



SISTEM INFORMASI MARKETPLACE PARIWISATA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN SERANG

Oleh:

M Deny Aditya Majid¹

Andika Purnama²

Dieng Asep Jamaludin³

Dani Darmawan⁴

Fahrurroji⁵

Pandu Hermawan⁶

Muhamad Jahiri⁷

Ahmad Ghifari⁸

Universitas Bina Bangsa

Alamat: JL. Raya Serang – Jakarta KM. 03 No. 1.B (Pakupatan), Kota Serang, Banten (42124).

Korespondensi Penulis: denyadityam@gmail.com, andikapurnama2001@gmail.com,
diengasepjamaludin416@gmail.com, dani.darmawan@binabangsa.ac.id,
fahrurroji@binabangsa.ac.id, pandu.hermawan@binabangsa.ac.id,
muhamadjahiri13021800057@gmail.com, ghifariahmad282@gmail.com.

Abstract. Conventional marketing that is widely used today is often unable to reach a wider target market, both domestically and internationally. Limited market access faced by tourism business actors in Serang Regency is one of the main problems that need to be overcome. Without broad market access, the potential income from the tourism sector cannot be maximized optimally, which in turn can hinder local economic growth. To overcome this problem, a solution is needed that can expand the market reach for tourism business actors in Serang Regency. One solution that can be implemented is to design and implement an exclusive marketplace information system. Through this system,

SISTEM INFORMASI MARKETPLACE PARIWISATA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN SERANG

tourism business actors can market their products more effectively to tourists, both from within and outside the country. The creation of this system uses the SDLC (Software Development Life Cycle) waterfall model method consisting of Requirement, Analyst, Design, Implementation, Testing, and Maintenance. What is expected is that the creation of this exclusive marketplace system is the efficiency and effectiveness of tourism business actors' operations, and contributes to increasing income and local economic growth in Serang Regency.

Keywords: Marketplace, Tourism, SDLC Method, Waterfall Model.

Abstrak. Pemasaran konvensional yang banyak digunakan saat ini seringkali tidak mampu mencapai target pasar yang lebih luas, baik dalam maupun luar negeri. Keterbatasan akses pasar yang dihadapi oleh pelaku usaha pariwisata di Kabupaten Serang menjadi salah satu permasalahan utama yang perlu diatasi. Tanpa adanya akses pasar yang luas, potensi pendapatan dari sektor pariwisata tidak dapat dimaksimalkan secara optimal, yang pada gilirannya dapat menghambat pertumbuhan ekonomi lokal. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan solusi yang dapat memperluas jangkauan pasar bagi para pelaku usaha pariwisata di Kabupaten Serang. Salah satu solusi yang dapat diimplementasikan adalah dengan merancang dan mengimplementasikan sebuah sistem informasi marketplace eksklusif. Melalui sistem ini, para pelaku usaha pariwisata dapat memasarkan produk-produk mereka secara lebih efektif kepada wisatawan, baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Pembuatan Sistem ini menggunakan metode SDLC (Software Development Life Cycle) model waterfall terdiri dari Requirement, Analyst, Design, Implementation, Testing, Dan Maintanance. Yang di harapkan pembuatan sistem marketplace ekslusif ini efisiensi dan efektivitas operasional para pelaku usaha pariwisata, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Serang.

Kata Kunci: Marketplace, Pariwisata, Metode SDLC, Model Waterfall.

LATAR BELAKANG

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki sumber daya alam yang melimpah (Mekse et al., 2021). Dengan karakteristiknya yang terdiri dari berbagai pulau, seperti Sumatera, Sulawesi, Kalimantan, Jawa, dan Papua, Indonesia menunjukkan kekayaan alamnya yang tak terbantahkan (Maria et al., 2024). Tidak hanya pulau-pulau besar tersebut, tetapi juga pulau-pulau kecil di antara mereka serta wilayah pesisirnya memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kekayaan alam Indonesia. Keragaman budaya Indonesia tidak hanya dikenal di dalam negeri, tetapi juga diakui oleh dunia internasional, sehingga pengembangan sektor pariwisata perlu dilakukan di seluruh pelosok wilayah untuk mengoptimalkan potensi ini (Jatika et al., 2023). Sektor Pariwisata mempunyai kekuatan sinergik dan memiliki keterkaitan yang erat sekali dengan berbagai sektor-sektor pembangunan lainnya. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendorong penyerapan tenaga kerja dan tumbuhnya pusat-pusat perdagangan berskala kecil dan menengah yang dikelola oleh masyarakat lokal (Darmi et al., 2025). Hal ini menciptakan hubungan yang kuat antara berbagai bidang pembangunan di dalam sebuah kawasan pariwisata, yang berdampak positif baik secara ekonomi maupun sosial. Oleh karena itu, pihak yang bertanggung jawab atas pembangunan pariwisata harus memprioritaskan manajemen dan pengembangan sektor pariwisata di wilayah atau daerah tersebut (Noviyanti, 2023).

