

**PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN BERBASIS
DIGITAL PADA *HOME INDUSTRY* JAJANAN TRADISIONAL****Eko Prasetyo¹, Eko Wahyu Abryandoko²**¹Teknik Industri/Universitas BojonegoroEmail: perasitiyoeko@gmail.com²Teknik Industri/Universitas BojonegoroEmail: abryandoko@gmail.com

©2019 –EPiC Universitas KH. A. Wahab Hasbullah Jombang ini adalah artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi CC BY-NC-4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

ABSTRACT

Pak Dicky's traditional snacks home industry is a UKM engaged in selling traditional culinary snacks which is also well-known by the name of market snacks. In increasing marketing and sales of products to consumers, it is necessary to implement a surefire business strategy to increase new market share. The problem experienced by Pak Dicky's traditional snacks home industry is the limited resources and time in serving every customer / consumer needs. Marketing information system design uses information systems modeling context diagrams, data flowchart diagrams, entity relationship diagram, and e-commerce website design applications by designing fast and appropriate information systems to customers, providing convenience for potential customers, and providing site-based applications web e-commerce that is easy to use by customers based on the design of marketing information systems capable of managing such as making reservations online, providing discounts and promos via the website and searching for product data using the results of application-based marketing information systems e-commerce website is able to provide options / options buying and selling transactions to consumers so that data management is more effective and the presentation of information is fast and flexible. This marketing information system was created using Visual Studio Code as a code editor and database using phpMyAdmin and MySQLi.

Keywords: *E-commerce, Traditional Snacks, Marketing Information Systems, Website*

ABSTRAK

Home industry jajanan tradisional pak Dicky merupakan UKM yang bergerak dibidang penjualan kuliner jajanan tradisional yang juga terkenal juga dengan nama jajanan pasar. Dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk kepada konsumen perlu menerapkan strategi bisnis jitu untuk meningkatkan pangsa pasar baru. Masalah yang dialami Home industry jajanan tradisional pak Dicky adalah keterbatasan sumber daya dan waktu dalam melayani setiap kebutuhan pelanggan/ konsumen. Perancangan sistem informasi pemasaran menggunakan pemodelan sistem informasi diagram konteks, diagram data flowchart, entity relationship diagram, dan rancangan aplikasi berbasis situs web e-commerce dengan merancang sistem informasi yang cepat dan tepat kepada pelanggan, memberikan kemudahan bagi calon konsumen, dan memberikan aplikasi berbasis situs web e-commerce yang mudah digunakan oleh pelanggan berdasarkan rancangan sistem informasi pemasaran mampu mengelola seperti membuat pemesanan secara online, menyediakan diskon dan promo melalui website dan melakukan pencarian data produk menggunakan hasil aplikasi berbasis sistem informasi pemasaran situs

Eko Prasetyo, Eko Wahyu Abryandoko

Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Digital Pada Home Industry Jajanan Tradisional

web e-commerce mampu memberikan opsi/ pilihan transaksi jual-beli kepada konsumen sehingga pengelolaan data yang lebih efektif dan penyajian informasi yang cepat dan fleksibel. Sistem informasi pemasaran ini dibuat menggunakan Visual Studio Code sebagai code editor dan basis data menggunakan phpMyAdmin dan MySQLi.

Kata Kunci : E-commerce, Jajana Tradisional, Sistem Informasi Pemasaran, Situs Web

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet yang sangat dinamis menjadikan strategi atau model bisnis yang masih menggunakan metode konvensional mungkin tidak lagi relevan untuk diterapkan besok. Di dalam lingkungan internet yang kompetitif, disamping perencanaan yang baik serta adanya harapan yang realistis terhadap teknologi baru yang lebih modern, juga diperlukan kesiapan infrastruktur yang cukup memadai dan visi yang komprehensif untuk bisa berjalan melewati ketidakpastian dan perubahan zaman yang begitu cepat. Bojonegoro merupakan sebuah kota yang masih menyukai tradisi yang masih benar-benar tradisional tak luput juga termasuk jajanan yang mereka konsumsi walaupun sudah memasuki era modern jajanan tradisional masih belum bisa tergantikan karena terkenal enak dan ringan dikantong masyarakat. Di kota Bojonegoro ini masih banyak sekali yang menjual jajanan tradisional atau yang biasa disebut jajanan pasar ini salah satunya adalah *home industry* jajanan tradisional pak Dicky. *Home industry* jajanan tradisional pak Dicky dalam memasarkan produknya masih menggunakan metode dengan media online yang belum maksimal serta pembeli yang ada di Bojonegoro maupun diluar Bojonegoro harus datang langsung ketempat lokasi untuk membeli produk-produk di *home industry* jajanan tradisional pak Dicky. Media internet juga merupakan penunjang berbagai aktivitas perusahaan khususnya untuk membantu pihak manajemen dalam mengelola pemasaran dan promosi. Permasalahan ini yang membuat penulis bermaksud untuk merancang suatu sistem informasi pemasaran produk untuk menunjang kemajuan perusahaan. Dengan adanya aplikasi sistem informasi pemasaran dalam bentuk website

