



Visualisasi Promosi Digital untuk UMKM Los Tropis Melalui Metode Prototype

Andri Sahata Sitanggang^{*1}, Kampala Putra Pratama Aji², Nirvan Fadillah³,
Raphael Laoli⁴, Mochamad Fahmi Fadillah⁵

^{*1,2,3,4,5}Universitas Komputer Indonesia

Email: ^{*1}andri.sahata@email.unikom.ac.id, ²kampala.10523139@mahasiswa.unikom.ac.id,
³nirvan.10523158@mahasiswa.unikom.ac.id, ⁴raphael.10523155@mahasiswa.unikom.ac.id,
⁵fahmi.10523903@mahasiswa.unikom.ac.id

Abstract

Los Tropis MSME is a culinary business with significant development potential but still faces challenges in digital marketing. Promotion is currently limited to a single social media platform, resulting in restricted information reach, low consumer awareness, and reduced competitiveness in the digital market. This study aims to design a digital promotional medium in the form of a website mockup to expand promotional reach and strengthen the business identity. The method used is prototyping, which includes the stages of Quick Plan, Quick Design, and Construction of Prototype. This approach allows for a fast, structured, and user-oriented development process. The resulting design is expected to serve as an effective digital solution to support the growth of Los Tropis MSME in the digital era.

Keywords : MSME, digital marketing, website design, prototyping, digitalization.

Abstrak

UMKM Los Tropis merupakan usaha kuliner yang memiliki potensi besar dalam pengembangan bisnis, namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran digital. Promosi yang dilakukan hanya melalui satu platform media sosial menyebabkan jangkauan informasi terbatas, sehingga awareness konsumen rendah dan daya saing menurun. Penelitian ini bertujuan merancang media promosi digital berbentuk website yang dapat memperluas jangkauan promosi dan memperkuat identitas usaha. Metode yang digunakan adalah prototyping, dengan tahapan Quick Plan, Quick Design, dan Construction of Prototype. Pendekatan ini memungkinkan pengembangan dilakukan secara cepat, terstruktur, dan sesuai kebutuhan pengguna. Hasil rancangan diharapkan menjadi solusi digital yang efektif dalam mendukung pertumbuhan UMKM Los Tropis di era digital.

Kata Kunci : UMKM, perancangan digital, desain, prototyping, digitalisasi.

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, termasuk dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data dari Tambunan (2019), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto

(PDB) dan menjadi penggerak utama ekonomi rakyat [1].

Namun, di tengah pertumbuhan ekonomi digital, banyak UMKM masih mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas karena keterbatasan promosi digital yang efektif. Di era digital yang kompetitif, transformasi digital menjadi keharusan agar UMKM dapat

meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing [2].

Los Tropis adalah salah satu UMKM di bidang kuliner yang memproduksi minuman sehat dari buah tropis lokal. Meskipun memiliki produk yang berkualitas dan potensi pasar yang besar, promosi usaha ini masih terbatas

pada metode konvensional seperti promosi lisan dan media sosial yang belum optimal. Hal ini menyebabkan visibilitas produk rendah dan sulit menjangkau konsumen di luar wilayah pasar tradisional.

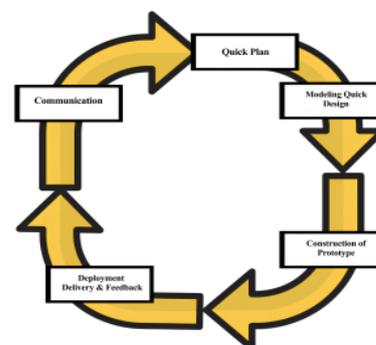
Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan media promosi digital yang lebih profesional dan efektif. Website dinilai sebagai salah satu solusi strategis karena mampu berfungsi sebagai etalase digital yang memuat

informasi produk, testimoni pelanggan, keunggulan usaha, hingga fitur pemesanan online. Website yang dirancang secara tepat dapat meningkatkan kredibilitas usaha dan menjangkau pasar yang lebih luas [3]. Penelitian ini bertujuan merancang media promosi digital berbasis website untuk UMKM Los Tropis. Proses perancangan dilakukan menggunakan metode prototyping yang terdiri dari tahapan Quick Plan, Quick Design, dan Construction of Prototype. Pendekatan ini memungkinkan proses pengembangan dilakukan secara terstruktur dan sesuai kebutuhan pengguna. Diharapkan, hasil perancangan ini dapat mendukung promosi digital Los Tropis secara optimal dan memperkuat identitas usahanya di era digital.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode prototyping yang dinilai tepat untuk merancang sistem berdasarkan kebutuhan pengguna secara langsung dan iteratif [4]. Metode ini memungkinkan pengembangan media digital dilakukan melalui tahapan berulang dengan melibatkan pengguna dalam

setiap siklus evaluasi dan penyempurnaan desain.