Kabupaten Serang, yang merupakan bagian dari Provinsi Banten, memiliki kekayaan potensi pariwisata yang melimpah. Berbagai destinasi wisata menarik tersebar di seluruh wilayah kabupaten ini, mulai dari pantai-pantai eksotis hingga situs sejarah yang memikat. Dalam tiga tahun terakhir, Kabupaten Serang telah menjadi tujuan wisata populer bagi wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Data dari Exciting Banten menunjukkan tren peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Serang yang cukup signifikan.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Provinsi Banten

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Wisatawan Provinsi Banten			
		2023	2024	2025	Jumlah
1	Kota Serang	4.479.371	1.165.603	7.834.058	13.479.032

SISTEM INFORMASI MARKETPLACE PARIWISATA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN SERANG

2	Kota Tangerang Selatan	1.307.453	2.059.604	3.830.261	7.197.318
3	Kota Tangerang	814.896	1.206.080	5.095.712	7.116.688
4	Kabupaten Pandeglang	1.219.550	2.015.137	3.294.121	6.528.808
5	Kabupaten Tangerang	266.119	2.369.556	3.823.717	6.459.472
6	Kabupaten Serang	1.438.976	1.745.419	1.873.990	5.058.385
7	Kota Cilegon	494.346	527.283	1.321.936	2.343.565
8	Kabupaten Lebak	443.087	855.043	1.028.419	2.326.549
Jumlah		10.463.798	11.943.725	28.102.214	50.509.737

Sumber : excitingbanten.id

Pada tahun 2024, jumlah wisatawan yang berkunjung mencapai angka 1.7 juta orang, meningkat dari tahun sebelumnya yang sekitar 1.4 juta orang di tahun 2023. Peningkatan wisatawan pada Kabupaten Serang ini terus berlanjut di tahun 2025 hingga mencapai 1.8 juta orang wisatawan. Hal ini menandakan bahwa potensi pariwisata Kabupaten Serang terus berkembang pesat, namun demikian akses pariwisata masih belum luas dalam hal penyebaran informasi. Metode pemasaran konvensional yang banyak digunakan saat ini seringkali tidak mampu mencapai target pasar yang lebih luas, baik dalam maupun luar negeri. Keterbatasan akses pasar yang dihadapi oleh pelaku usaha pariwisata di Kabupaten Serang menjadi salah satu permasalahan utama yang perlu diatasi. Tanpa adanya akses pasar yang luas, potensi pendapatan dari sektor pariwisata tidak dapat dimaksimalkan secara optimal, yang pada gilirannya dapat menghambat pertumbuhan ekonomi lokal. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan solusi yang dapat memperluas jangkauan pasar bagi para pelaku usaha pariwisata di Kabupaten

Serang. Salah satu solusi yang dapat diimplementasikan adalah dengan merancang dan mengimplementasikan sebuah sistem informasi *marketplace* eksklusif. Melalui sistem ini, para pelaku usaha pariwisata dapat memasarkan produk-produk mereka secara lebih efektif kepada wisatawan, baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri (Nyata & Pengabdian, 2025).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Serang, serta membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal melalui peningkatan akses pasar bagi para pelaku usaha pariwisata (Seabtian, 2019). Dengan memperluas jangkauan pasar melalui sistem informasi *marketplace*, diharapkan potensi pendapatan dari sektor pariwisata Kabupaten Serang dapat dimaksimalkan secara optimal, sehingga mampu memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi local (Winarno et al., 2024).

