

## PERANCANGAN APLIKASI PENYEDIA PRODUK DIGITAL BERBASIS WEBSITE

<sup>1</sup> Salahudin Robo, <sup>2</sup>Rasna, <sup>3</sup>Siti Marwa

<sup>1,2,3</sup>Universitas Yapis Papua, Indonesia

<sup>1</sup>[salahudinrobo759@gmail.com](mailto:salahudinrobo759@gmail.com); <sup>2</sup>[razna.irjii@gmail.com](mailto:razna.irjii@gmail.com); <sup>3</sup>[smarwa67@gmail.com](mailto:smarwa67@gmail.com);

### Article Info

#### Article history:

Received, 14/06/2022

Revised, 20/06/2022

Accepted, 28/06/2022

#### Kata Kunci:

Produk Digital,  
Website,  
Platform,  
Digital marketing,  
Internet Marketing

#### Keywords:

Digital Product,  
Website,  
Platform,  
Digital marketing,  
Internet Marketing

### ABSTRAK

Media pemasaran yang khusus memasarkan produk digital di kota Jayapura terbilang masih sangat minim untuk *freelance*. Salah satu *software house* di kota Jayapura yaitu Jayatech yang dijadikan sebagai objek penelitian oleh Peneliti belum memiliki sistem untuk mempromosikan produk digitalnya yaitu *software* ataupun sistem untuk memperkenalkan *software developer*nya, sehingga Jayatech tidak familier dan kalah saing dengan *software house* lain yang ada di kota Jayapura, kegiatan marketing yang tergolong penting untuk diperhatikan menjadi hal yang dikesampingkan oleh Jayatech. Penelitian ini menggunakan metode analisis *pieces* yang dilakukan untuk menganalisa perbedaan dan pengaruh yang diberikan oleh hasil usulan sistem yang telah dirancang. Dengan 6 indikator yaitu *performance, information and data, economy, control and security, efficiency, dan service*. Hasil yang dicapai adalah Aplikasi Penyedia Produk Digital Berbasis Website. Aplikasi tersebut memperoleh nilai rata-rata kepuasan (RK) yang melibatkan 16 responden dengan perolehan nilai sebagai berikut : pada indikator *Performance* : 4,5 yang berarti "PUAS", indikator *Information* : 4,4 yang berarti "PUAS", indikator *Economic* : 4,4 yang berarti "PUAS", indikator *Control* : 4,5 yang berarti "PUAS" indikator *Efficiency* : 4,3 yang berarti "PUAS" dan indikator *Service* : 4,4 yang berarti "PUAS". sehingga dapat dikatakan bahwa: "Kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Penyedia Produk Digital" termasuk kategori PUAS.

### ABSTRACT

Marketing media that specifically market digital products in the city of Jayapura is still very minimal for freelancers. One of the software houses in the city of Jayapura, namely Jayatech, which is used as the object of research by researchers, does not yet have a system to promote its digital products, namely software or a system to introduce software developers, so that Jayatech is not familiar and cannot compete with other software houses in the city of Jayapura. Marketing activities that are classified as important to pay attention to are things that are ruled out by Jayatech. The study used the method of analysis at pieces to identify the differences and influences provided by the proposed system. With six indicators of spectacle, information and data, economy, control and security, integration and service. The result is a web-based digital product provider application. The application gains an average value of satisfaction (rk) involving 16 respondents with the following value acquisition: at the performance indicator: 4.5 which means "satisfied," economic indicator: 4.4 which means "satisfied," control indicator: 4.5 which means "satisfied" indicator: 4.3 which means "satisfied" and service indicator: 4.4 which means "satisfied." And thus it can be said that: "user satisfaction with the digitized applications" belongs in the satisfied category.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) license.



