

RANCANG BANGUN E-MARKETING AHASS 05820 CV.MITRA TIRTO AGUNG BLITAR BERBASIS WEB

[¹]Indyah Hartami Santi, [²]Adhisana Qurnia Putra

[¹],[²]Universitas Islam Balitar Blitar

Abstrak: Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi membawa perubahan besar di berbagai bidang kehidupan. Banyak perusahaan yang gencar melakukan promosi untuk menarik dan mempertahankan konsumen dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya internet yang terus berkembang, termasuk dalam pembuatan *website* dan pemasaran produk yang berbasis *online* hal ini sepantasnya terjadi demi mencapai efektifitas dan efisiensi dalam proses bisnis dan pemasaran. Untuk dapat bersaing dengan para pesaing dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat dan inovatif dalam meningkatkan pemasaran dan proses bisnis dari perusahaan tersebut. *Website* telah menjadi media penyebar informasi yang cepat, luas, dan mudah diakses dengan biaya yang cukup terjangkau. Hampir seluruh perusahaan kecil maupun besar saat ini telah menggunakan *website* untuk melakukan pemasaran atau yang lebih dikenal dengan istilah *internet marketing* (*e-marketing*). Sangat penting bagi perusahaan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk secara *online* dalam bentuk-bentuk *website* yang merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran pada CV.Mitra Tirto Agung Blitar. Perusahaan ini merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan, pemeliharaan, penyedia suku cadang sepeda motor jenis Honda CV.Mitra Tirto Agung Blitar memerlukan *website* guna menunjang pemasaran produk-produk mereka. Namun, perusahaan tidak cukup hanya mengandalkan sistem dan teknologi informasi untuk dapat mencapai keunggulan dan mempertahankan posisi perusahaan di antara para pesaingnya, untuk itu perusahaan harus didukung oleh sebuah strategi pemasaran yang baik dan tepat.

Kata Kunci: Internet, Teknologi Informasi, *E-Marketing*

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi membawa perubahan besar di berbagai bidang kehidupan. Banyak perusahaan yang gencar melakukan promosi untuk menarik dan mempertahankan konsumen dengan memanfaatkan teknologi informasi khususnya internet yang terus berkembang, termasuk dalam pembuatan *website* dan pemasaran produk yang berbasis *online* hal ini sepantasnya terjadi demi mencapai efektifitas dan efisiensi dalam proses bisnis dan pemasaran. Untuk dapat bersaing dengan para pesaing dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat dan inovatif dalam meningkatkan pemasaran dan proses bisnis dari perusahaan tersebut.

Salah satu strategi pemasaran yang sedang berkembang saat ini adalah melalui media internet, khususnya *website* dimana saat ini sedang berkembang pesat. *Website* telah menjadi media penyebar informasi yang cepat, luas, dan mudah diakses dengan biaya yang cukup terjangkau. Hampir seluruh perusahaan kecil maupun besar saat ini telah menggunakan *website* untuk melakukan pemasaran atau yang lebih dikenal dengan istilah *internet marketing* (*e-marketing*). Sangat penting bagi perusahaan untuk memasarkan dan memperkenalkan produk secara *online* dalam bentuk-bentuk *website* yang merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran pada CV.Mitra Tirto Agung Blitar. Perusahaan ini merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan, pemeliharaan, penyedia suku cadang sepeda motor jenis Honda CV.Mitra Tirto Agung Blitar memerlukan *website* guna menunjang

pemasaran produk-produk mereka. Namun, perusahaan tidak cukup hanya mengandalkan sistem dan teknologi informasi untuk dapat mencapai keunggulan dan mempertahankan posisi perusahaan di antara para pesaingnya, untuk itu perusahaan harus didukung oleh sebuah strategi pemasaran yang baik dan tepat. Dengan adanya perencanaan strategi pemasaran, maka fokus dalam perusahaan menjadi terarah dan terpenuhi yang akan mendukung semua fungsi bisnis yang ada pada perusahaan, sehingga tujuan dan sasaran bisnis perusahaan dapat tercapai.