KAJIAN TEORITIS

Pemasaran Pariwisata

Pemasaran pariwisata merupakan serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk memperkenalkan, menawarkan, dan mendistribusikan produk serta jasa pariwisata kepada wisatawan. Produk pariwisata mencakup daya tarik wisata, akomodasi, transportasi, kuliner, serta layanan pendukung lainnya. Pemasaran yang efektif berperan penting dalam meningkatkan daya saing destinasi dan memperluas jangkauan pasar, baik pada tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Perkembangan teknologi informasi menuntut pelaku usaha pariwisata untuk beralih dari pemasaran konvensional menuju pemasaran berbasis digital agar mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan cepat (Trisnawati & Fadhillah, 2024).

***Marketplace* Eksklusif Pariwisata**

Marketplace eksklusif pariwisata merupakan platform digital yang dirancang khusus untuk mewadahi pelaku usaha pariwisata dalam satu wilayah tertentu. Sistem ini memberikan ruang promosi yang lebih terfokus, terkuras, dan relevan dengan kebutuhan wisatawan. Dengan adanya *marketplace* eksklusif, pelaku usaha pariwisata dapat bersaing secara lebih sehat, meningkatkan kepercayaan wisatawan, serta mempermudah

SISTEM INFORMASI MARKETPLACE PARIWISATA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN SERANG

proses pemasaran dan transaksi. Selain itu, sistem ini juga dapat berfungsi sebagai media informasi terpadu mengenai potensi wisata daerah (Suryawan et al., 2025).

Peran Sistem Informasi *Marketplace* terhadap Perekonomian Lokal

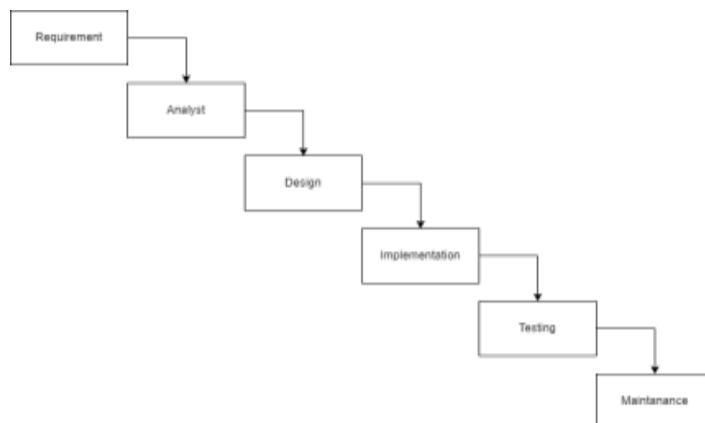
Penerapan sistem informasi *marketplace* dalam sektor pariwisata berpotensi memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal. Dengan meningkatnya akses pasar dan efektivitas promosi, jumlah kunjungan wisatawan dapat bertambah, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku usaha pariwisata. Selain itu, pertumbuhan sektor pariwisata juga dapat mendorong terciptanya lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, pengembangan *marketplace* eksklusif pariwisata di Kabupaten Serang diharapkan dapat menjadi salah satu solusi strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan (Saptantinah et al., 2025).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini memiliki tahapan-tahapan perancangan *marketplace* menggunakan metodologi SDLC dengan pemodelannya menggunakan *waterfall* (Abraham et al., 2024). *Methodology SDLC* merupakan akronim dari (*Software Development Life Cycle*). Menurut tata bahasa inggris arti dari *Methodology Software Development Life Cycle* adalah metodologi siklus hidup pengembangan perangkat lunak, yang artinya adalah sebuah metodologi yang digunakan untuk proses pembuatan dan pengubahan sistem.

Salah satu jenis model pengembangan dari medel SDLC adalah model *waterfall*. Model *Waterfall* atau biasa disebut dengan model air terjun (Yusuf et al., 2024). adalah sebuah model siklus hidup klasik sistematis dalam mengembangkan sebuah *software* (Jahri et al., 2024). Alur pengembangan sistem ini terstruktur dimulai dari perencanaan, pengumpulan data, Analisa dan perancangan, implementasi, dan pengujian (Dira et al., 2025).