### Penulis Korespondensi:

Siti Marwa,  
Program Studi Sistem Informasi,  
Universitas Yapis Papua,  
Email: [smarwa67@gmail.com](mailto:smarwa67@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan internet saat ini memungkinkan terjadinya otomatisasi publik di semua bidang salah satunya adalah sektor bisnis konvensional, dimana pada masa ini internet mampu memperdekat jarak antara produsen dan target marketnya serta memperluas jangkauan dengan waktu yang singkat. [1][2].

Layaknya sektor bisnis konvensional, bisnis di bidang digital (bisnis penjualan produk digital) juga membutuhkan hal serupa yaitu otomatisasi, karena selama ini bisnis penjualan produk digital hanya dapat dipasarkan melalui *software house* atau suatu perusahaan yang membawahi beberapa *software developer* sehingga prosesnya memakan lebih banyak waktu dan jangkauannya tidak luas

Media pemasaran yang khusus memasarkan produk digital di kota Jayapura terbilang masih sangat minim untuk *freelance*, sehingga produk digital dari *creator-creator* di Jayapura tidak menjangkau target pasar yang semestinya dan menyebabkan minimnya hasil implementasi teknis dari *creator-creator* tersebut. Kegiatan marketing yang bertujuan untuk memperkenalkan produk digital ataupun *software developer (digital talent)* seharusnya menjadi perhatian penting untuk pelaku usaha dalam bidang digital dalam hal ini adalah *software house*.

Kegiatan marketing saat ini tidak lagi mengharuskan kita untuk memasang iklan di *billboard* ataupun membagi brosur. Pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi membuat kegiatan marketing dapat dilakukan melalui *website* ataupun media sosial yang disebut juga dengan istilah digital marketing. Salah satu *software house* di kota Jayapura yaitu Jayatech yang dijadikan sebagai objek penelitian oleh Peneliti belum memiliki sistem untuk mempromosikan produk digitalnya yaitu *software* ataupun sistem untuk memperkenalkan *software developer*nya, sehingga Jayatech tidak familier dan kalah saing dengan *software house* lain yang ada di kota Jayapura. Kegiatan marketing yang tergolong penting untuk diperhatikan menjadi hal yang dikesampingkan oleh Jayatech.

Berdasarkan fakta dan permasalahan tersebut, maka peneliti memberikan usulan solusi atas permasalahan tersebut dengan melakukan penelitian yang mengangkat judul “PERANCANGAN APLIKASI PENYEDIA PRODUK DIGITAL BERBASIS WEBSITE” yang berfungsi sebagai *platform* pemasaran produk digital guna menjangkau lebih luas target *market*, menyediakan produk digital yang lebih variatif serta dapat memperkenalkan *software developer* di kota jayapura agar lebih dikenal publik.

Sistem tersebut merupakan salah satu bentuk pemasaran digital atau *internet marketing*, dimana bentuk pemasaran seperti demikian telah banyak diminati oleh para perusahaan-perusahaan dan terbukti efektif dalam menjangkau target marketnya, seperti perusahaan *Sribulancer* adalah sarana online yang mempertemukan 17.000+ *client* dari seluruh dunia dengan 262.600+ *freelancer* berkualitas yang terdaftar di komunitas *Human Resource (HR)* yaitu menjadi perusahaan jasa yang terus berkembang Inovasi tersebut membuat *client* atau konsumen lebih mudah untuk bekerjasama dengan perusahaan. [1]

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Metode Pengumpulan Data

Pada tahap ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder yaitu berupa data dari *software house*, artikel, karya ilmiah dan jurnal penelitian. Peneliti menggunakan 2 metode pengumpul data yaitu sebagai berikut :

#### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mewawancarai 2 anggota dari jayatech selaku *software developer*. Tujuan dari wawancara tersebut adalah memastikan data-data apa saja yang seharusnya dicantumkan pada sistem, misalnya : Nama, email, no hp dan sebagainya.

#### 2. Studi Pustaka

Studi Pustaka ini bertujuan untuk mencari informasi mengenai penelitian terdahulu yang sejenis, kemudian agar dapat menjadi bahan bagi Peneliti dalam perancangan sistem sehingga ada pembeda antara sistem sejenis terdahulu dan sistem usulan.

