



SISTEM INFORMASI PEMASARAN PRODUK USAHA KECIL MENENGAH BERBASIS WEB PADA GALERI UKM SOPPENG

Wahyudi Akbar Pratama¹, Rita Rahayu²

*Sistem Informasi, STMIK Lamappapoleonro Soppeng
e-mail : wahyudiap@gmail.com¹, rita.rahayu@gmail.com*

Abstrak

Sistem pemasaran produk pada Galeri UKM Soppeng masih berupa pemasaran melalui pamphlet maupun promosi dari mulut kemulut, sehingga produk pada Galeri UKM kurang dikenal dimasyarakat. Untuk mendapatkan informasi mengenai produk dengan cepat serta meningkatkan kemampuan bersaing pihak Galeri UKM Soppeng harus memanfaatkan sistem informasi pemasaran berbasis web yang mudah diakses dan menjangkau target pasar yang lebih luas serta dapat meningkatkan pelayanan pada pelanggan. Metode pengembangan sistem yang digunakan yaitu SDLC serta pemrograman bwebasis web. Penerapan sistem berbasis web pada Galeri UKM Soppeng meningkatkan jangkauan pemasaran dan penjualan.

Kata Kunci : Sistem, Informasi, Pemasaran, Produk.

Abstract

The product marketing system at the Soppeng UKM Gallery is still in the form of marketing through pamphlets and promotion from mouth to mouth, so that products in the UKM Gallery are not well known in the community. To get information about products quickly and increase competitiveness, Soppeng UKM Gallery must utilize a web-based marketing information system that is easily accessible and reaches a wider target market and can improve customer service. The system development method used is SDLC and bwebasis web programming. The application of a web-based system at the Soppeng UKM Gallery increases the reach of marketing and sales.

Keywords: System, Information, Marketing, Products.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan teknologi khususnya dalam teknologi informasi sudah semakin maju, sehingga lalu lintas informasi dapat berlangsung dengan sangat cepat. Dengan semakin majunya teknologi saat ini, tentunya membuat setiap pengguna ingin memanfaatkan dan mengembangkan teknologi informasi. Dengan adanya keinginan tersebut, maka setiap orang, perusahaan, organisasi, serta lembaga pendidikan dari berbagai macam jenjang terdorong untuk memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pendukung segala aktivitas bisnis mereka. Apalagi dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis saat ini, tentunya perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan suatu nilai tambah atau keunggulan dibanding kompetitornya baik itu melalui kerjasama maupun kompetisi.

Kerjasama dan kompetisi dapat terjadi dalam dunia bisnis nyata baik dalam kaitannya dengan dunia teknologi informasi maupun hanya seputar dunia bisnis. Jika suatu perusahaan ingin bertahan dan berkembang maka perusahaan tersebut harus memikirkan peranan teknologi informasi dalam bisnisnya. Salah satu bentuk dari teknologi informasi yang dapat mendukung aktivitas bisnis dan menciptakan keunggulan adalah internet.



Internet adalah sebuah teknologi informasi yang memiliki jangkauan global dimana dalam penggunaannya internet sangat mudah digunakan khususnya untuk mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan. Internet sudah menjadi *trend* dikalangan masyarakat sehingga pengusaha berlomba-lomba untuk menerapkan internet dalam mengembangkan usahanya. Melalui internet para pengusaha dapat memasarkan produk dari perusahaan, sehingga dapat lebih meningkatkan pendapatan.

Pemasaran merupakan suatu aspek yang dianggap penting dalam menjalankan dan mempertahankan bisnis. Tujuan pemasaran adalah memuaskan kebutuhan pembeli, sehingga kegiatan menjual dapat berjalan dengan lancar. Kunci untuk mencapai sasaran perusahaan tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemenuhan kepuasan yang diinginkan konsumen secara lebih baik dari yang dilakukan para pesaing. Oleh karena itu setiap perusahaan berupaya untuk mengembangkan strategi pemasaran agar dapat bertahan dan bersaing.

Galeri Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah sebuah Unit Kerja yang dikelola oleh Dewan Kerajinan Nasional Indobesia (Dekranasda) yang bertujuan untuk memasarkan serta menjual berbagai macam produk. Galeri UKM Soppeng terletak di Jalan Pemuda Watansoppeng, Sulawesi Selatan dan merupakan pusat penjualan oleh-oleh khas daerah di Bumi Latemmamala. Galeri UKM Soppeng juga menyediakan berbagai macam kue khas Soppeng di antaranya Kacang sembunyi, Kacipo, Baruasa, Krupuk Jintang, Bangket Kelapa, Kue Jipang, Kue putu, Kripik pisang, Kue Nennu-nennu, Bolu, Langgoseng. Produk pada Galeri UKM merupakan asli dari daerah Soppeng termasuk kerajinan serta makanan khas di Kabupaten Soppeng.