sebagai media pemasaran dan promosi diharapkan akan dapat mewujudkan suatu sistem yang cepat, akurat dan terjangkau bagi pelanggan (konsumen). Manajemen *home industry* jajanan tradisional pak Dicky dapat mengambil langkah dengan memperbaiki atau menambah strategi pemasaran. Perancangan sistem informasi pemasaran berbasis website ini memungkinkan setiap konsumen dapat mengakses dan melihat produk-produk yang ditawarkan setiap saat dan dimanapun selama memiliki akses ke internet, dan memudahkan pemilik dalam mengatur proses pemesanan dan pemasaran sebuah produk akan lebih efektif dan efisien. Perancangan e-commerce untuk *home industry* jajanan tradisional pak Dicky ini diharapkan mampu memberi solusi dalam memasarkan hasil produksi jajanan tradisional ini ke masyarakat yang lebih luas, terutama masyarakat yang belum mengenal *home industry* jajanan tradisional pak Dicky. Bahkan dengan menggunakan aplikasi sistem informasi pemasaran dalam bentuk website e-commerce ini diharapkan *home industry* jajanan tradisional pak Dicky mampu bersaing di pemasaran global. Tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk merancang sistem informasi pemasaran yang dibutuhkan *home industry* jajanan tradisional pak Dicky dan untuk merancang aplikasi sistem informasi pemasaran dalam bentuk website e-commerce.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian dilakukan pada *home industry* jajanan tradisional pak dicky yang berlokasi di Kecamatan Kapas, kabupaten Bojonegoro. Fokus penelitian ini adalah permasalahan yang ada pada

sistem informasi promosi pada home industry jajanan tradisional pak dicky. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulandata dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi. Instrumen penelitian yang digunakan adalah peneliti, pedoman observasi, pedoman wawancara, catatan lapangan. Keabsahan data dalam penelitian ini terdiri dari validitas data dan reliabilitas data. Tahapan analisis data yang dilakukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan:

Tahapan ini meliputi penentuan fungsi, manfaat, dan tujuan dari pembuatan sistem informasi pada situs web agar pemberian informasi dalam sistem menjadi lebih baik, serta tahap ini juga menentukan elemen-elemen yang terlibat dalam sistem informasi ini, yaitu pihak internal *home industry* jajanan tradisional pak Dicky dan pihak eksternal (konsumen dan reseller)

2. Tahap Identifikasi Kebutuhan Sistem:

Tahapan ini dilakukan dengan memodelkan beberapa informasi yang saling berhubungan dan dibutuhkan, yaitu perancangan diagram kontek, perancangan dekomposisi, perancangan diagram aliran data.

3. Tahap Perancangan Basis Data:

Tahapan ini meliputi tahapan perancangan model keterhubungan entitas (ERD) dan perancangan tabel-tabel yang berkaitan dengan sistem informasi pemasaran ini.

4. Tahap Perancangan Desain Situs Web:

Tahap ini mendeskripsikan secara urut mengenai pengorganisasian situs web, perancangan tampilan grafis situs web, perancangan struktur basis data dan aliran data

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sistem Informasi Pemasaran Yang Sudah Ada

Sistem informasi pemasaran pada home industry jajanan tradisional pak dicky saat ini digunakan untuk mendukung fungsi pemasaran pada home industry jajanan tradisional pak dicky. Manager melakukan survey terhadap pasar untuk mencari informasi mengenai harga bahan baku, harga pasaran, dan data mangsa pasar. Informasi ini digabungkan dengan data internal dan eksternal yang dimiliki oleh home industry jajanan tradisional pak dicky. Informasi yang tersedia nantinya dijadikan sebagai dasar dalam menjalankan berbagai aktivitas bisnis terutama dalam membuat penawaran produk kepada konsumen.

