

ABSTRAK

Penggunaan *e-commerce* merupakan salah satu kebutuhan bagi sebuah usaha agar dapat bersaing secara global. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Karimake memproduksi dan menjual berbagai jenis produk seperti baju rajut, jaket rajut, syal, dan lain-lain. Dengan menggunakan *website e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan, maka diharapkan dapat membantu dalam memperluas daerah pemasaran produk dan memudahkan pembeli untuk memilih dan memesan produk tersebut, sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan UMKM Karimake. Metode yang digunakan dalam pembuatan aplikasi ini adalah metodologi *Waterfall* yang didalamnya terdiri dari beberapa tahapan mulai dari analisis, design, pengodean, dan pengujian. Adapun keluaran yang dihasilkan dari pembuatan sistem ini adalah sistem informasi pemasaran berbasis *web* pada UMKM Karimake, sehingga aplikasi ini dapat diakses kapan pun dan di mana pun. Melalui sistem informasi pemasaran berbasis *web* pada UMKM Karimake ini, diharapkan dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian produk dari UMKM Karimake dimana saja dan kapan saja tanpa terikat dengan waktu dan tempat.

Kata Kunci: Pemasaran, *web*, UMKM

ABSTRACT

The use of e-commerce is one of the needs for a business in order to compete globally. Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) Karimake produces and sells various types of products such as knitwear, knitting jacket, scarf, and others. By using e-commerce website as a promotion and sales media, it is expected to support in expanding the area of product marketing and facilitating customers to select and order the products, so it can increase sales turnover of UMKM Karimake. The method used in this application is a Waterfall methodology which consists of several stages, starting from analysis, design, coding, and testing. The output resulting from the production of this system is a web-based marketing information system at UMKM Karimake, so this application can be accessed anytime and anywhere. Through this web-based marketing information system at UMKM Karimake, it is expected to be able to facilitate customers in purchasing products from UMKM Karimake anywhere and anytime without being bound to the time and place.

Keywords: Marketing, web, UMKM