

Web-based Product Marketing Information System for MSMEs Tanggulagin Wallet and Bag Manufacturers

Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis Web Pada UMKM Pengerajin Dompot dan Tas Tanggulagin

Enda Nuriya Dewi, Sumarno
{endanuriya04@gmail.com, sumarno@umsida.ac.id}

Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstract. *The existence of MSMEs has an influence on improving people's welfare which can provide many business opportunities for the community. However, MSMEs currently have weaknesses in marketing their products, moreover they are still carrying out a manual marketing strategy using the method of making brochures, pamphlets and promoting their products in several stores. At the present time it is not easy to do marketing, the lack of the role of internet technology which can hinder MSMEs in terms of marketing their products. So that the business can develop and get maximum results, of course the role of internet technology is also very important for MSMEs in developing their business products. One way is to build an information system with PHP and MySQL programming as database storage. The end result of this research is the advantage of an information system that is useful for the long term with the aim of facilitating online marketing and sales to be able to expand market reach.*

Keywords - Business Opportunities; Internet Technology; Marketing Strategy; MSMEs; PHP and MySQL Programming

Abstrak. *Keberadaan UMKM mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dapat memberikan banyak peluang usaha bagi masyarakat. Namun UMKM Saat ini memiliki kelemahan dalam memasarkan produknya apalagi masih melakukan strategi pemasaran manual dengan metode pembuatan brosur, pamflet dan mempromosikan produk mereka di beberapa toko. Di masa sekarang ini belum terbilang mudah dalam melakukan pemasaran, kurangnya peranan teknologi internet yang dapat menghambat UMKM dalam hal pemasaran produknya. Agar bisnis yang dilakukan dapat berkembang dan mendapatkan hasil yang maksimal tentu peranan teknologi internet juga sangat penting bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan produk usahanya. Salah satu cara yaitu membangun sistem informasi dengan pemrograman PHP dan Mysql sebagai Penyimpanan Database. Hasil akhir dari penelitian ini adalah keuntungan dari sistem informasi yang berguna untuk jangka panjang dengan tujuan mempermudah pemasaran dan penjualan secara online untuk dapat memperluas jangkauan pasar.*

Kata Kunci – Peluang Bisnis; Teknologi Internet; Strategi Pemasaran; UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah); Pemrograman PHP dan MySQL

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha milik perorangan atau badan usaha yang mempunyai peranan penting dalam memperkuat perekonomian suatu daerah ataupun negara, karena mempunyai pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dapat memberikan banyak peluang usaha bagi masyarakat pengangguran dan dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka.[1]

Pengerajin Dompot dan Tas Tanggulagin merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang bergerak di bidang industri manufaktur yang menjual beberapa produk seperti Dompot dan Tas berbahan kulit. Tahun 2021 UMKM di Indonesia mengalami dampak buruk yang disebabkan oleh Covid-19, hal ini pemerintah membuat Pembatasan Kegiatan Masyarakat, sehingga sektor perekonomian mengalami penurunan yang mengakibatkan pelaku usaha sangat sulit untuk dapat menjual produk yang dibuat. Tentu Hal ini menjadi tantangan bagi UMKM untuk bertahan hidup ditengah wabah yang terjadi. [2]

Kelemahan pada UMKM yaitu dalam pemasaran dimana pelaku usaha masih melakukan strategi pemasaran manual.[3] Kurangnya peranan teknologi internet yang dapat menghambat UMKM dalam hal pemasaran, sehingga peranan teknologi internet sangat penting bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan produk usahanya. Sistem informasi pemasaran sebagai bagian pemasaran dengan menyediakan banyak berbagai informasi untuk menunjang kebutuhan pemasaran.[4] Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu akan berimbas di dunia pemasaran. Trend pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online).[5] Oleh karena itu diperlukan adanya pengelolaan yang baik agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dan mampu bersaing dengan para pelaku usaha lainnya. [6]

