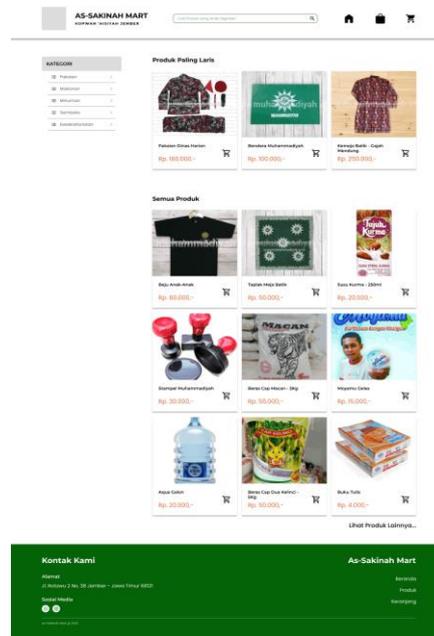
Gambar 1. Perancangan Antarmuka Pemesanan Produk E-catalogue



Gambar 2. Perancangan Skema Basis Data *E-catalogue*

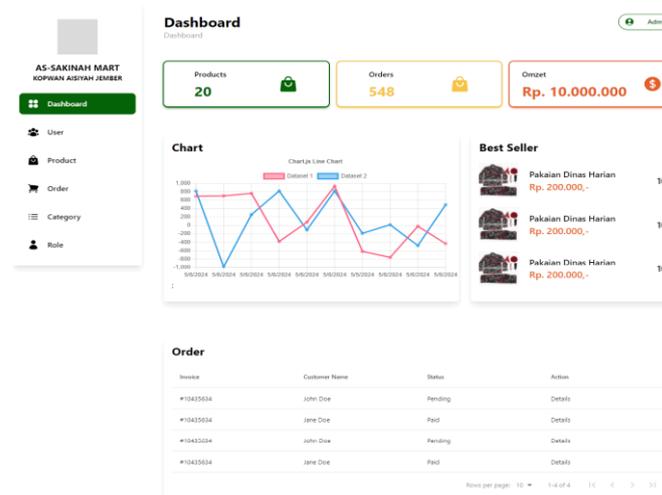
Gambar 3 adalah tampilan halaman *homepage e-catalogue* As-Sakinah yang berisi semua produk ketika *customer* mengakses *website* As-Sakinah. Fitur pemesanan pada *e-catalogue* ini dapat digunakan melalui *icon* keranjang yang ada pada bagian bawah masing-masing produk. Informasi detail produk dapat dilakukan dengan memilih produk yang ingin dilihat.

Pada halaman ini juga terdapat fitur pencarian produk, fitur penelusuran produk berdasarkan kategori Pakaian, Makanan, Minuman, Minuman, dan Kesekretariatan, dan juga menampilkan informasi koperasi As-Sakinah.



Gambar 3. Tampilan halaman homepage *e-catalogue*

Pada tampilan halaman *dashboard* pada *admin* yang ditunjukkan pada Gambar 4, menunjukkan beberapa fitur pada *user* admin antara lain pengaturan data produk, data order atau pemesanan, data kategori produk, dan pengaturan *user* untuk *customer*. Pada halaman *dashboard* juga menampilkan ringkasan total produk yang terjual dan yang paling banyak dibeli, jumlah pemesanan, dan omzet yang didapatkan. Selain itu, terdapat *chart* untuk menampilkan tren dari transaksi penjualan pada koperasi. Daftar pemesanan (*orders*) juga ditampilkan pada halaman ini meliputi nomor *invoice*, nama *customer*, status pemesanan, dan nama admin yang bertugas.



Gambar 4. Tampilan halaman *dashboard e-catalogue* pada Admin

3. Pengujian

Pengujian yang dilakukan terdiri dari 2 jenis pengujian yaitu pengujian *blackbox testing* yang dilakukan untuk memvalidasi fungsional sistem *e-catalogue*. Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian *blackbox testing*.