Adapun aktivitas sistem informasi pemasaran untuk promosi home industry jajanan tradisional pak dicky pada umumnya masih tergolong konvensional, yaitu dari pelanggan yang sudah ada dapat menunggu repeat order, dari mulut ke mulut (mouth to mouth) yang berupa rekomendasi dari teman maupun pelanggan

saat ini, menyediakan brosur, dan menerima pesanan dari reseller dan pelanggan langsung. Komputer dan jaringan Internet sudah digunakan oleh home industry jajanan tradisional pak dicky, tetapi hanya sebatas iklan di facebook dan belum dimanfaatkan secara maksimal.

B. Sistem Informasi Yang Dibutuhkan

Data dan informasi yang diperlukan dalam sistem informasi pemasaran home industry jajanan tradisional pak dicky untuk menjalankan aktivitas dan fungsi bisnis pemasaran adalah:

1. Bagian Pemasaran

Menu, jumlah menu, special request, tempat, waktu, layanan pelanggan, dan informasi keputusan pemasaran.

2. Bagian Admin

Laporan, informasi dalam bentuk laporan yang terdiri dari laporan penjualan, tagihan, dan data untuk tiap menu yang dipesan.

3. Bagian Pelanggan dan Konsumen

Promosi, hal ini terdiri dari menu atau layanan pesan antar yang ditawarkan oleh home industry jajanan tradisional pak dicky, harga menu, konfirmasi, kesepakatan, dan kontak yang dapat dihubungi.

C. Analisis Problem

Permasalahan yang terdapat pada home industry jajanan tradisional pak dicky saat ini yaitu pada bagian sistem informasi pemasaran untuk promosi. Bisnis penjualan yang dijalankan oleh home industry jajanan tradisional pak dicky biasanya terdapat musim-musim atau waktu-waktu tertentu yang ramai akan orang yang banyak melakukan pemesanan. Ketika tidak dalam musim atau waktu tersebut tingkat order pada home industry jajanan tradisional pak dicky menurun atau bahkan sepi. Hal inilah yang dirasakan home industry jajanan tradisional pak dicky saat ini. Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa pada bagian pemasaran khususnya untuk promosi tidak dapat berjalan dengan lancar atau berkelanjutan untuk mengisi penurunan bahkan kekosongan order serta tidak adanya pesanan dari reseller untuk saat ini. Selain itu, sistem informasi pemasaran untuk promosi saat ini masih kurang efektif dan efisien dalam meraih peluang untuk mendapatkan order sesuai target saat tiba musim atau waktu orang banyak memiliki hajat.

Adapun kondisi ini disebabkan oleh beberapa hal antara lain:

1. Brosur yang terdapat pada home industry jajanan tradisional pak dicky memiliki beberapa kelemahan, yaitu pembuatan atau pencetakan brosur minimal harus dengan jumlah yang banyak. Ketika brosur belum habis untuk disebar
2. harga yang tertera pada brosur dengan menu sudah tidak sesuai.
3. Rekomendasi dari mulut ke mulut kurang didukung oleh sistem saat ini.

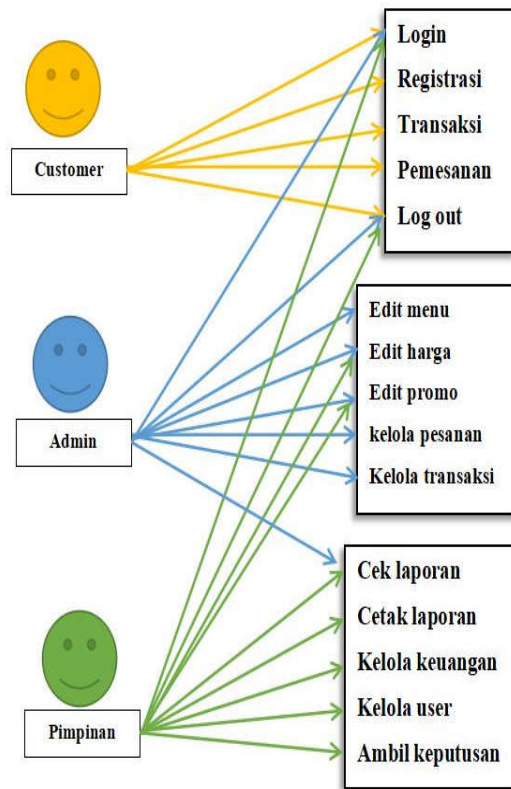
4. Belum ada sumber informasi detail mengenai home industry jajanan tradisional pak dicky yang dapat diberikan kepada prospek pasar oleh pelanggan yang sudah ada dan calon pelanggan baru.
5. Jangkauan pemasaran yang terbatas hanya kepada pelanggan ke pelanggan baru lainnya.