### 2.2. Metode Analisis

Pada tahap ini peneliti menggunakan metode *Pieces* untuk mengidentifikasi perbedaan dan pengaruh dari sistem yang diusulkan dan yang telah dirancang. Metode tersebut terdiri dari 6 variabel antara

lain: *performance, information and data, economy, control and security, efficiency, dan service*. Metode ini digunakan untuk menganalisa kelemahan pada sistem saat ini guna dilakukan perbaikan pada sistem baru.[3],[4][5]

Tabel 1. Analisis *Pieces* Sistem Berjalan

No	Analisis	Sistem Lama	Sistem Baru
1.	<i>Performance</i> (Kinerja)	Tidak adanya sistem komputerisasi pada Jaya Tech.	Membuat sistem yang dapat menjadi media promosi agar menjangkau lebih banyak <i>client</i>
2.	<i>Information</i> (Informasi)	Minimnya informasi yang dapat diperoleh oleh klien mengenai perusahaan.	Sistem menyediakan informasi yang <i>up to date</i> mengenai produk-produk digital yang disediakan.
3.	<i>Economy</i> (Ekonomi)	Tingginya biaya operasional karena harus mencetak brosur dan memasang iklan.	Promosi website dapat dilakukan di <i>social media</i> ataupun situs <i>online</i> .
4.	<i>Control</i> (Kontrol)	Informasi dikontrol secara manual	Informasi penting yang ada pada sistem dienkripsi dengan teknik enkripsi yang baik.
5.	<i>Efficiency</i> (Efisiensi)	Sistem yang berjalan hanya menyediakan <i>software</i> atau aplikasi.	Sistem menyediakan 3 jenis produk digital dan menyajikan informasi terkait produk-produk tersebut
6.	<i>Services</i>	Keluhan pelanggan disampaikan secara langsung ketika ada pertemuan	Sistem menyediakan info kontak dari sistem apabila terjadi masalah

### 2.3. Metode Perancangan

Peneliti menggunakan metode berorientasi objek atau OOAD (*Objek Oriented Analysis and Design*) dalam perancangan dan pembangunan aplikasi dan penggunaan *unified modelling language* sebagai bahasa pemodelan.

UML (*Unified Modeling Language*) digunakan untuk memenuhi kebutuhan pemodelan visual untuk menentukan, mendeskripsikan, membangun, dan mendokumentasikan sistem perangkat lunak. [6][7][8]

### 2.4. Metode Pengembangan

Pada tahap pengembangan ini, peneliti menggunakan metode SDLC (*Software Development Life Cycle*) pendekatan *Waterfall* guna menjadi acuan perencanaan, estimasi, dan penjadwalan proyek dengan baik [9].

Model SDLC air terjun (*waterfall*) merupakan sebutan lain dari model sekuensial linier (*sequential linear*) atau alur hidup klasik (*classic life cycle*).[6][10]

## 3. HASIL DAN ANALISIS

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Peneliti yaitu sebuah Aplikasi Penyedia Produk Digital Berbasis Website yang berfungsi sebagai platform pemasaran produk digital di kota Jayapura atau dikenal dengan istilah *internet marketing*.

Produk digital adalah segala sesuatu yang dapat anda bayar, lalu unduh dan konsumsi. Produk digital adalah barang yang dapat dijual dalam bentuk digital dan kemudian ditebus dari perangkat online. [11]

*Digital marketing* atau istilah lainnya *online marketing* atau *internet marketing* merupakan bentuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur dan interaktif menggunakan teknologi digital, yang dirancang untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi, dan meningkatkan lalu lintas penjualan melalui berbagai teknik pemasaran digital. [12]