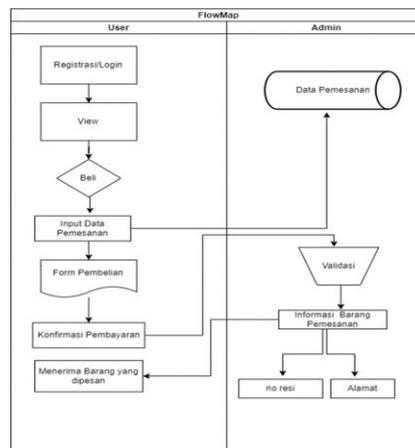
Pemanfaatan media digital, pelaku usaha bisa memangkas biaya dalam membangun UMKM miliknya, dalam arti UMKM tidak perlu membangun sebuah outlet fisik sebagai tempatnya untuk mempromosikan barang atau jasa, bahkan tidak diperlukan lagi membuat banner, dalam pemasarannya dapat dilakukan dengan media digital seperti website.[7] E-Commerce merupakan konsep bisnis yang cukup berkembang, sistem ini dapat menguntungkan banyak pihak yang terlibat, selain tidak banyak modal dengan itu tercetus penjualan jarak jauh yang bisa dikirim keseluruhan penjuru daerah.[8] Melalui website juga tidak hanya di lingkup tertentu tetapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi, namun pemanfaatan media website belum secara merata dapat dirasakan pelaku usaha.[9]

II. METODE

Untuk mendapatkan informasi dan data penunjang serta teori dalam pengembangan sistem informasi pemasaran. Penulis perlu melakukan beberapa tahap penelitian sebagai berikut :

1. Tahap Pengumpulan Data melalui :
 - a. Wawancara, metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara terstruktur dengantujuan memperoleh informasi secara luas mengenai objek penelitian.[10]
 - b. Observasi, metode pengumpulan data yang diperoleh dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis dan terarah pada objek penelitian.
 - c. Dokumentasi, pengambilan data informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, gambar yangberupa laporan yang dapat dijadikan sebagai acuan. [11]
 - d. Studi pustaka, kegiatan mengumpulkan informasi atau data dari sumber yang relevan terkaitdengan topik peneliti.[12]
2. Tahap Perancangan Sistem merupakan tahapan awal dalam peneliti membangun sebuah website. Perancangan sistem ini dibangun berdasarkan studi kasus terkait dengan kebutuhan pengguna (user) akan sistem yang dibuat dalam perencanaan sistem perangkat lunak.

- a. Flowmap Sistem Usaha



Gambar 1. Flowmap Usaha

Dari flowmap diatas pelanggan tidak langsung datang dan bertanya ke penjual melainkan melakukan login atau registrasi. Jika (ya) user masuk ke menu beranda dan memilih produk mana yang akan dibeli. Jika (ya) langsung menuju halaman pembayaran, setelah itu pelanggan bisa melihat informasi barang yang dipesan dari mulai melihat nomor resi dan alamatnya.

b. Diagram Konteks



Gambar 2. Diagram Konteks

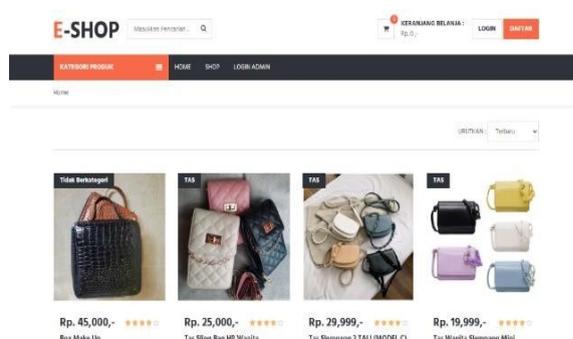
Dari bagan diagram konteks diatas, pembeli melakukan pemesanan barang, kemudian sistem mengirim ke admin laporan pemesanan setelah itu admin acc laporan dengan mengirimkan bukti pemesanan kepada pelanggan.

3. Tahap Perancangan Struktur Tabel Database.
4. Tahap Perancangan User Interface, untuk memberikan gambaran mengenai aplikasi yang akan dibangun, Proses desain perancangan antarmuka harus di sesuaikan kebutuhan pengguna dengan fungsional dan elemen website.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