Gambar 1. Tahapan Model *Waterfall*



1. *Requirement System* (Perencanaan Sistem)

Pada tahap ini, penulis menyusun rencana mengenai berbagai kebutuhan yang diperlukan untuk pengembangan *Marketplace* ini. Hasil dari perencanaan tersebut menunjukkan bahwa *Marketplace* ini terdiri dari empat jenis pengguna: Pengunjung, Penjual, Pembeli, dan Admin (Maulana et al., 2025).

2. *Analyst System* (Analisa Sistem)

Pada tahap analisis sistem, penulis melakukan evaluasi terhadap sistem, perangkat lunak, metode, dan model yang paling sesuai untuk digunakan dalam pembangunan ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa pembangunan *Marketplace* ini berbasis web dengan menggunakan metodologi pengembangan SDLC model *Waterfall*. Untuk perangkat lunaknya, penulis memilih XAMPP versi 7.3.33, yang sudah terintegrasi dengan Apache HTTP Server dan DBMS MySQL. Bahasa pemrograman yang digunakan adalah PHP native versi 7, sedangkan untuk antarmuka, penulis menggunakan Framework Codeigniter.

3. *Design System* (Desain Sistem)

Tahap ini sering disebut sebagai tahap blue print atau cetak biru, di mana dihasilkan purwarupa seperti desain, pola, komponen, dan lainnya. Hasil dari tahap ini adalah penulis melakukan perancangan menggunakan arsitektur system.

4. *Implementation System* (Implementasi Sistem)

Setelah itu, pada tahap ini dilakukan penerapan sistem. Pada tahap ini, dilakukan pengkodean dan pembuatan aplikasi berdasarkan analisis sistem dan desain sistem. Hasilnya aplikasi telah dibuat sesuai dengan analisis dan desain sistem, menggunakan database MySQL, bahasa pemrograman PHP 7, dan Framework Codeigniter.

SISTEM INFORMASI MARKETPLACE PARIWISATA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN SERANG

5. *Testing System (Pengujian Sistem)*

Setelah aplikasi selesai dibuat menggunakan sistem yang diinginkan, langkah selanjutnya adalah menguji sistem tersebut. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan apakah terdapat kesalahan, kerusakan, atau bug dalam sistem, serta memastikan sistem berjalan sesuai dengan harapan.

6. *Maintanance System (Pemeliharaan Sistem)*

Tahapan terakhir dari metode *waterfall* adalah Maintenance. Pada tahap ini, sistem akan dilakukan pemeliharaan. Jika terdapat pembaruan atau penambahan fitur dalam program yang dibuat, maka diperlukan pemeliharaan. Selain itu, jika saat sistem berjalan user menemukan kesalahan atau bug pada website, pemeliharaan juga diperlukan. Untuk memastikan sistem tetap optimal, pemeliharaan dapat dilakukan secara berkala.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rancangan Arsitektur Sistem

Arsitektur sistem adalah proses yang mengubah desain logis dari suatu sistem informasi menjadi struktur fisik yang mencakup berbagai komponen penting. Komponen ini meliputi perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), dan sumber daya manusia (*brainware*).

Gambar 2. Arsitektur Sistem



Gambar 2 di atas menunjukkan alur proses dalam sistem *marketplace* yang melibatkan beberapa entitas utama: Consumer (Konsumen/pembeli), Sistem *Marketplace*, Seller (Penjual), dan *Logistics Provider* (Penyedia Logistik). Setiap entitas

ini dihubungkan melalui berbagai aktivitas dan proses yang mendukung keseluruhan operasi *marketplace*.

1. Consumer (Konsumen/Pembeli)

Konsumen adalah pengguna yang melakukan pemesanan produk melalui *platform marketplace*. Mereka menggunakan perangkat seperti computer untuk mengakses *marketplace* dan membuat pesanan (*Orders*).

2. Sistem Marketplace

Sistem *Marketplace* berfungsi sebagai perantara yang menghubungkan konsumen dengan penjual. Setelah konsumen melakukan pesanan, sistem *marketplace* akan mengirimkan notifikasi (Notifiers) kepada penjual mengenai detail pesanan tersebut. Sistem *marketplace* mengelola dan menyimpan data pesanan serta menyediakan platform untuk transaksi antara konsumen dan penjual.