II. LANDASAN TEORI

a. Pemasaran

Pemasaran adalah proses yang meliputi beberapa elemen yang terlihat tidak terhubung satu dengan yang lain, tetapi pada kenyataannya elemen tersebut saling terhubung dan membentuk relasi antara produser atau manufaktur dengan konsumen (Fatayerji, 2004, p25)

b. Manajemen Pemasaran dalam *E-Marketing*

Manajemen Pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu dalam memilih target pasar dan mendapatkan, menjaga, dan meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan superior.

c. Analisis Situasi

Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis

d. Desain Web

Desain Web adalah jenis desain grafis yang ditujukan untuk pengembangan dan styling obyek lingkungan informasi Internet untuk menyediakan dengan fitur konsumen *high-end* dan kualitas estetika. Definisi yang ditawarkan memisahkan desain web dari pemrograman web, menekankan fitur fungsional dari sebuah situs web, serta desain posisi web sebagai semacam desain grafis

e. Bahasa Pemrograman HTML

HyperText Markup Language (HTML) adalah sebuah bahasa markup yang digunakan untuk membuat sebuah halaman web dan menampilkan berbagai informasi di dalam sebuah browser Internet

f. Bahasa Pemrograman PHP

PHP (*Personal Home Page*) adalah bahasa pemrograman *script* yang paling banyak dipakai saat ini. PHP pertama kali dibuat oleh Rasmus Lerdorf pada tahun 1995.

g. CSS

CSS (*Cascading Style Sheet*) merupakan suatu bahasa program web yang digunakan untuk mengendalikan dan membangun berbagai komponen dalam web yang digunakan untuk mengendalikan dan membangun berbagai komponen dalam web sehingga tampilan web akan lebih rapi, terstruktur dan seragam.

h. Xampp

XAMPP adalah perangkat lunak bebas, yang mendukung banyak sistem operasi, merupakan kompilasi dari beberapa program. Fungsinya adalah sebagai server yang berdiri sendiri (*localhost*), yang terdiri atas program Apache HTTP Server, MySQL database, dan penerjemah bahasa yang ditulis dengan bahasa pemrograman PHP dan Perl

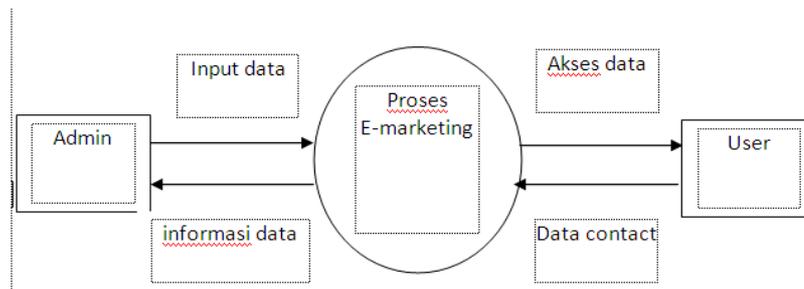
i. Macromedia Dreamweaver 8

Adobe Dreamweaver merupakan program penyunting halaman *web* dari Adobe Systems yang dulu dikenal sebagai Macromedia Dreamweaver dari Macromedia. Program ini banyak digunakan oleh pengembang *web* karena fitur-fiturnya yang lengkap serta kemudahan dalam penggunaannya