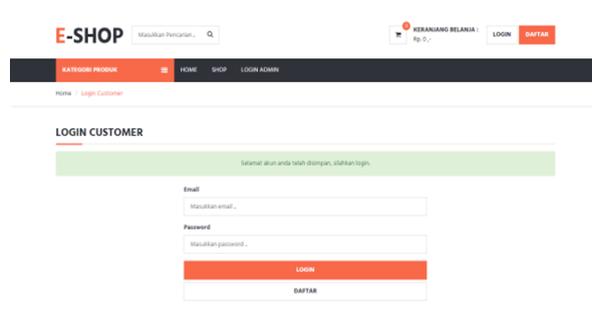
A. Hasil penelitian sistem

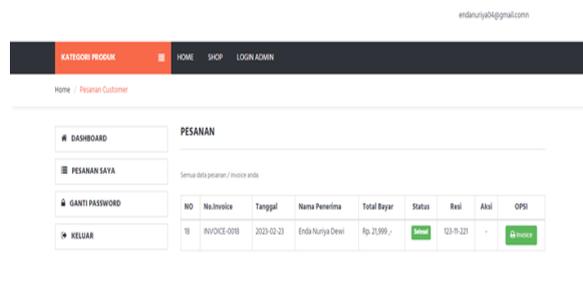
Berdasarkan hasil penelitian sistem dan interface didapatkan hasil berupa Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis Web Pada UMKM Pengerajin Dompot dan Tas Tanggulangin yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Setelah tahap perancangan sistem dan desain interface aplikasi sistem tahap selanjutnya adalah tahap implementasi. Berikut merupakan tampilan dari halaman serta menu yang ada sebagai berikut.



Gambar 3. Halaman Utama Website

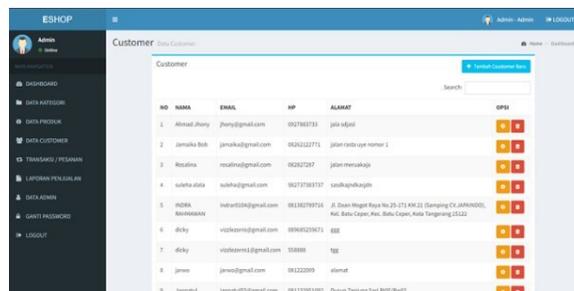
Pada saat pertama kali user mengakses atau membuka web pada halaman depan akan muncul tampilan yang berisi gambar produk, kategori produk, Login, keranjang belanja dan informasi kontak website tersebut.





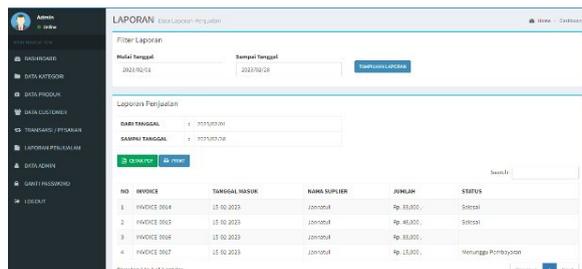
Gambar 9. Halaman Pesanan Selesai

Tahap terakhir pada halaman ini, user telah menerima barang yang telah dipesan melalui website tersebut.



Gambar 10. Halaman Data Customer

Halaman Data Customer merupakan halaman yang menampilkan User atau customer yang sudah daftar di halaman register.



Gambar 11. Halaman Data Laporan Penjualan

Halaman Data Laporan Penjualan, berisikan data yang akurat mengenai jumlah produk yang terjual dan juga sebagai pengukur kemajuan penjualan.

B. Hasil pengujian blackbox testing

Black-Box Testing, pengujian sistem merupakan unsur yang paling penting dalam proses rekayasa perangkat lunak. Adapun pengujian Black-Box Testing merupakan pengujian yang berfokus pada spesifikasi fungsional dari perangkat lunak tanpa menguji desain dan kode program [13] memusat pada spesifikasi fungsional perangkat lunak.

Tabel 1. Pengujian Blackbox Testing

No	Pengujian	Test Case	Harapan	Hasil
1.	Login	Username atau Password benar	Masuk ke halaman utama	benar
		Username atau Password salah	Tetap pada halaman login	benar
2.	Logout	Keluar dari sistem	Keluar dari sistem dan menuju halaman login	benar
3.	Dashboard	Lihat data user/customer	Dapat beralih ke halaman user	benar
4.	Data Admin			

Kategori	Admin menambahkan kategori	Menampilkan kategori baru	benar
	Admin menekan menu edit atau hapus	Menampilkan form untuk merubah atau menghapus data kategori	benar
Produk	Admin menekan tambah produk, masukkan nama produk, kategori, harga, keterangan, berat, jumlah stok, gambar.	Menampilkan Form mengisi data produk untuk di simpan oleh admin	benar
	Admin menekan menu edit atau hapus	Menampilkan form untuk merubah atau menghapus data produk	benar
Customer	Admin menekan tambah customer	Menampilkan form untuk menambah data customer baru	benar
	Admin menekan menu edit atau menghapus	Menampilkan form untuk mengubah data atau menghapus customer	benar