3. Seller (Penjual)

Penjual menerima notifikasi dari sistem *marketplace* mengenai pesanan yang dibuat oleh konsumen. Penjual kemudian mempersiapkan dan mengemas (Packs) produk yang dipesan. Mereka bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk siap untuk dikirim ke konsumen.

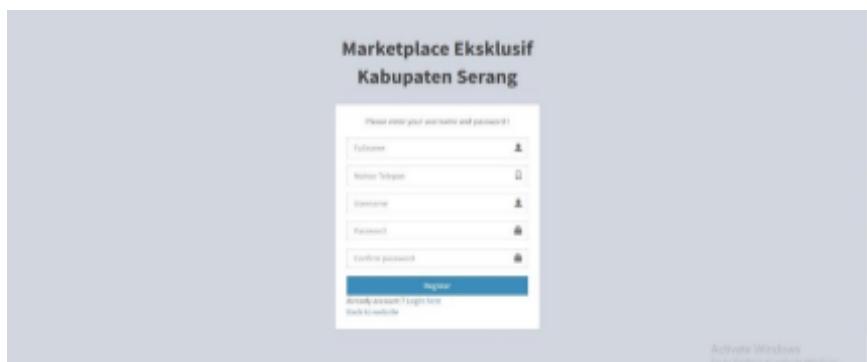
4. Logistics Provider (Penyedia Logistik)

Penyedia logistik adalah pihak yang bertanggung jawab untuk mengirimkan produk dari penjual kepada konsumen. Setelah produk dikemas oleh penjual, penyedia logistik akan mengambil dan mengantarkan (Delivers) produk tersebut ke alamat konsumen.

Implementasi Sistem

1. Tampilan Menu *Register Dan Login*

Gambar 3. Tampilan Menu *Registrasi & Login*

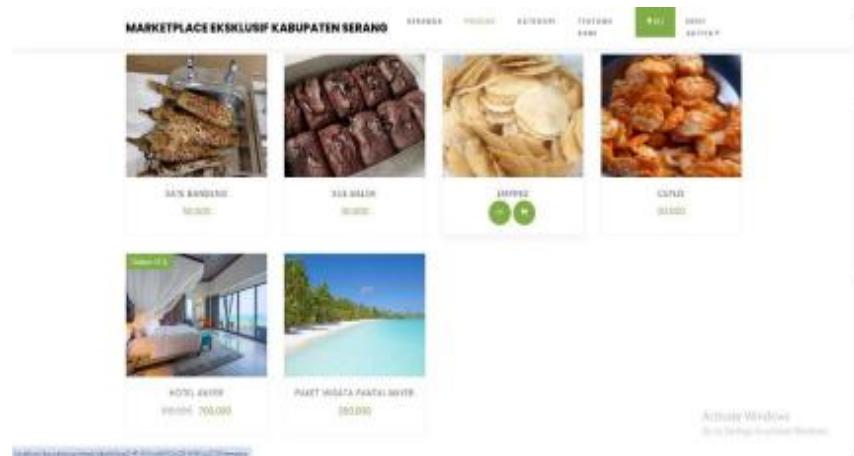


SISTEM INFORMASI MARKETPLACE PARIWISATA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN SERANG

Tampilan menu register dan login adalah bagian penting dari sistem *marketplace* yang dirancang untuk pengunjung yang ingin mendaftar dan bergabung sebagai penjual atau pembeli. Melalui menu ini, pengunjung dapat membuat akun baru dengan mudah atau masuk ke akun mereka yang sudah ada. Setelah proses pendaftaran dan login selesai, pengunjung akan mendapatkan hak akses penuh untuk berpartisipasi dalam aktivitas di *marketplace*. Sebagai pembeli, mereka dapat menelusuri produk, menambahkan barang ke keranjang, dan menyelesaikan pembelian. Sebagai penjual, mereka dapat mengunggah produk, mengelola inventaris, dan memantau transaksi penjualan mereka. Dengan demikian, menu register dan login tidak hanya berfungsi sebagai gerbang masuk, tetapi juga sebagai kunci untuk membuka berbagai fitur dan manfaat yang ditawarkan oleh sistem *marketplace*.