III. PERANCANGAN SISTEM

a. Diagram konteks

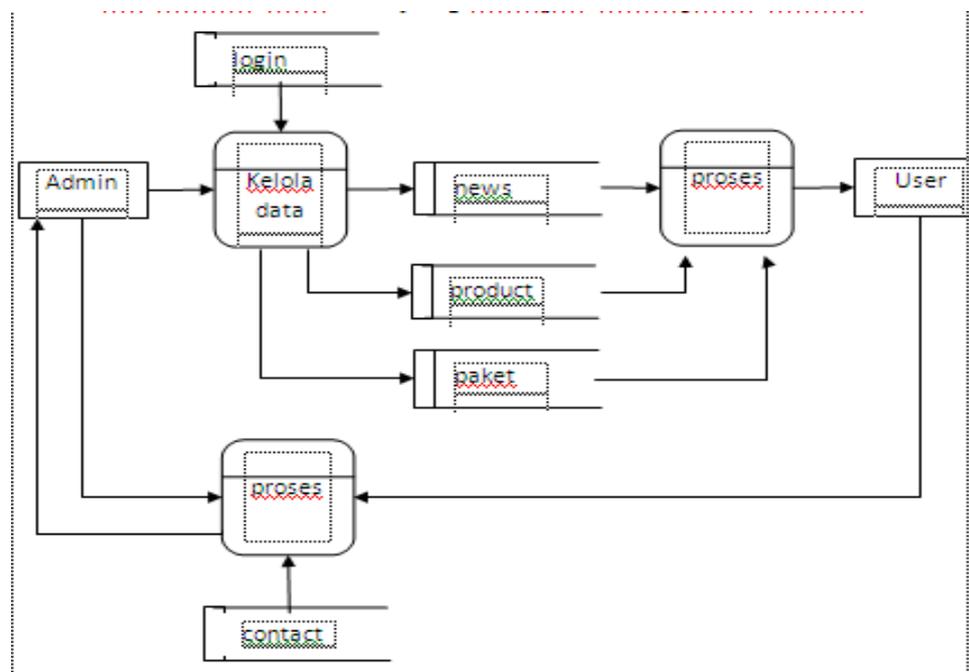
Diagram konteks adalah diagram yang terdiri dari suatu proses dan menggambarkan ruang lingkup suatu sistem.



Gambar 1. Diagram Konteks

b. DFD (Data Flow Diagram)

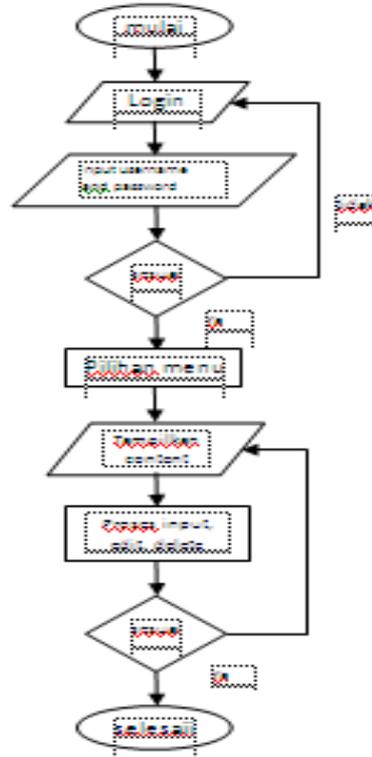
DFD (Data Flow Diagram) adalah model untuk menggambarkan asal dan tujuan penyimpanan data, proses yang akan menghasilkan data dan interaksi antar data yang tersimpan dalam proses tersebut.



Gambar 2. DFD (Data Flow Diagram) E-Marketing

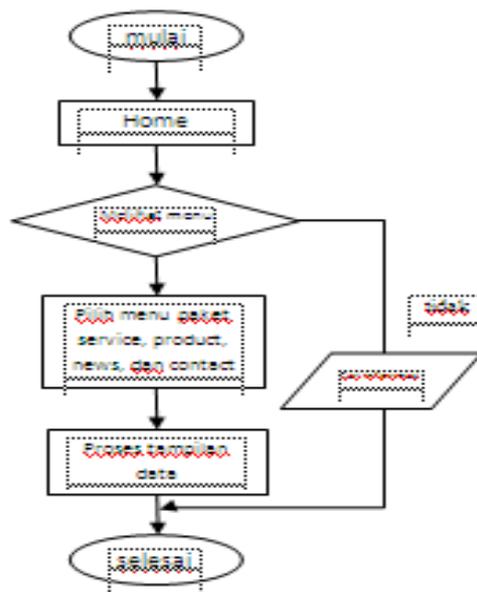
c. Flowchart

Fungsi admin pada aplikasi ini adalah sebagai pengelola data. Dari gambar di atas sebelum admin mengelola data, terlebih dahulu admin harus login. Memasukkan *username* dan *password*. jika *username* dan *password* salah maka *administrator* kembali pada proses login.



Gambar 3 Site Map Flowchart admin

Jika *username* dan *password* yang dimasukan benar atau sesuai, *administrator* dapat menuju menu data. Setelah *administrator* memilih menu data yang ingin dirubah maka *administrator* menuju *content* berupa data yang akan diberikan inputan. Setelah *administrator* selesai merubah data, *administrator* bisa langsung *logout* atau kembali pada menu data.

