

ABSTRAK

Pemanfaatan metode pemasaran yang baik bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dapat memudahkan penjual dan konsumen untuk menjangkau mereka bahkan di masa pandemi COVID-19. Terjadi penurunan minat masyarakat untuk membeli produk yang dipengaruhi oleh cara pemasaran yang manual. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau yang sering disebut dengan e-commerce bagi perusahaan kecil dapat memberikan keleluasaan dalam produksi, memungkinkan pengiriman yang lebih cepat kepada pelanggan. Di masa pandemi, terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari offline menjadi online. Pelaku UMKM pasti mengalami kesulitan dalam mencapai target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu. Perubahan pola tersebut harus diikuti oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk tetap bertahan dan berkembang sehingga mampu menghadapi kondisi new normal. Perancangan sistem ini didasarkan pada kebutuhan-kebutuhan pengguna yang ada dalam kegiatan bisnis terkait dengan kondisi penjualan dan pemasaran. Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data, yang mencakup metode observasi dan metode wawancara. Proses analisis yang digunakan adalah PIECES ANALYSIS yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan database dan antarmuka pengguna. Desain sistem mencakup Desain, Implementasi, dan Pemeliharaan. Pada tahap pengujian, penelitian ini menggunakan pengujian Black Box untuk menguji hasil input dan output sudah sesuai atau tidak. Hasil dari keseluruhan menggunakan pengujian Black Box ini mencapai kesesuaian yang sempurna dan disimpulkan bahwa desain dari website e-commerce yang dibuat sudah dapat di terima dan memiliki fungsionalitas yang positif bagi pengguna.

Kata Kunci : Rokusan Addict, E-commerce, Pemasaran, Covid-19