Tabel 2. Hasil Pengujian *Blackbox Testing*

No.	Skenario Pengujian	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian
1	Menu Produk	Customer dapat melihat semua produk	Sukses
2	Menu Detail Produk	Customer dapat melihat detail produk	Sukses
3	Menu Keranjang	Customer dapat menambahkan produk ke keranjang	Sukses
4	Menu Formulir Pemesanan	Customer dapat melihat dan mengisi formulir pemesanan	Sukses
5	Menu Invoice Pemesanan	Customer dapat melihat invoice pemesanan	Sukses
6	Dashboard Admin	Admin dapat melihat semua menu di Dashboard Admin	Sukses
		Customer tidak dapat melihat semua menu di Dashboard Admin	Sukses
7	Menu Product di Dashboard Admin	Admin dapat melihat, menambah, mengubah, dan menghapus product di Dashboard Admin	Sukses
8	Menu User di Dashboard Admin	Admin dapat melihat, menambah, mengubah, dan menghapus user di Dashboard Admin	Sukses
9	Menu Order di Dashboard Admin	Admin dapat mengkonfirmasi dan menghapus pemesanan di Dashboard Admin	Sukses
10	Menu Kategori di Dashboard Admin	Admin dapat melihat, menambah, mengubah, dan menghapus kategori di Dashboard Admin	Sukses
11	Menu Role di Dashboard Admin	Admin dapat melihat, menambah, mengubah, dan menghapus role di Dashboard Admin	Sukses

Pengujian dengan *User Acceptance Test*, dilakukan melalui survei penerimaan sistem dengan memberikan form kuesioner penilaian kepada responden yang lebih tepatnya yaitu pengurus dan anggota pada unit usaha koperasi 'Aisyiyah sebagai pengguna dari *e-catalogue* ini. Form kuesioner penilaian berisi sejumlah pertanyaan mengenai penilaian terhadap sistem dengan menggunakan skala Likert, seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tabel Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan Kuisisioner
1	Apakah tampilan <i>e-catalogue</i> ini menarik?
2	Apakah penggunaan warna tulisan dengan latar belakang (background) sudah sesuai?
3	Apakah menu dan fitur pada <i>e-catalogue</i> bisa dipahami?
4	Apakah menu dan fitur pada <i>e-catalogue</i> mudah digunakan?
5	Apakah dengan adanya <i>e-catalogue</i> ini memudahkan dalam transaksi penjualan/pembelian?
6	Bagaimana kecepatan akses pada <i>e-catalogue</i> ini?
7	Bagaimana kepuasan anda dalam mencari informasi produk pada <i>e-catalogue</i> ini?
8	Bagaimana kelengkapan fitur yang ada pada <i>e-catalogue</i> ini?
9	Apakah sistem ini mampu meningkatkan keefektifan dalam pengelolaan dan pelayanan transaksi jual beli?
10	Apakah sistem ini mampu memperluas jangkauan pemasaran produk yang ada pada unit usaha koperasi 'Aisyiyah?
11	Apakah sistem ini memberikan kenyamanan saat bertransaksi?
12	Apakah sistem ini telah berjalan sesuai kebutuhan?

4. Sosialisasi

Selanjutnya kegiatan dilanjutkan dengan melakukan sosialisasi terhadap penggunaan *e-catalogue* kepada para pengurus dan anggota unit usaha koperasi 'Aisyiyah. Tujuan dari dilaksanakannya sosialisasi yaitu memperkenalkan *e-catalogue* sebagai media *marketing* dalam bentuk digital dan sebagai media dalam transaksi jual/beli produk-produk pada unit usaha koperasi 'Aisyiyah Jember, selain itu memberikan pengarahan kepada peserta dan mempraktekkan secara langsung penggunaan *e-catalogue* sebagai media *digital marketing*. Kegiatan sosialisasi penggunaan *e-catalogue* ditunjukkan pada Gambar 5 dan Gambar 6.