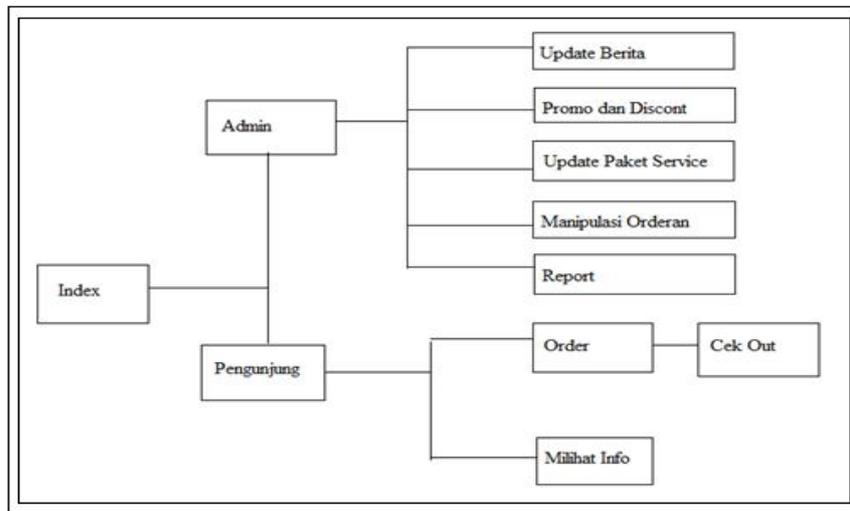


Gambar 4. Site Map Flowchart user

d. Site Map Diagram System E-Commerce

Pada sistem e-commerce terdapat dua entitas, admin dan pengunjung web. Seorang admin mampu memanipulasi produk, pesanan dan fitur yang tersedia. Sedangkan pengunjung web dapat order produk yang tersedia dan memanfaatkan fitur yang tersedia.

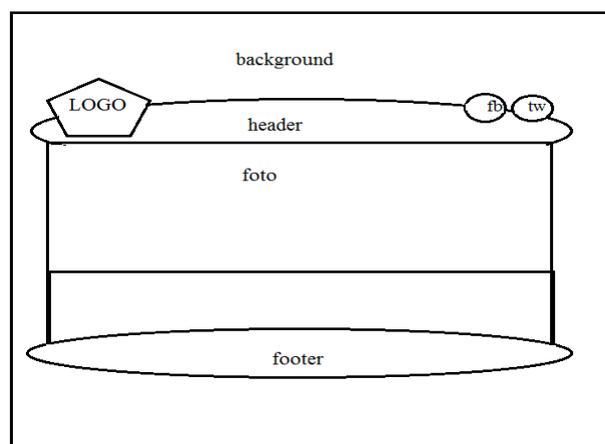
Adapun *Site map* pada sistem e-commerce adalah sebagai berikut :



Gambar 5. Site Map diagram e-commerce

e. Desain Layout

Rancangan tampilan halaman depan *website*. Halaman ini adalah halaman pertama kali saat pengunjung membuka *website*



Gambar 6. Desain Layout

f. Metodologi Pengumpulan Data

Dalam hal ini metode penelitian yang digunakan adalah metode dengan cara mengumpulkan dan menggambarkan data mengenai keadaan secara langsung dari lapangan atau tepatnya yang menjadi objek penelitian untuk mendapatkan data secara relevan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam mencari dan mengumpulkan data serta mengolah informasi yang diperlukan menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

g. Metode Pengamatan (Observasi Research)

Merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti tidak memiliki kendali sama sekali terhadap pemunculan respon objek yang diamati, kecuali dalam menentukan faktor yang diamati dan

memeriksa ketelitian data. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara mengikuti proses pemasaran pada CV.Mitra Tirto Agung Lodoyo.

h. Metode Wawancara (Interview)

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari informasi dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak-pihak terkait, yaitu Kepala Bengkel dan *Owner*, kemudian menampung semua keterangan yang diberikan.dengan wawancara ini.

i. Metode Study Pustaka (Library Research)