D. Desain Sistem Website

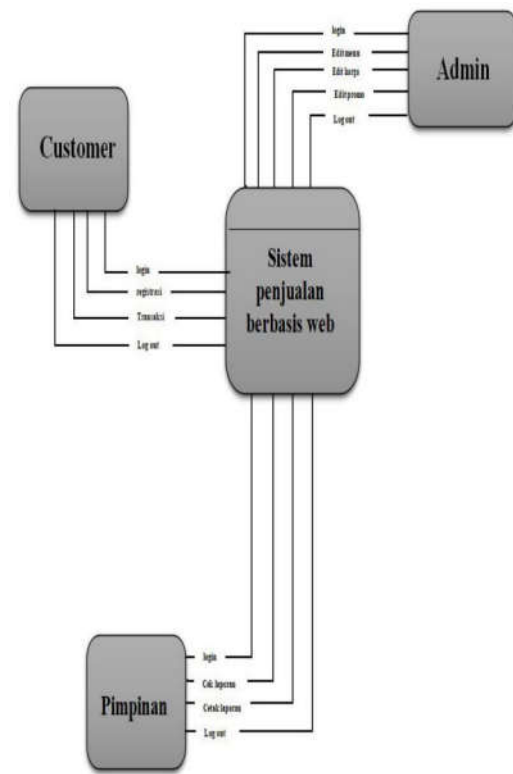
Setelah tahap analisis masalah sistem selesai dilakukan, maka tahap berikutnya yang dilakukan adalah perancangan sistem untuk menggambarkan sistem yang akan dibangun untuk memenuhi kebutuhan pada tahap analisis. Desain sistem ini akan menggambarkan bagaimana sistem beroperasi. Tahap-tahap yang dilakukan dalam perancangan sistem ini disajikan dalam berbagai diagram sebagai berikut:

1. Use Case

Berikut ini akan disajikan gambar Diagram Use Case yang didalamnya terdapat(3)user. Diagram use case mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem yang akan dibuat. Diagram use case digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sebuah sistem dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi-fungsi tersebut. Mengidentifikasi fitur kunci dari sistem. Tanpa fitur ini, sistem tidak akan memenuhi permintaan user/aktor. Setiap use case mengekspresikan goal dari sistem yang harus dicapai. Diberi nama sesuai dengan goal-nya dan digambarkan dengan elips dengan nama di dalamnya. Fokus tetap pada goal bukan bagaimana implementasi walaupun use case berimplikasi pada prosesnya nanti. Setiap use case biasanya memiliki trigger/pemicu yang menyebabkan use case memulai .ada 2 triger pertama triger eksternal, seperti pelanggan memesan.