Gambar 5. Kegiatan Sosialisasi *E-catalogue* Pada Koperasi 'Aisyiyah



Gambar 6. Pelatihan Penggunaan *E-catalogue* Pengurus dan Anggota Koperasi 'Aisiyah

Pada kegiatan sosialisasi, pertanyaan kuesioner juga dibagikan kepada 10 peserta yang terdiri dari pengurus dan anggota koperasi As-Sakinah 'Aisiyah Kabupaten Jember. Tujuannya adalah untuk mendapatkan sampel kepuasan. Selanjutnya, menganalisa jawaban dan menghitung perolehan nilai yang diberikan oleh user dengan rumus 1 (Abraham & Ismail, 2021). Rumus 1 digunakan untuk mengukur kualitas dari suatu sistem yang disebut dengan User Acceptance Test (Wulandari dkk., 2023).

$$\gamma = \left(\frac{\sum nP}{nT} \right) \times 100\% \quad (1)$$

γ = Presentase nilai; nP = Jumlah nilai jawaban; nT = Nilai tertinggi. Berdasarkan jawaban hasil kuesioner pada kegiatan pengabdian penerapan *e-catalogue* secara umum ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Kuesioner

No	Pertanyaan Kuisisioner	nP	nT	γ
1	Apakah tampilan <i>e-catalogue</i> ini menarik?	46	60	76,66%
2	Apakah penggunaan warna tulisan dengan latar belakang (background) sudah sesuai?	46	60	76,66%
3	Apakah menu dan fitur pada <i>e-catalogue</i> bisa dipahami?	47	60	78,33%
4	Apakah menu dan fitur pada <i>e-catalogue</i> mudah digunakan?	47	60	78,33%
5	Apakah dengan adanya <i>e-catalogue</i> ini memudahkan dalam transaksi penjualan/pembelian?	46	60	76,66%
6	Bagaimana kecepatan akses pada <i>e-catalogue</i> ini?	46	60	76,66%
7	Bagaimana kepuasan anda dalam mencari informasi produk pada <i>e-catalogue</i> ini?	46	60	76,66%
8	Bagaimana kelengkapan fitur yang ada pada <i>e-catalogue</i> ini?	46	60	76,66%
9	Apakah sistem ini mampu meningkatkan keefektifan dalam pengelolaan dan pelayanan transaksi jual beli?	45	60	75%
10	Apakah sistem ini mampu memperluas jangkauan pemasaran produk yang ada pada unit usaha koperasi 'Aisiyah?	48	60	80%

No	Pertanyaan Kuisisioner	nP	nT	γ
11	Apakah sistem ini memberikan kenyamanan saat bertransaksi?	45	60	75%
12	Apakah sistem ini telah berjalan sesuai kebutuhan?	45	60	75%

Berdasarkan Tabel 4 didapatkan persentase nilai dari 12 pertanyaan di atas. Tabel tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan no 1 memperoleh persentase sebesar 76,66% yang tergolong dari hasil penilaian Baik. Pertanyaan no 2 memperoleh persentase 76,66%% yang tergolong dari hasil penilaian baik. Pertanyaan no 3 memperoleh persentasi 78,33%. Sedangkan aspek kepuasan dalam pencarian produk pada pertanyaan no 7 memperoleh hasil 76,66%. Rata-rata keseluruhan pada pengujian UAT ini diperoleh sebesar 76,80% yang tergolong dari hasil penilaian baik. Oleh karena itu, sistem *e-catalogue* dapat dikatakan layak dan memenuhi kriteria untuk diterapkan pada Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Kabupaten Jember.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari pengujian sistem menggunakan teknik User Acceptance Test (UAT), *e-catalogue* ini paling banyak dipilih responden yang menyatakan bahwa sistem tersebut mampu memperluas jangkauan pemasaran produk yang ada pada unit usaha koperasi 'Aisyiyah dan memudahkan dalam transaksi penjualan/pembelian melalui menu dan fitur-fitur yang disediakan pada *e-catalogue*. Beberapa penilaian lain yang memperoleh hasil yang tinggi seperti kelengkapan fitur pada *e-catalogue* sehingga meningkatkan kepuasan pengguna dalam mencari informasi produk pada *e-catalogue*. Hasil rata-rata keseluruhan pada pengujian UAT diperoleh sebesar 76,80% yang tergolong dari hasil penilaian baik. Dengan adanya implementasi *e-catalogue* tersebut, diharapkan mampu menarik minat UMKM binaan 'Aisyiyah Kabupaten Jember untuk memasarkan produknya di Koperasi As-Sakinah.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil pelaksanaan PkM mengenai pembuatan *e-catalogue* di Koperasi As-Sakinah 'Aisyiyah Kabupaten Jember adalah perlu adanya pemeliharaan dan pengembangan sistem informasi dengan perkembangan teknologi yang ada untuk mendukung kinerja kedepannya. *E-catalogue* yang dibangun masih memiliki keterbatasan yang nantinya dapat diselesaikan pada penelitian berikutnya yaitu melakukan pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Jember yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Tidak lupa, ucapan terima kasih bagi mitra Unit Usaha Koperasi 'Aisyiyah As-Sakinah Kabupaten