Yaitu memperoleh data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku dan *literature-literature* yang berhubungan dengan teori dan laporan penelitian ini. Metode study pustaka dilakukan untuk menunjang metode wawancara dan observasi yang telah dilakukan. Pengumpulan informasi yang dibutuhkan dalam mencari referensi-referensi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

IV. IMPLEMENTASI SISTEM

a. Implementasi Antarmuka

Implementasi antarmuka meliputi semua tampilan yang akan ditampilkan oleh aplikasi. Berikut adalah tampilan antarmuka tersebut

Setelah sistem dianalisa dan dirancang secara rinci, maka akan menuju tahap selanjutnya yaitu tahap implementasi, Implementasi merupakan tahap penerjemahan perancangan berdasarkan hasil analisis kedalam suatu bahasa pemrograman tertentu serta penerapan perangkat lunak yang dibangun pada lingkungan yang sesungguhnya sehingga siap untuk dioperasikan. Implementasi bertujuan untuk mengkonfirmasi modul – modul perancangan, sehingga pengguna dapat memberikan masukan kepada pembangun sistem.

b. Pengujian Sistem

Pengujian terhadap implementasi sistem *e-marketing* dilakukan dalam dua langkah, yang pertama menguji fungsionalitas sistem aplikasi apakah sudah sesuai dengan sekenario perancangan yang telah dilakukan sebelumnya dan yang kedua pengujian data kuantitatif untuk mengukur tingkat kriteria aplikasi sebagai suatu media pemasaran. Untuk dapat menguji fungsionalitas sistem aplikasi langkah pertama yang harus dilakukan adalah mendaftarkan *hosting* untuk mendapat *domain*. Langkah kedua adalah meng-*upload* rancangan aplikasi, langkah ketiga adalah merubah koneksi disamakan dengan yang ada pada *hosting* selanjutnya langkah keempat masuk pada alamat yang sudah didapat dari *hosting*.

Dalam pengujian fungsionalitas perangkat lunak ini menggunakan 2 metode pengujian antara lain.

1. Pengujian Metode Whitebox

White Box testing adalah cara pengujian dengan melihat ke dalam modul untuk meneliti kode-kode program yang ada, dan menganalisis apakah ada kesalahan atau tidak. Jika ada modul yang menghasilkan output yang tidak sesuai dengan proses bisnis yang dilakukan, maka baris-baris program, variable, dan parameter yang terlibat pada unit tersebut akan dicek satu persatu dan diperbaiki, kemudian di-*compile* ulang.

Contoh uji white box adalah testing *login*.Uji coba dinyatakan berhasil apabila fungsi-fungsi pada perangkat lunak sesuai dengan yang diharapkan pemakai. File *index.php* merupakan file default yang akan selalu dipanggil jika URL diarahkan pada sistem ini kode program akan mengarahkan pada file koneksi.php.

2. Pengujian Metode Blackbox

Pengujian *Blackbox* adalah pengujian yang sistemnya tanpa memperhatikan struktur logika internal perangkat lunak.Metode ini digunakan untuk mengetahui apakah perangkat lunak berfungsi

dengan benar. Pada metode ini data uji dibangkitkan, dieksekusi pada perangkat lunak dan kemudian keluaran dari perangkat lunak dicek apakah telah sesuai dengan yang diharapkan atau tidak.

Berikut ini adalah rancangan pengujian yang akan digunakan meliputi kelas uji *login*, halaman utama, menu materi, menu admin, dan keluar.

TABEL 1
PERANCANGAN PENGUJIAN BLACKBOX

Kelas Uji	Butir Uji	Tingkat Pengujian	Jenis Pengujian
<i>Login</i>	- Admin dapat melakukan <i>login</i>	Unit	Black Box
Menu admin	- Dapat memanipulasi data admin	Unit	Black Box
Halaman Utama	- Dapat menampilkan informasi yang berada pada halaman utama	Unit	Black Box
Menu Paket	- Dapat menampilkan daftar paket <i>service</i>	Unit	Black Box
Menu Product	- Dapat menampilkan daftar <i>product</i>	Unit	Black Box
Menu SparePart	- Dapat menampilkan catalog harga <i>sparepart</i>	Unit	Black Box
Menu LastNews	- Dapat menampilkan <i>update</i> berita	Unit	Black Box
Menu Contact	- Dapat menampilkan tabel <i>contact</i>	Unit	Black Box
Keluar	- Dapat keluar dari <i>user admin</i>	Unit	Black Box