Gambar 1 Metode Prototyping

Tahapan yang digunakan mengacu pada model prototyping yang terdiri dari tiga langkah utama, yaitu Quick Plan, Quick Design, dan Construction of Prototype [5]. Pada tahap Quick Plan, peneliti melakukan identifikasi kebutuhan pengguna melalui wawancara dan observasi langsung terhadap pelaku usaha Los Tropis. Informasi yang dikumpulkan mencakup preferensi tampilan, fitur yang diinginkan, serta alur penggunaan mockup yang sesuai dengan karakteristik UMKM.

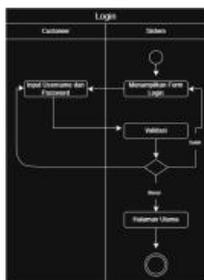
Selanjutnya pada tahap Quick Design, dilakukan perancangan awal berupa wireframe atau sketsa antarmuka website yang berfokus pada struktur halaman dan navigasi utama. Rancangan ini digunakan sebagai dasar dalam membangun prototipe awal. Pada tahap Construction of Prototype, rancangan visual tersebut dikembangkan menggunakan alat

bantu desain antarmuka atau platform pengembangan web sederhana untuk memvisualisasikan fungsi dan alur interaksi website secara langsung.

Prototipe yang dihasilkan kemudian diuji oleh pengguna, dalam hal ini pemilik atau pengelola UMKM Los Tropis, untuk mendapatkan masukan terkait tampilan, fungsionalitas, dan kemudahan penggunaan. Umpan balik dari pengguna menjadi acuan dalam proses penyempurnaan desain secara berulang [6]. Setelah prototipe akhir dianggap sesuai, dilakukan finalisasi desain sebagai hasil akhir dari proses perancangan.

Mockup yang dihasilkan dari proses ini diharapkan mampu menjadi media promosi digital yang efektif, sesuai dengan kebutuhan UMKM Los Tropis, dan dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran mereka secara digital [7].

III. HASIL PEMBAHASAN



Gambar 2 Activity Diagram Login

1).Diagram Login

Sistem Diagram ini menggambarkan alur proses autentikasi pengguna. Sistem menampilkan form login yang meminta input username dan password dari pengguna. Setelah data dimasukkan, sistem melakukan validasi kredensial. Jika valid, pengguna diarahkan ke halaman utama. Jika tidak valid, sistem tetap pada halaman login dengan pesan error. Proses ini menunjukkan implementasi keamanan dasar dengan autentikasi berbasis kredensial.

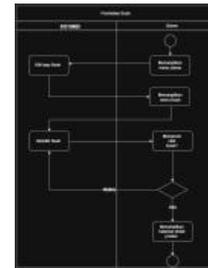


Gambar 3 Activity Diagram Pembelian Buah

2). Diagram Pembelian Buah

Alur proses ini dimulai ketika pengguna mengklik menu buah. Sistem menampilkan daftar buah yang tersedia beserta informasi stok. Pengguna dapat memilih buah tertentu, kemudian sistem melakukan pengecekan ketersediaan stok. Jika tersedia, ditampilkan detail produk. Jika tidak tersedia, sistem

menawarkan opsi notifikasi melalui tombol bell. Diagram ini menunjukkan mekanisme manajemen inventori real-time.



Gambar 4 Activity Diagram Pembelian Jus

3).Diagram Pembelian Jus

Proses ini mirip dengan pembelian buah namun lebih kompleks. Selain pengecekan stok jus dasar, sistem juga memvalidasi ketersediaan topping dan opsi tingkat gula yang dipilih pengguna. Diagram ini menunjukkan kemampuan sistem dalam menangani produk dengan varian yang lebih rumit.



Gambar 5 Activity Diagram Halaman 4).Diagram Halaman Komunitas

Menggambarkan fitur interaksi sosial dalam platform. Pengguna dapat membuka diskusi, membuat posting baru, memberikan

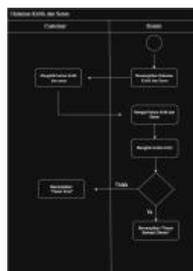
like, dan melaporkan konten. Sistem mencatat semua interaksi ini dan memperbarui tampilan secara real-time. Diagram ini menunjukkan implementasi fitur komunitas digital yang interaktif.



Gambar 6 Activity Diagram Kritik dan Saran

5).Diagram Kritik dan Saran

Menunjukkan mekanisme pengumpulan feedback pengguna. Pengguna dapat mengisi form kritik dan saran, kemudian mengirimkannya ke sistem. Sistem memvalidasi input dan memberikan konfirmasi penerimaan atau pesan error jika terjadi masalah. Diagram ini menunjukkan sistem manajemen feedback yang terstruktur.



Gambar 7 Diagram Activity Upload File

6).Diagram Upload File

Menggambarkan proses unggah file ke sistem. Pengguna memilih file, sistem memvalidasi format dan ukuran, kemudian memproses upload. Hasilnya bisa berupa konfirmasi sukses atau pesan error.

Tampilan Mockup



Gambar 8 Mockup Login

Halaman ini menyediakan menyediakan form login bagi pengguna Los Tropis untuk mengakses akun mereka dengan email dan kata sandi.



Gambar 9 Mockup Detail Produk

Halaman ini menampilkan detail produk jus “Naga Pisang” dengan

pilihan topping, level gula, dan tombol pembelian langsung.