Jember yang telah memberikan kesempatan pada tim penulis, sebagai lokasi kegiatan pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

- Abraham, J., & Ismail, I. E. I. (2021). *Unit Testing dan User Acceptance Testing pada Sistem Informasi Pelayan Kategorial Pelayanan Anak*. Nama jurnal? Volume? Issue? Halaman?
- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Akmalia, N., Suratni, S., Yuliana, R., Cempaka, P. S., Yakob, F., Negeri, P., & Kreatif, M. (2023). *Publipreneur Polimedia: Jurnal Ilmiah Jurusan Penerbitan Politeknik Negeri Media E-catalogue Sebagai Basis Data Dan Media Promosi Buku Karya Mahasiswa Prodi Penerbitan* (Vol. 11, Issue 1). Halaman?
- Arif, R. D. El, & Leo, G. G. (2022). Pengembangan Website UKM Untuk Saluran Pemasaran Digital Menggunakan Web Quality. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1112–1119.
- Butarbutar, J. M., Darmansah, D., & Amriza, R. N. S. (2022). Perancangan Sistem Informasi E-catalogue Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall. *Jurnal Sistem Komputer Dan Informatika (JSON)*, 3(4), 438. <https://doi.org/10.30865/json.v3i4.4165>
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315175737>
- Lady, & Aini, L. (2021). Penerapan Brand Awareness dan E-Marketing Pada Toko Natasyia Collection Pada Situasi Pandemi COVID-19. *Concept : Conference On Community Engagement Project*, 1(1).halaman?
- Mariam, S., & Ramli, A. H. (2022). Pengenalan Digital Marketing E-Katalog Bagi UMKM Binaan Jakpreneur. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 74–83.
- Munandar, A. I. A., Ibrahim, A. M., Maulana, H., Fahreza, R. A., & Saifudin, A. (2023). Perancangan Aplikasi Kasir Toko Kelontong Berbasis Dekstop Menggunakan Metode Waterfall . *JRIIN : Jurnal Riset Informatika Dan Inovasi*, 1(2), 374–382.
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77.
- Pramadyanto, & Muhammad R. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urbain Inc. Komuniti. *Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(1), 69–92.
- Purnomo, D. (2017). Model Prototyping Pada Pengembangan Sistem Informasi. *JIMP - Jurnal Informatika Merdeka Pasuruan*, 2(2).halaman?
- Wahyudi, I., Fahrullah, & Haerullah. (2023). Analisis Blackbox Testing Dan User Acceptance Testing Terhadap Sistem Informasi SolusimedSosku. *Jurnal Teknosains Kodepena*, 4(1), 1–9.
- Wulandari, Nofiyani, & Hasugian, H. (2023). User Acceptance Testing (UAT) Pada Electronic Data Preprocessing Guna Mengetahui Kualitas Sistem. *JMIK (Jurnal Mahasiswa Ilmu Komputer)*, 4(1), 20–27.
- Yuliandhari, R., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran pada Pelaku Usaha UMKM Tanaman Hias Twyla Flower Karawang. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 227–231.