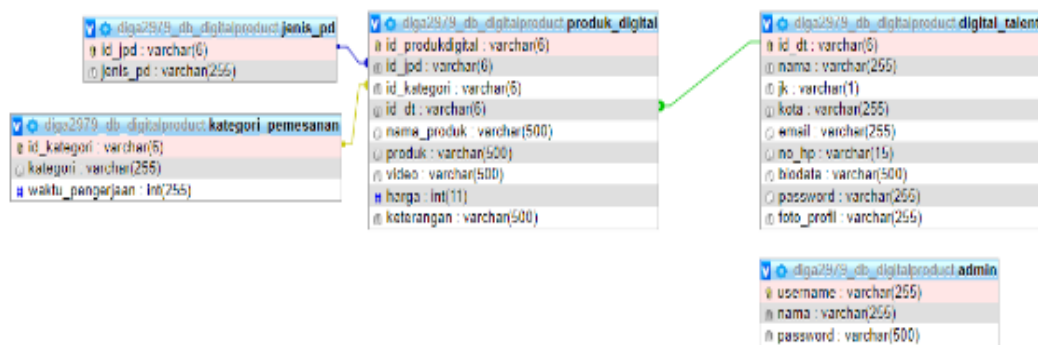
Sistem dibangun berbasis website ini berfungsi sebagai internet marketing yang mampu menyajikan kumpulan halaman yang menyediakan informasi terkait produk digital. [13]

Sistem ini diharapkan mampu menjadi media promosi bagi produk digital ataupun *creator-creatornya* sehingga penjualan produk digital di kota Jayapura dapat menjangkau target pasarnya.

### 3.1. Implementasi Basis Data

Pada pengembangan aplikasi, Peneliti menggunakan MYSQL sebagai database sistem, dimana Bahasa dari MYSQL mudah dipahami serta bersifat *open source*. MySQL (*My Structure Query Language*) sebagai *database* yang baru dikembangkan pada pertengahan 1990-an bergerak menyediakan library dan dukungan pada PHP. [14].

Berikut adalah implementasi database pada Aplikasi Penyedia Produk Digital ditunjukkan pada Gambar 1 :



Gambar 1. Implementasi Basis Data

Pada gambar diatas terdapat 5 tabel pada basis data db\_digitalproduct yang saling berhubungan atau berelasi.

### 3.2. Implementasi Antarmuka

Tahap ini berisi tampilan halaman pada sistem yang dibangun sesuai dengan perancangan antarmuka. Berikut adalah implementasi antarmuka sistem :

#### 3.2.1. Tampilan Beranda Sistem



Gambar 2. Halaman Beranda Sistem

Penjelasan dari Gambar 2 adalah gambar tersebut merupakan tampilan awal sistem atau beranda dimana terdapat menu registrasi, masuk, beranda dan produk. Masing-masing menu memiliki aksi tersendiri.

### 3.2.2. Tampilan Menu Produk



Gambar 3. Halaman Menu Produk

Halaman tersebut menampilkan semua produk digital yang dipasarkan oleh *digital talent* yang berpartisipasi pada sistem tersebut.

### 3.2.3. Tampilan Detail Produk



Gambar 4. Halaman Detail Produk

Pada halaman ini terdapat informasi mengenai produk yang dipilih seperti, nama produk, harga, tutorial produk, keterangan, nama dan kota dari *digital talent* serta kontak dari *digital talent* tersebut yang dapat dihubungi oleh *client* ketika ingin memesan produknya.

### 3.3. Pengujian Sistem

Pada tahap ini, peneliti menggunakan pendekatan *black-box* untuk pengujian kausalitas, dimana pengujian melibatkan kondisi input dan aliran data dimulai dengan *Input, View, Update, Delete* dan *Search*.