2. Tampilan Menu Produk

Gambar 4. Tampilan Menu Produk

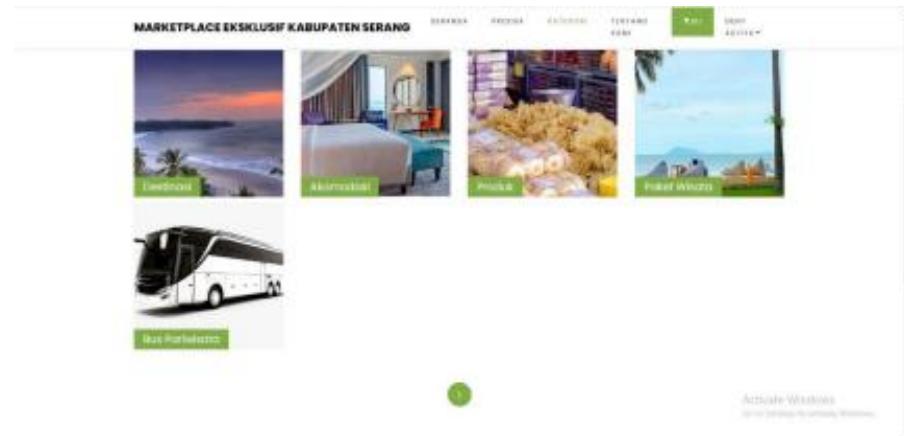


Pada menu produk ini, pengunjung dapat melihat berbagai barang yang dijual oleh seller atau penjual, sehingga mereka dapat dengan mudah mengetahui semua produk yang tersedia. Setelah pengunjung mendaftar dan melakukan login, mereka akan memiliki akses penuh untuk menambahkan produk-produk yang mereka inginkan ke dalam menu keranjang. Dengan fitur ini, proses pembelian menjadi lebih praktis dan efisien, karena pengunjung dapat langsung melanjutkan ke tahap checkout untuk menyelesaikan transaksi. Hal ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan belanja, tetapi

juga memastikan bahwa setiap langkah dalam proses pembelian dapat dilakukan dengan cepat dan mudah.

3. Tampilan Menu Kategori

Gambar 5. Tampilan Menu Kategori



Tampilan menu kategori adalah bagian dari antarmuka pengguna yang menampilkan semua produk yang dijual, namun telah dikelompokkan berdasarkan kategori tertentu. Dengan adanya menu kategori ini, pengguna dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka cari karena setiap item telah dikelompokkan sesuai dengan jenis, fungsi, atau karakteristik lainnya.

4. Tampilan Menu Pembelian

Gambar 6. Tampilan Menu Pembelian

PRODUCT IMAGE	PRODUCT NAME	PRICE	QTY	TOTAL
	Sate Bandeng Sate kuah - Rasa Bawang - 200 gram	50.000	1	50.000
	Kopi Siput Espresso 100 ml Bawang - 200 gram	50.000	1	50.000
	Kering Gedong - 100 gram Bawang - 200 gram	20.000	1	20.000

Actual Windows
My first attempt to make a Windows

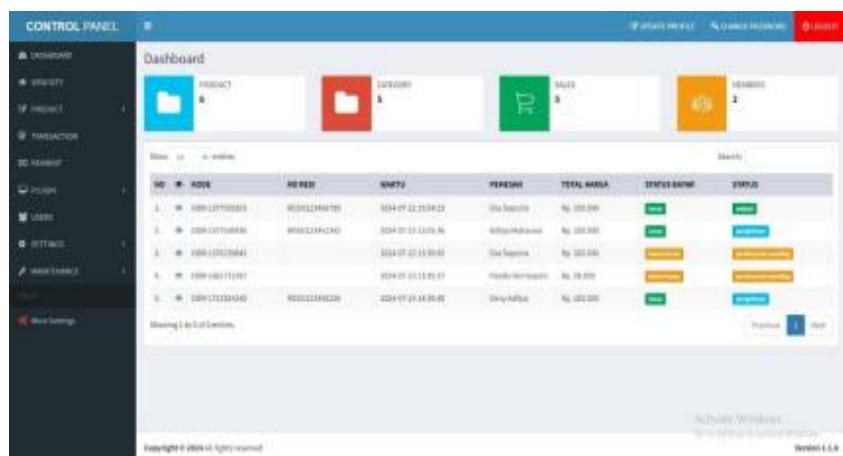
Pada menu pembelian atau keranjang produk, pembeli dapat melihat secara rinci semua produk yang telah mereka pilih beserta total harga yang harus dibayarkan. Menu ini tidak hanya menampilkan daftar produk, tetapi juga memberikan informasi lengkap mengenai setiap item, seperti kuantitas, harga per unit, dan subtotal. Dengan demikian, pembeli dapat memastikan bahwa semua pilihan mereka sudah benar sebelum melanjutkan ke tahap pembayaran. Selain itu, di menu ini pembeli juga diwajibkan untuk