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji coba dan implementasi Sistem Informasi Pemasaran Produk Berbasis Web Pada UMKM Pengerajin Dompot Dan Tas Tanggulangin yaitu sistem informasi pemasaran online ini dibuat untuk mempermudah dalam penyampaian informasi produk terbaru dan mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian atau pembayaran tanpa harus datang ke toko. Dengan menggunakan sistem yang sudah dibuat, dapat mengurangi munculnya data produk yang sama pada saat produk di pasarkan. Sistem informasi berbasis web ini bisa di akses kapan saja dan dimana saja dengan menggunakan sistem informasi pemasaran berbasis web, Admin dapat menyimpan data laporan penjualan lebih aman melalui media penyimpanan data yang lebih terjamin dalam database sistem.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih kepada owner pengrajin dompet dan tas yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan penelitian di Ketegan Tanggulangin Sidoarjo dan telah menerima dengan baik sistem yang saya buat. Terima Kasih juga kepada Bapak Sumarno sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan masukan pada penulisan artikel ini. Serta terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan terkait penelitian yang dilakukan.

REFERENSI

- [1] A. M. Irfanudin, D. Sunardi, R. Sari, I. Imbron, and N. Nariah, "Peran Seo Dalam Meningkatkan Reliabilitas Pemasaran Produk Via Media Online Pada Forum Muslimah Depok," *Dedik. Pkm*, vol. 1, no. 1, p. 21, 2020, doi: 10.32493/dedikasipkm.v1i1.6044.
- [2] H. ; W. Wijoyo, "Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Era Pandemi Covid-19," *Snapshot Semin. Nas. Kahuripan*, pp. 9–13, 2020.
- [3] J. S. Irsandi, I. Fitri, and N. D. Nathasia, "Sistem Informasi Pemasaran dengan Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Website menggunakan Metode Waterfall dan Agile," *J. JTik (Jurnal Teknol. Inf. dan Komunikasi)*, vol. 5, no. 4, p. 346, 2020, doi: 10.35870/jtik.v5i4.192.
- [4] M. K. Taufani, Riyadi, and R. Y. Dewantara, "Analisis Dan Desain Sistem Informasi Pemasaran (Studi Pada Sistem Informasi Pemasaran Untuk Promosi Cv. Intan Catering)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 38, no. 2, pp. 1–10, 2016.
- [5] P. ES, Rahmi, and Sandy Aditya, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit," *J. Pemberdaya. Masy. Madani*, vol. 1, no. 1, pp. 1–17, 2017.

- [6] I. D. Utama, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung," *Equilib. J. Ilm. Ekon. dan Pembelajarannya*, vol. 7, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.25273/equilibrium.v7i1.3829.
- [7] N. Dimas, I. Dewi, Z. Latiefa, A. Rosanto, and S. Amin, "Perancangan Website sebagai Media Digital Marketing untuk Mendorong Pemasaran UMKM," *J. Bina Desa*, vol. 3, no. 3, pp. 176–180, 2021, [Online]. Available: <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jurnalbinadesa>.
- [8] S. Santoso, I. A. Sitanggang, and G. Melisa, "Perancangan Website E-Commerce Ineed.Id," *J. Tek. Inform.*, vol. 14, no. 1, pp. 19–23, 2022, [Online]. Available: <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/informatika/article/view/1915>.
- [9] L. Indrayani, F. Awopi, and S. Zabir, "Sistem Informasi Pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) Berbasis Website," *Dinamis*, vol. 17, no. 1, pp. 111–116, 2020, [Online]. Available: <http://ojs.ustj.ac.id/dinamis/article/view/703>.
- [10] S. Dewi, L. Laudeciska, A. Figa, A. Auliani, D. V. Marbun, and W. Dwiyantri, "Perancangan Sistem Informasi Berbasis Website Pada Umkm Jaya Punggur," *Pros. Natl. Conf. Community Serv. Proj.*, vol. 3, no. 1, pp. 841–848, 2021.
- [11] Mukhsin, "Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm)," *Teknokom*, vol. 2, no. 1, pp. 1–10, 2019, doi: 10.31943/teknokom.v2i1.25.
- [12] P. M. Simanullang, "Pengaruh Perangkat Keras Komputer Dalam Sistem Informasi Manajemen," p. 10.
- [13] E. Prasetyo, "Rancang Bangun Sistem Informasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Rahmanyah Kabupaten Musi Banyuasin Berbasis Website," *J. Inform.*, vol. 1, no. 2, pp. 19–30, 2015.