Pengujian *black box* adalah suatu bentuk pengujian yang berorientasi pada fungsional, yaitu perilaku perangkat lunak terhadap *input* yang diberikan oleh pengguna sehingga memperoleh output yang diharapkan tanpa harus melihat alur internal eksekusi perangkat lunak atau kode program.[15]. Berikut adalah pengujian *black box* pada Aplikasi Penyedia Produk Digital ditunjukkan pada tabel 2 :

Tabel 2. Pengujian *Black Box*

No	Komponen pengujian	Hasil yang diharapkan	Kesimpulan
1	Menu utama	Menampilkan halaman utama dengan empat menu.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
2	Menu produk	Menampilkan semua produk digital yang ada pada <i>database</i> sistem.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
3	Menu produk	Menampilkan produk digital berdasarkan jenis produk digital yang dipilih user.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
4	Pencarian produk	Menampilkan hasil pencarian produk berdasarkan namanya.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
5	Menu produk	Menampilkan informasi produk digital yang dipilih.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
6	Menu produk	Menampilkan kontak untuk memesan produk.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
7	Registrasi <i>digital talent</i>	Menyimpan data registrasi <i>digital talent</i> dan tampil notifikasi.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
8	<i>Login digital talent</i>	Melakukan validasi dan memberikan hak akses.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
9	Biodata <i>digital talent</i>	Menampilkan informasi <i>digital talent</i> .	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
10	Biodata <i>digital talent</i>	Mengupdate data <i>digital talent</i> dan menampilkan notifikasi.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil

No	Komponen pengujian	Hasil yang diharapkan	Kesimpulan
11	Mengelola produk digital	Menyimpan produk digital pada <i>database</i> dan menampilkan notifikasi.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
12	Mengelola produk digital	Mengupdate data produk digital dan menampilkan notifikasi.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil
13	Mengelola produk digital	Menghapus produk digital yang dipilih pada <i>database</i> dan menampilkan notifikasi.	<input checked="" type="checkbox"/> Berhasil <input type="checkbox"/> Tidak Berhasil

### 3.4. Pengujian Tingkat Kepuasan

Pada tahap ini Peneliti melakukan pengujian tingkat kepuasan guna mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Penyedia Produk Digital Berbasis *Website* pada Jayatech digunakan analisis metode *Pieces* dengan menggunakan skala *Likert* dengan menggunakan rumus:

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

**Dimana:**

JSK = Jumlah Skor Kuesioner

JK = Jumlah Kuesioner

Selanjutnya, model penentuan tingkat kepuasan menggunakan model Kaplan dan Norton (1996), yaitu:

A. 1,00 -- 1,79= Sangat Tidak Puas



B. 1,80 – 2,59 = Tidak Puas

C. 2,60 – 3,39 = Cukup Puas

D. 3,40 – 4,91 = Puas

E. 4,92 – 5,00 = Sangat Puas

Berikut langkah-langkah pengujian tingkat kepuasan, adalah sebagai berikut :

### 3.4.1. Analisis Indikator Performance

Tabel 3. Tabulasi Kuesioner *Performance*

1) PERFORMANCE					
RESPONDEN	SS	S	RR	TS	STS
<b>SKOR</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
R1	2	1	0	0	0
R2	2	1	0	0	0
R3	2	1	0	0	0
R4	3	0	0	0	0
R5	3	0	0	0	0
R6	3	0	0	0	0
R7	3	0	0	0	0
R8	0	3	0	0	0
R9	0	3	0	0	0
R10	2	1	0	0	0
R11	0	3	0	0	0
R12	3	0	0	0	0
R13	0	3	0	0	0
R14	0	3	0	0	0
R15	3	0	0	0	0
R16	1	1	1	0	0
<b>JUMLAH</b>	<b>27</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Berdasarkan tabulasi kuesioner pada tabel 3 di atas, maka rata-rata tingkat kepuasan yang diperoleh adalah:

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

$$= \frac{218}{48} = 4,5$$

Hasil perhitungan di atas diperoleh nilai rata-rata kepuasan (RK) pada indikator *Performance* adalah 4,5 sehingga dapat dikatakan bahwa: “Kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Penyedia Produk Digital” termasuk kategori PUAS.