SISTEM INFORMASI MARKETPLACE PARIWISATA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN SERANG

memasukkan alamat pengiriman dengan lengkap dan benar. Alamat ini sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang mereka beli dapat dikirimkan ke lokasi yang tepat. Pembeli juga harus memilih jasa ekspedisi yang diinginkan untuk mengirimkan produk tersebut.

5. Tampilan Menu *Dashboard* Penjual

Gambar 7. Tampilan Menu Dashboard Penjual



Di halaman dashboard yang dirancang khusus untuk penjual, terdapat berbagai informasi yang dapat diakses secara *real-time* mengenai aktivitas di sistem *marketplace*. Penjual dapat memantau seluruh data yang relevan, mulai dari total jumlah produk yang tersedia hingga detail produk-produk yang telah berhasil terjual. Informasi yang disajikan ini sangat membantu penjual dalam mengelola stok dan memantau kinerja penjualan secara keseluruhan, memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan yang lebih strategis dan terukur dalam mengembangkan bisnisnya.

Pengujian Sistem

Pengujian sistem memiliki beberapa tahapan penting yang harus dilalui untuk memastikan bahwa sistem tersebut memenuhi standar yang ditetapkan. Berikut adalah kategori-kategori pengujian perangkat lunak yang telah disusun secara kronologis:

1. Unit Testing

Tahap awal pengujian yang berfokus pada verifikasi setiap unit atau komponen individu dari sistem *marketplace*. Ini mencakup pengujian fungsi-fungsi seperti login pengguna, pencarian produk, dan penambahan produk ke keranjang. Memastikan bahwa

fungsi penambahan produk ke keranjang bekerja dengan benar dan menambahkan jumlah yang tepat.

2. *Integration Testing*

Setelah unit-unit individu diuji, tahap ini menguji bagaimana unit-unit tersebut bekerja bersama-sama. Pengujian ini memastikan bahwa modul-modul yang berbeda seperti sistem pembayaran, pengelolaan inventaris, dan sistem notifikasi berinteraksi dengan baik. Memastikan bahwa setelah pengguna menambahkan produk ke keranjang dan melanjutkan ke pembayaran, sistem secara otomatis mengurangi jumlah stok produk dan mengirimkan notifikasi pesanan kepada penjual.

3. *System Testing*

Tahap ini menguji seluruh sistem *marketplace* secara keseluruhan untuk memastikan bahwa semua komponen berfungsi dengan baik ketika digabungkan. Ini termasuk pengujian performa situs, menguji seluruh alur pembelian dari dan memastikan tidak ada kesalahan atau bug yang muncul selama proses.

4. *Acceptance Testing*

Tahap akhir pengujian di mana sistem *marketplace* diuji berdasarkan kriteria penerimaan yang telah ditetapkan oleh pengguna atau pemangku kepentingan. Pengujian ini memastikan bahwa *marketplace* memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna sebelum diluncurkan ke publik. Melakukan uji coba dengan sejumlah pengguna akhir untuk memastikan bahwa mereka dapat dengan mudah menavigasi situs, menemukan produk, melakukan pembelian, dan menerima produk yang dipesan tanpa masalah.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil merancang dan mengimplementasikan sebuah sistem informasi *marketplace* yang diharapkan dapat membantu pelaku usaha pariwisata di Kabupaten Serang dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Sistem ini dirancang dengan menggunakan metodologi SDLC model *waterfall*, yang mencakup tahapan-tahapan seperti analisis kebutuhan, desain sistem, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Berdasarkan hasil pengujian, sistem ini mampu menyediakan berbagai fitur yang mendukung aktivitas penjualan, mulai dari pengelolaan produk, pemantauan transaksi, hingga pengelolaan pengiriman barang. Dengan demikian, sistem ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional para pelaku usaha

SISTEM INFORMASI MARKETPLACE PARIWISATA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN SERANG

pariwisata, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Serang.