Setelah dilakukan perancangan pengujian, maka hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

a) Pengujian *Login*

TABEL 2
PENGUJIAN LOGIN

Kasus dan Hasil Uji (data normal)			
Data masukan	Yang diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
<i>Form</i> masukan <i>username</i> dan <i>password</i>	Dapat menerima masukan <i>username</i> dan <i>password</i>	Tampil <i>form login</i> dengan <i>username</i> dan <i>password</i>	[✓] diterima [] ditolak
Tombol <i>login</i>	Dapat membuka halaman utama admin	Tampil halaman utama admin	[✓] diterima [] ditolak

b) Pengujian Menu Halaman Utama

TABEL 3
PENGUJIAN MENU HALAMAN UTAMA

Kasus dan Hasil Uji (data normal)			
Data masukan	Yang diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Tombol <i>Home</i>	Menampilkan informasi dealer	Dapat menampilkan informasi tentang	[✓] diterima [] ditolak

		alamat, selogan dan gambar	
--	--	----------------------------------	--

V. SIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan aplikasi *e-marketing* pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Sistem *e-marketing* telah dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL.
2. Dapat mengurangi keterbatasan geografis dan menghemat waktu serta sumber daya manusia dalam melakukan pemasaran.
3. Aplikasi *e-marketing* ini dapat memudahkan pelanggan mendapatkan informasi mengenai *Product* dan *Service* secara lengkap.
4. Sistem dapat diakses dimanapun dan kapanpun tidak ada batasan dalam pengaksesannya, bertujuan untuk dapat memberikan kemudahan dalam kegiatan promosi yang tentunya akan meningkatkan kualitas pelayanan.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran-saran yang kiranya dapat membantu penelitian dan pengembangan dan penyempurnaan sistem *e-marketing* ini di masa yang akan datang. saran-saran penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dengan menggunakan fitur *online chat* dan *contact us*.
2. Antarmuka sistem dapat dikembangkan agar lebih menarik.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Kusworo.A.P. 2010. Pembuatan Sistem Ujian Online. Penelitian. Program Studi Ilmu Komputer Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Kotler dan Armstrong. (2004). Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid-2, Edisi ke-9. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Foster GD, Wyatt HR, Hill JO, McGuckin BG, Brill C, Mohammed BS, *et al* (2003). A randomized trial of a low carbohydrate diet for obesity. *N Engl J Med* 348, 2082-2090
- Fatayerji, Najib C. 2004. Electronic Marketing Advantages and Disadvantages. USA: Dissertation.com
- Strauss, Judy & Frost, Raymond. (2001). *E-Marketing 2nd Edition*. United States: Prentice Hall.
- Rayport, Jeffrey F. dan Jaworski, Bernard J. (2003). *Introduction to ECommerce*. International Edition. (2nd Edition). McGraw-Hill, Singapore.
- Hariyanto, Bambang, Sistem Manajemen Basis Data: Pemodelan, *Perancangan*, dan Terapannya, Informatika, Bandung: 2004
- Hartono, Jogiyanto, Pengenalan Komputer: Dasar Ilmu Komputer, Pemrograman, Sistem Informasi, dan ANDI, Yogyakarta: 2004
- Herlambang, Soendorodan Haryanto Tanuwijaya, Sistem Informasi: Konsep, Teknologi dan Manajemen, Graha Ilmu, Yogyakarta: 2005
- Kadir, Abdul, Pengenalan Sistem Informasi, ANDI, Yogyakarta: 2003
- Kristanto, Andri, Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya, Gava Media, Yogyakarta: 2003
- Prasetyo, Didik Dwi, Kolaborasi PHP dan MySQL, Gramedia, Jakarta: 2003
- Sidik, Betha, Pemrograman Web dengan PHP, Informatika, Bandung: 2004
- Sugianto, David *et al*, Langkah Demi Langkah Membangun Website dengan PHP, Datakom Lintas Buana, Jakarta: 2003