### 3.4.2. Analisis Indikator Information

Tabel 4. Tabulasi Kuesioner *Information*

2) INFORMATION					
RESPONDEN	SS	S	RR	TS	STS
<b>SKOR</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
R1	0	3	0	0	0
R2	1	2	0	0	0
R3	2	1	0	0	0
R4	3	0	0	0	0
R5	3	0	0	0	0
R6	3	0	0	0	0
R7	3	0	0	0	0

<b>R8</b>	0	3	0	0	0
<b>R9</b>	0	3	0	0	0
<b>R10</b>	3	0	0	0	0
<b>R11</b>	0	3	0	0	0
<b>R12</b>	3	0	0	0	0
<b>R13</b>	0	3	0	0	0
<b>R14</b>	0	3	0	0	0
<b>R15</b>	3	0	0	0	0
<b>R16</b>	0	2	1	0	0
<b>JUMLAH</b>	<b>24</b>	<b>23</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Berdasarkan tabulasi kuesioner pada tabel 4 di atas, maka rata-rata tingkat kepuasan yang diperoleh adalah:

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

$$= \frac{215}{48} = 4,4$$

Hasil perhitungan di atas diperoleh nilai rata-rata kepuasan (RK) pada indikator *Information* adalah 4,4 sehingga dapat dikatakan bahwa: “Kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Penyedia Produk Digital” termasuk kategori PUAS.

### 3.4.3. Analisis Indikator *Economic*

Tabel 5. Tabulasi Kuesioner *Economic*

**3) ECONOMIC**

<b>RESPONDEN</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RR</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>SKOR</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>R1</b>	1	2	0	0	0
<b>R2</b>	1	2	0	0	0
<b>R3</b>	3	0	0	0	0
<b>R4</b>	3	0	0	0	0
<b>R5</b>	3	0	0	0	0
<b>R6</b>	3	0	0	0	0
<b>R7</b>	3	0	0	0	0
<b>R8</b>	0	3	0	0	0
<b>R9</b>	0	3	0	0	0
<b>R10</b>	2	1	0	0	0
<b>R11</b>	0	3	0	0	0
<b>R12</b>	3	0	0	0	0
<b>R13</b>	0	3	0	0	0
<b>R14</b>	0	3	0	0	0
<b>R15</b>	1	2	0	0	0



<b>R16</b>	0	1	2	0	0
<b>JUMLAH</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Berdasarkan tabulasi kuesioner pada tabel 5 di atas, maka rata-rata tingkat kepuasan yang diperoleh adalah:

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

$$= \frac{213}{48} = 4,4$$

Hasil perhitungan di atas diperoleh nilai rata-rata kepuasan (RK) pada indikator *Economic* adalah 4,4 sehingga dapat dikatakan bahwa: “Kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Penyedia Produk Digital” termasuk kategori PUAS.

#### 3.4.4. Analisis Indikator *Control*

Tabel 6. Tabulasi Kuesioner *Control*

4) CONTROL					
RESPONDEN	SS	S	RR	TS	STS
SKOR	5	4	3	2	1
R1	0	3	0	0	0
R2	1	2	0	0	0
R3	3	0	0	0	0
R4	2	1	0	0	0
R5	3	0	0	0	0
R6	3	0	0	0	0
R7	3	0	0	0	0
R8	0	3	0	0	0
R9	0	3	0	0	0
R10	3	0	0	0	0
R11	0	3	0	0	0
R12	3	0	0	0	0
R13	0	3	0	0	0

<b>R14</b>	0	3	0	0	0
<b>R15</b>	1	2	0	0	0
<b>R16</b>	1	2	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	<b>23</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Berdasarkan tabulasi kuesioner pada tabel 6 di atas, maka rata-rata tingkat kepuasan yang diperoleh adalah:

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

$$= \frac{215}{48} = 4,5$$

Hasil perhitungan di atas diperoleh nilai rata-rata kepuasan (RK) pada indikator *Control* adalah 4,5 sehingga dapat dikatakan bahwa: “Kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Penyedia Produk Digital” termasuk kategori PUAS.