Gambar 1 diagram use case



Gambar 2 diagram konteks

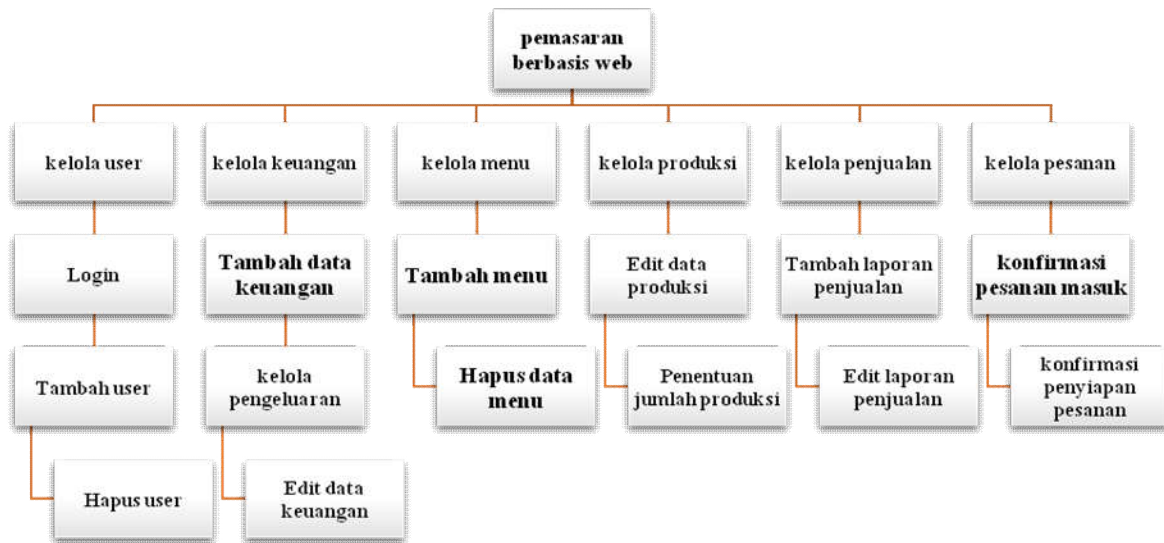
2. Diagram Konteks

Diagram konteks adalah model proses yang digunakan untuk mendokumentasikan lingkup awal sistem. Diagram ini menggambarkan masukan dan keluaran dari sistem yang akan dikembangkan. Diagram konteks adalah diagram yang terdiri dari suatu proses dan menggambarkan ruang lingkup suatu sistem. Diagram konteks merupakan level tertinggi dari DFD yang menggambarkan seluruh input ke dalam sistem atau output dari sistem yang memberi gambaran tentang keseluruhan sistem.

3. Diagram Dekomposisi

Dekomposisi Diagram adalah kegiatan menguraikan sistem kedalam subsistem, proses dan subproses komponennya. Tiap tingkatan abstraksi menampilkan detail lebih banyak atau lebih sedikit (sesuai keinginan) mengenai keseluruhan sistem atau subset sistem tersebut.

Dekomposisi diagram adalah alat yang digunakan untuk menggambarkan dekomposisi sistem, disebut juga bagan hierarki, menunjukkan dekomposisi fungsional top-down dan struktur sistem. Dekomposisi diagram merupakan alat perencanaan untuk model proses yang lebih detail, yaitu diagram aliran data. Diagram Dekomposisi yang diusulkan disajikan di bawah ini.



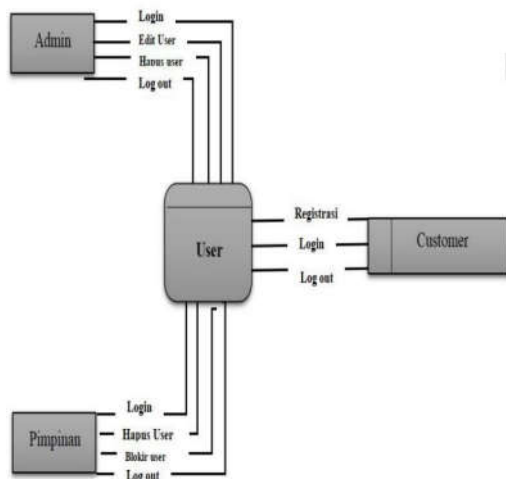
Gambar 3 Diagram Dekomposisi

4. Data Flow Diagram (Logis)

Model Proses Logis ini merupakan penggambaran diagram aliran data yang diusulkan secara logis yang terdapat pada Data Flow Diagram pada Sistem Informasi pemasaran *Home industry* jajanan tradisional Pak Dicky disajikan dibawah ini

a. Diagram Kejadian Logis dari Kelola User

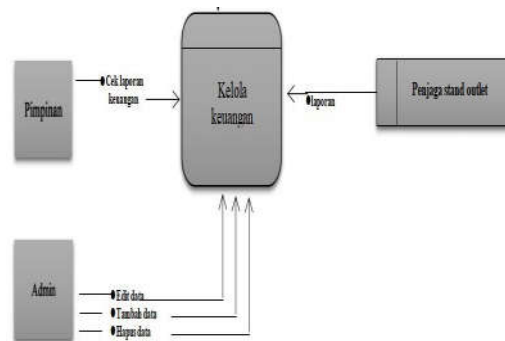
Pada proses kelola user, pengguna mempunyai wewenang sesuai dengan jabatan berdasarkan dari username dan password yang telah diinput atau sudah ada.