Gambar 10 Mockup Beranda Aplikasi

Halaman ini menyajikan beranda aplikasi Los Tropis dengan akses ke fitur utama seperti produk jus, komunitas, pengaturan, dan keranjang belanja.



Gambar 11 Mockup Fitur Komunitas

Halaman ini menampilkan fitur Komunitas di mana pengguna dapat berbagi pengalaman, foto produk, dan saling berinteraksi melalui komentar membangun rasa kebersamaan antar pecinta Los Tropis.



Gambar 12 Mockup Menu

Halaman ini menampilkan menu jus Los Tropis dengan empat pilihan rasa—memudahkan pengguna memilih dan memesan langsung dari aplikasi.



Transaksi Berhasil

Orderanmu akan segera di proses 🍹

Gambar 13 Mockup Transaksi Berhasil

Halaman ini mengonfirmasi bahwa transaksi telah berhasil dan memberi tahu pengguna bahwa pesanan mereka akan segera diproses.



Gambar 14 Mockup Ringkasan Pesanan



Halaman ini menampilkan ringkasan pesanan pengguna, termasuk detail produk, alamat, metode pembayaran, dan biaya.



Gambar 15 Mockup Halaman Profil

Halaman ini merupakan profil pengguna yang memungkinkan pengeditan data pribadi, kontak, serta kata sandi.



Gambar 16 Halaman Promosi

Halaman ini merupakan promosi diskon tiket dan menu navigasi tetap tersedia, memungkinkan pengguna beralih ke fitur utama aplikasi seperti jus, buah, unggahan, serta kritik dan saran.



Gambar 17 Mockup Halaman Katalog

Halaman ini menampilkan katalog minuman buah Los Tropis dengan empat pilihan rasa memudahkan pengguna menjelajahi varian favorit mereka langsung dari aplikasi.

IV. KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa perancangan media promosi digital berupa mockup website untuk UMKM Los Tropis merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar di era digital. Proses pengembangan dilakukan secara bertahap dan iteratif menggunakan metode prototyping, yang meliputi tahapan Quick Plan, Quick Design, dan Construction of Prototype, serta disesuaikan dengan kebutuhan dan masukan dari pengguna.

Mockup yang dihasilkan memungkinkan visualisasi awal dari tampilan dan fungsi website yang



dirancang untuk mendukung promosi produk, memperkuat identitas usaha, dan menyampaikan informasi secara efektif kepada calon pelanggan. Melalui proses uji coba dan penyempurnaan desain, rancangan ini diharapkan menjadi dasar pengembangan sistem digital yang fungsional, menarik, dan adaptif. Dengan demikian, hasil perancangan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendorong transformasi digital UMKM serta meningkatkan daya jual produk melalui media promosi yang profesional, interaktif, dan mudah diakses oleh konsumen secara luas.

V. SARAN

1. Mockup yang telah dirancang sebaiknya dikembangkan menjadi website fungsional

dengan fitur interaktif seperti katalog produk, pemesanan online, dan integrasi media sosial agar dapat diimplementasikan langsung oleh UMKM Los Tropis.

2. Pengembangan lebih lanjut disarankan tetap menggunakan pendekatan prototyping dan melibatkan pengguna aktif dalam proses evaluasi agar sistem yang dihasilkan benar-benar sesuai kebutuhan dan mudah digunakan.
3. Diperlukan evaluasi lanjutan terhadap efektivitas media promosi digital ini dalam meningkatkan daya jual dan jangkauan pasar, serta potensi replikasi konsep serupa untuk UMKM lainnya dengan karakteristik sejenis

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. T, *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Prospek*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2019, p. 180.
- [2] K. P. H. A. N. Pratama, *Strategi Transformasi Digital pada UMKM*, Depok, 2020.
- [3] K. C. T. C. G. Laudon, *E-commerce: Bussiness, Technology, Society*, Hoboken, NJ: Pearson, 2021.
- [4] R. S. Pressman, *Software Engineering: A Practitioner's Approach*, New York: McGraw-Hill, 2015, p. 940.



- [5] I. Sommerville, *Software Engineering*, Boston: Pearson Education, 2016, p. 792.
- [6] K. C. T. C. G. Laudon, *E-commerce: Bussiness, Technology, Society*, Hoboken, NJ: Pearson, 2021, p. 912.
- [7] A. S. Sitanggang, R. F. Syafariani, F. W. Sari and Wartika, Perancangan Aplikasi DOCU (Dongkrak Cuan) sebagai Strategi IT dan Digital Marketing untuk Membantu Perusahaan dan UMKM, vol. 12, Universitas Komputer Indonesia, 2022, p. 191–205.
- [8] Nanda Aprillia, M., Wahyu Christanto, F., Parga Zen, B., Maulana, H., & Yudi Permana, N. (2025). Implementasi Teknologi QR Code pada Sistem Absensi Karyawan Berbasis Website. *Jurnal Sistem Informasi Galuh*, 3(1), 39–50. <https://doi.org/10.24127/jsig.v3i1.12345>