### 3.4.5. Analisis Indikator *Efficiency*

Tabel 7. Tabulasi Kuesioner *Efficiency*

5) EFFICIENCY					
RESPONDEN	SS	S	RR	TS	STS
<b>SKOR</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>R1</b>	0	1	2	0	0
<b>R2</b>	1	2	0	0	0
<b>R3</b>	1	2	0	0	0
<b>R4</b>	1	2	0	0	0
<b>R5</b>	3	0	0	0	0
<b>R6</b>	3	0	0	0	0
<b>R7</b>	3	0	0	0	0
<b>R8</b>	0	3	0	0	0
<b>R9</b>	0	3	0	0	0
<b>R10</b>	3	0	0	0	0
<b>R11</b>	0	3	0	0	0
<b>R12</b>	3	0	0	0	0

<b>R13</b>	0	3	0	0	0
<b>R14</b>	0	3	0	0	0
<b>R15</b>	0	2	1	0	0
<b>R16</b>	0	3	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	<b>18</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Berdasarkan tabulasi kuesioner pada tabel 7 di atas, maka rata-rata tingkat kepuasan yang diperoleh adalah:

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

$$= \frac{207}{48} = 4,3$$

Hasil perhitungan di atas diperoleh nilai rata-rata kepuasan (RK) pada indikator *Efficiency* adalah 4,3 sehingga dapat dikatakan bahwa: “Kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Penyedia Produk Digital” termasuk kategori PUAS.

### 3.4.6. Analisis Indikator *Service*

Tabel 8. Tabulasi Kuesioner *Service*

6) PERFORMANCE					
RESPONDEN	SS	S	RR	TS	STS
<b>SKOR</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>R1</b>	1	2	0	0	0
<b>R2</b>	2	1	0	0	0
<b>R3</b>	3	0	0	0	0
<b>R4</b>	2	1	0	0	0
<b>R5</b>	3	0	0	0	0
<b>R6</b>	3	0	0	0	0
<b>R7</b>	3	0	0	0	0
<b>R8</b>	0	3	0	0	0
<b>R9</b>	0	3	0	0	0
<b>R10</b>	1	2	0	0	0
<b>R11</b>	0	3	0	0	0

<b>R12</b>	3	0	0	0	0
<b>R13</b>	0	3	0	0	0
<b>R14</b>	0	3	0	0	0
<b>R15</b>	0	1	2	0	0
<b>R16</b>	0	3	0	0	0
<b>JUMLAH</b>	<b>21</b>	<b>25</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Berdasarkan tabulasi kuesioner pada tabel 8 di atas, maka rata-rata tingkat kepuasan yang diperoleh adalah:

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

$$= \frac{211}{48} = 4,4$$

Hasil perhitungan di atas diperoleh nilai rata-rata kepuasan (RK) pada indikator *Service* adalah 4,4 sehingga dapat dikatakan bahwa: “Kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Penyedia Produk Digital” termasuk kategori PUAS.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dikemukakan, maka Peneliti menarik kesimpulan yaitu : Pertama, Aplikasi Penyedia Produk Digital Berbasis *Website* menjadi salah satu digital marketing yang memasarkan produk digital yang bervariasi yaitu desain grafis, video kreatif dan *software*. Kedua, aplikasi Penyedia Produk Digital Berbasis *Website* ini mampu menjadi media pemasaran yang efektif untuk menjangkau target pasar dari produk digital tersebut. Ketiga, aplikasi Penyedia Produk Digital Berbasis *Website* tersebut dapat menjadi media bagi pekerja digital untuk memasarkan hasil karyanya sehingga tersalurkannya kemampuan praktis dari pekerja digital tersebut. Keempat, Aplikasi Penyedia Produk Digital Berbasis *Website* ini mampu menjadi *platform* yang mempublikasi *digital talent* atau pekerja digital di kota jayapura. Kelima, Kepuasan pengguna terhadap Aplikasi Penyedia Produk Digital Berbasis *Website* masuk pada kategori “PUAS”, dimana hasil tersebut diperoleh dari penilaian terhadap 16 responden pada Pengujian Tingkat Kepuasan dengan perolehan nilai sebagai berikut : pada indikator *Performance* adalah 4,5 yang berarti “PUAS”, indikator *Information* adalah 4,4 yang berarti “PUAS”, indikator *Economic* adalah 4,4 yang berarti “PUAS”, indikator *Control* adalah 4,5 yang berarti “PUAS”, indikator *Efficiency* adalah 4,3 yang berarti “PUAS” dan indikator *Service* adalah 4,4 yang berarti “PUAS”.