Gambar 4 Diagram Logis User

b. Diagram Kejadian Logis dari Kelola Keuangan

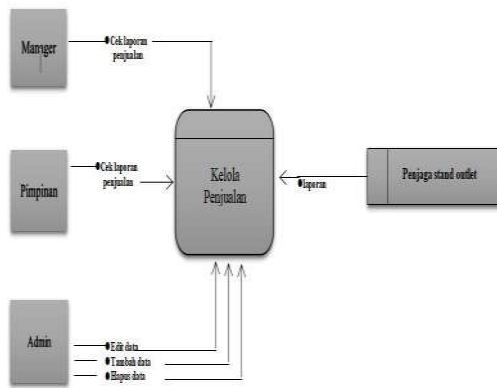
Pada proses kelola keuangan, pengguna dapat melakukan kegiatan tambah data, ubah data, cek laporan, hapus data.



Gambar 5 Diagram Logis keuangan

c. Diagram Kejadian Logis dari Kelola penjualan

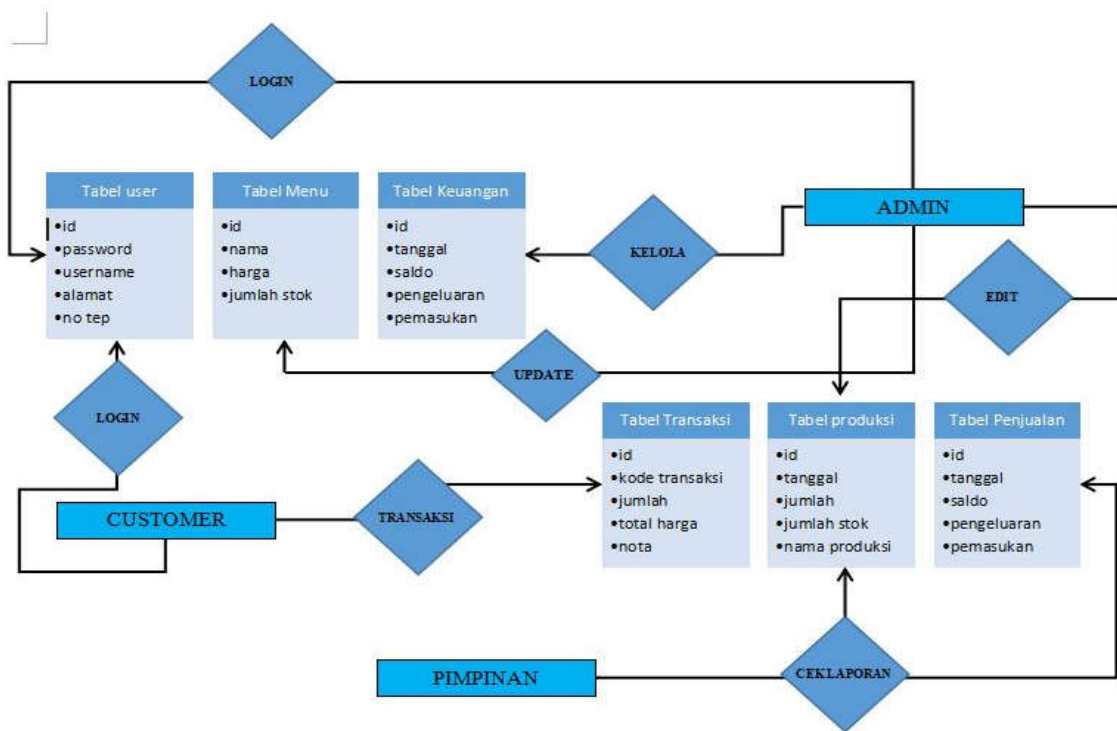
Pada proses kelola penjualan, pengguna dapat melakukan kegiatan tambah data, ubah data, cek laporan, hapus data



Gambar 6 Diagram Logis Penjualan

5. Entity Relationship Diagram (ERD)

Digunakan untuk menggambarkan hubungan antar entitas di dalam suatu sistem akan tetapi ERD tidak menggambarkan proses dan aliran data pada sistem. Berikut ini gambar ERD pada sistem informasi menggunakan website.