DAFTAR REFERENSI

- Abraham, J., Ismail, I. E., Kom, S., & Kom, M. (n.d.). *Unit Testing dan User Acceptance Testing pada Sistem Informasi Pelayan Kategorial Pelayanan Anak*.
- Darmi, Y., Putri, D., & Nabila, P. (2025). *Pemanfaatan Teknologi E-Tourism untuk Mendukung Pengembangan Desa Wisata dan Peningkatan Ekonomi Lokal di Kabupaten Seluma*. 21(1), 222–228.
- Dira, A. F., Susilo, H., & Munawarah, I. (2025). *Pengembangan Sistem Informasi Terintegrasi untuk Mendukung Pendaftaran dan Pemasaran UMKM (SITEKUM) di Kabupaten Bekasi*. 5636(4), 673–682.
- Jahri, M., Henderi, H., & Ladjamudin, A. Bin. (2024). Sistem Informasi Pelayanan Pengaduan Satuan Polisi Pamong Praja Berbasis Website. *Jurnal Informasi Dan Komputer*, 12(02), 56–63.
- Jatika, P. L., Satria, R., Ahmad, I., & Gunawan, R. D. (2023). *Rancang Bangun E-Marketplace Berbasis Mobile Untuk Meningkatkan Pelayanan Penjualan*. 4, 89–95.
- Maria, V., Situmeang, T., & Ardana, R. F. (2024). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang , Kabupaten Serang*. 2(2).
- Maulana, M. R., Ariza, R., Hidayat, C., Anshor, A. H., & Fatchan, M. (2025). *Keputusan Pemilihan Marketplace (Studi Kasus : Marketplace E-Commerce Di Era Digital)*. 9(1), 605–611.
- Mekse, G., Arisena, K., Agribisnis, P. S., Pertanian, F., Udayana, U., & Korespondensi, P. (2021). www.agroteknika.id. 3450(1), 30–42.
- Noviyanti, I. (2023). *Peran Pemerintah Daerah Kota Serang Dalam Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Sebagai Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 11 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Usaha Kepariwisataan*. 1(2), 140–163.
- Saptantinah, D., Astuti, P., Sugiarto, C., & Arifin, Z. (2025). *Pengembangan Digiwisata Berbasis Potensi Lokal Menuju Kawasan Wisata Terintegrasi Desa Kerajinan Tembaga Cepogo , Boyolali*. 09(02), 166–174.
- Seabtian, D. T. (2019). *Sistem informasi e-marketplace pada pemesanan*. 10(2).

SISTEM INFORMASI MARKETPLACE PARIWISATA UNTUK MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN MENINGKATKAN EKONOMI LOKAL DI KABUPATEN SERANG

- Suryawan, M. A., Artino, A., Rosid, A., Putra, R. K., & Yeni, A. (2025). *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal dan Ekonomi Kreatif*. 4(2), 11613–11621.
- Trisnawati, T., & Fadhillah, I. R. (2024). *Upaya Peningkatan Bisnis UMKM Melalui Pelatihan Digitalisasi di Kelurahan Pondok Kahuru Ciomas Kapupaten Serang*. 1(2), 32–38.
- Winarno, H., Raihanah, D. S., Syadidah, I. F., & Zalfa, M. A. (2024). *Peran Digitalisasi Marketing dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah bagi Pelaku Usaha UMKM di Dalung Cipocok Jaya Serang*.
- Yusuf, I. I. D., Jahiri, M., Henderi, H., & Ladjamudin, A.-B. Bin. (2024). Design and Development of Interactive Media in Vocational High Schools Using the Multimedia Development Life Cycle Method Based on Android. *JINAV: Journal of Information and Visualization*, 5(1), 134–145.
<https://doi.org/10.35877/454ri.jinav2883>