#### REFERENSI

- [1] Rinaldy, irvan Alviansyah, Sumiati, and Priyatna Ade, “Sistem Informasi Digital Marketing Pemesanan Jasa Pembuatan Desain Video, Animasi dan Gambar,” vol. 2, pp. 113–119, 2021.
- [2] L. Rohida, S. Sos, M. Si, D. Sumber, and D. Manusia, “Pengaruh Era Revolusi Industri 4.0 terhadap Kompetensi Sumber Daya Manusia,” 2018.
- [3] S. Nurhayati, N. Sucahyo, P. Manajemen Informatika, F. Teknologi, I. Swadharma Jakarta, and P. Sistem Informasi, “Penerapan Metode PIECES Dalam Pengembangan Sistem E-Commerce Penjualan Produk Komputer.”
- [4] J. Simarmata, Romindo, S. H. Putra, and A. Prasetio, *Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi Manajemen*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [5] T. Dwi Julianto, S. Nur Alam, S. Robo, and M. Riandi Widiyantoro, “Sistem Informasi Manajemen Tugas Akhir di Program Studi Sistem Informasi Universitas Yapis Papua,” vol. 15, no. 2.
- [6] S.A Rosa and Salahuddin M, *Rekayasa Perangkat Lunak*. Bandung: Informatika Bandung, 2016.
- [7] S. Kansomkeat, P. Thiket, and J. Offutt, *Generating Test Cases from UML Activity Diagrams using the Condition-Classification Tree Method*. I E E E, 2010.
- [8] M. Ula, R. Tjut Adek, and B. Bustami, “E-marketplace Performance Analysis Using PIECES Method,” *International Journal of Engineering, Science and Information Technology*, vol. 1, no. 4, pp. 1–6, Aug. 2021, doi: 10.52088/ijesty.v1i4.138.
- [9] S. Robo, A. Sah, A. T. Sidarmawan, and M. T. Jufri, “PENERAPAN METODE WATERFALL DALAM PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI E-LEARNING (Studi Kasus: SMP NEGERI 5 JAYAPURA),” *JSAI : Journal Scientific and Applied Informatics*, vol. 4, no. 2, 2021, doi: 10.36085.
- [10] E. Bayu Kristanto, S. Andrayana, U. Nasional, J. Sawo Manila, K. Jakarta Selatan, and D. Khusus, “Application of Waterfall SDLC Method in Designing Student’s Web Blog Information System at the National University,” 2020. [Online]. Available: <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik>
- [11] Aikram Muhammad, *Cara Mendapatkan Penghasilan Dari Produk Digital Untuk Pemula*. Afiliasi Digital, 2021.
- [12] P. : Andy *et al.*, *Digital Marketing*. Malang: Edulitera, 2020.
- [13] Irwansyah Edy and Moniaga V Jurike, *Pengantar Teknologi Informasi*. Sleman: deepublish, 2014.
- [14] B. Sidik, *Pemrograman Database MySql Dengan PHP 7*. Bandung: Penerbit Informatika, 2019.
- [15] D. Febiharsa, I. Made Sudana, and N. Hudallah, “Uji Fungsionalitas (Blackbox Testing) Sistem Informasi Lembaga Sertifikasi Profesi (SILSP) Batik Dengan Apperfect Web Test Dan Uji Pengguna,” 2018.