Gambar 7 Diagram Relationship

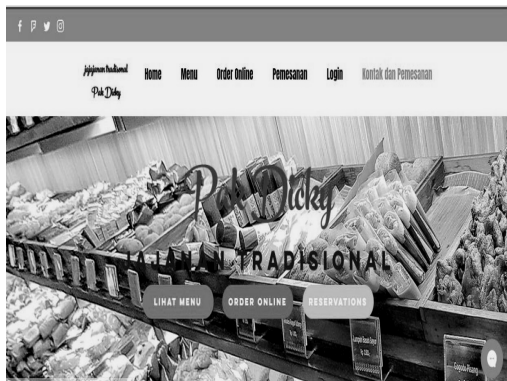
E. Desain Tampilan Website

Setelah tahap desain website masalah sistem selesai dilakukan, maka tahap berikutnya yang dilakukan adalah perancangan tampilan sistem

untuk menggambarkan sistem yang akan dibangun untuk memenuhi kebutuhan pada tahap analisis. Desain tampilan sistem ini akan menggambarkan bagaimana tampilan sistem website beroperasi.

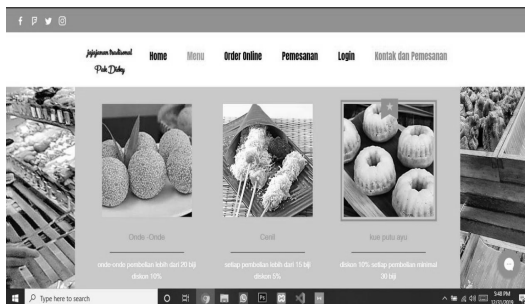
1. Halaman Utama

Halaman utama ini adalah tampilan pertama yang akan terlihat ketika pengunjung website membuka alamat website Home Industry jajanan tradisional Pak Dicky. Di halaman utama ini pengunjung website bisa mengakses beberapa menu seperti Home, menu, order online, pemesanan, dan kontak yang bisa dihubungi ketika hendak memesan.



2. Halaman Menu

Di halaman ini pengunjung website dapat mengakses menu yang tersedia pada Home Industry jajanan tradisional pak Dicky serta pengunjung dapat melihat menu dan promo yang tersedia pada minggu ini, promo ini termasuk sebagian dari strategi pemasaran yang digunakan oleh Home Industry jajanan tradisional Pak Dicky.



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa

kesimpulan diantaranya adalah:

1. Home Industry Jajanan Tradisional Pak Dicky memiliki model sistem informasi pemasaran tersendiri, untuk menjalankan fungsi bisnis pemasaran. Home Industry Jajanan Tradisional Pak Dicky memulai aktivitas pemasaran dari mengumpulkan informasi mengenai pasar untuk menjalankan model pemasaran konvensional dimana database dan teknologi informasi belum dimanfaatkan sepenuhnya.
2. Model sistem informasi yang diterapkan saat ini tidak dapat berjalan dengan lancar ketika tingkat penjualan atau order menurun yang disebabkan oleh tidak adanya kontrak dengan perusahaan. Home Industry Jajanan Tradisional Pak Dicky memerlukan pengembangan sistem informasi pemasaran guna melancarkan pemasaran yang tersendat ketika mengalami kondisi seperti ini.
3. Desain pengembangan sistem informasi pemasaran untuk promosi berbasis Web pada Home Industry Jajanan Tradisional Pak Dicky dapat diimplementasikan sebagai usaha untuk mengatasi permasalahan dan meraih peluang untuk mengembangkan bisnis yang telah dirintis dari awal. Melalui pengembangan sistem ini nantinya aktivitas pemasaran dapat berjalan lebih efektif dan efisien untuk memudahkan bagian pemasaran atau manager dalam menawarkan berbagai pilihan menu dan harga sehingga kontinuitas pemasaran berjalan dengan lancar untuk mencapai tujuan yang diinginkan

DAFTAR RUJUKAN

1. Dennis, A., Wixom, B. H., & Roth, R. M. 2012. System Analysis and Design (5th ed.). Hoboken, USA: John Wiley & Sons.

2. Kusyawatno, L., 2006. Mahir dan Terampil Berkomputer. Grafindo
3. Laudon, K. C., & Laudon, J. P. 2012. Management Information Systems (12th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
4. William D. Perrault, J., Cannon, J. P., & McCarthy, E. J. 2014. Basic Marketing (19th ed.). New York: McGraw-Hill.
5. Kootler Philip, Keller L. Kevin, 2006, Marketing Management 12th edition, Upper Saddle River, New Jersey, Prentice-Hall, Inc.
6. Abryandoko, EW. 2019. "Studi Penerepan Value Stream Mapping Untuk Mengurangi Pemborosan Pada Proses Suplay Chain". Solo : Seminar Nasional IENACO