Produk yang dipasarkan pada Galeri UKM merupakan produk lokal, dengan kualitas dan cita rasa yang khas, dan sangat layak untuk dikembangkan karena mempunyai potensi pasar yang menjanjikan. Keberadaan Galeri UKM ini juga dapat mendorong produk unggulan masyarakat untuk dapat di promosikan ke pihak pengusaha dan wisatawan, Sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat di Kabupaten Soppeng. Namun sistem pemasaran produk pada Galeri UKM Soppeng masih berupa pemasaran melalui pamphlet maupun promosi dari mulut kemulut, sehingga produk pada Galeri UKM kurang dikenal dimasyarakat. Untuk itu dalam memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi mengenai produk dengan cepat serta meningkatkan kemampuan bersaing pihak Galeri UKM Soppeng harus mengikuti perkembangan teknologi informasi yang semakin maju dalam dunia bisnis yaitu dengan memanfaatkan sistem informasi pemasaran berbasis web yang mudah diakses dan menjangkau target pasar yang lebih luas serta dapat meningkatkan pelayanan pada pelanggan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan analisa dari latar belakang penelitian maka dapat disimpulkan rumusan permasalahan dari penelitian, yaitu :

1. Bagaimana menganalisa sistem pemasaran produk usaha kecil menengah pada Galeri UKM Soppeng?
2. Bagaimana merancang sistem informasi pemasaran produk usaha kecil menengah berbasis web pada Galeri UKM Soppeng?
3. Bagaimana mengimplementasikan sistem informasi pemasaran produk usaha kecil menengah berbasis web pada Galeri UKM Soppeng?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa sistem pemasaran produk usaha kecil menengah pada Galeri UKM Soppeng?
2. Untuk merancang sistem informasi pemasaran produk usaha kecil menengah berbasis web pada Galeri UKM Soppeng?
3. Untuk mengimplementasikan sistem informasi pemasaran produk usaha kecil menengah berbasis web pada Galeri UKM Soppeng?



1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat yaitu :

1. Dapat membantu Galeri UKM Soppeng dalam menjalankan usaha, serta mempermudah dalam proses pemasaran dan penjualan.
2. Dapat memberi kontribusi dalam penyediaan informasi tentang ketersediaan barang yang dipasarkan.
3. Memperkaya wawasan peneliti dalam hal bagaimana menganalisa dan merancang sebuah sistem informasi.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Sistem Informasi

Sistem informasi adalah kumpulan dari berbagai komponen atau subsistem baik fisik ataupun nonfisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai suatu tujuan tertentu, yaitu mengolah data menjadi informasi. Menurut Jogiyanto (2005:11) "Sistem informasi adalah suatu sistem didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan".

Kesimpulan dari definisi sistem informasi adalah komponen yang saling berhubungan dan bekerjasama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan dan menyebarkan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, pengendalian dan untuk memberikan gambaran aktivitas di dalam perusahaan.

2.2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Adapun pengertian pemasaran menurut pendapat ahli yaitu:

Menurut Kotler (2005:10) "Pemasaran adalah proses sosial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain". Menurut Daryanto (2011:1) "Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain". Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab tentang kepuasan produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitas perusahaan, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba. Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang terlibat didalamnya. Cara dan falsafah baru ini disebut konsep pemasaran (marketing concept).

2.3. UKM (Usaha Kecil menengah)

UKM (Usaha Kecil dan Menengah) adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 menyebutkan bahwa Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.



3. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengumpulan Data

Metode analisis dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan pengumpulan data penelitian yaitu melalui teknik :

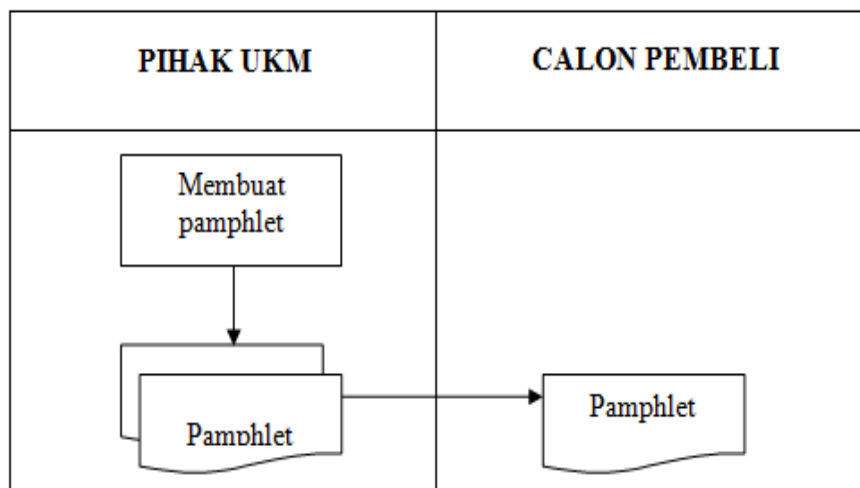
- Metode wawancara, yaitu mewawancarai pemilik bagian pengolahan data UKM Soppeng.
- Observasi, yaitu pengamatan langsung peneliti terhadap kegiatan pengolahan data Galeri UKM Soppeng.
- Studi pustaka, berupa mempelajari referensi, literatur, buku-buku yang berhubungan dengan semua hal berkaitan dengan judul penelitian.

3.2. Metode Pengembangan Sistem

Dalam penelitian ini menggunakan metode yang mengadaptasi metode System Development Life Cycle (SDLC) untuk tahap – tahap dalam pengerjaan skripsi dari awal sampai selesai. SDLC adalah tahapan-tahapan pekerjaan yang dilakukan oleh analis sistem dan programmer dalam membangun sistem informasi. Menurut ahli System Development Life Cycle (SDLC) adalah pendekatan bertahap untuk melakukan analisa dan membangun rancangan sistem dengan menggunakan siklus yang spesifik terhadap kegiatan pengguna. Berdasarkan pada penjelasan diatas maka sdlc dapat disimpulkan sebagai. Sebuah siklus untuk membangun sistem dan memberikannya kepada pengguna melalui tahapan perencanaan, analisa, perancangan dan implementasi dengan cara memahami dan menyeleksi keadaan dan proses yang dilakukan pengguna untuk dapat mendukung kebutuhan pengguna.

3.3. Analisis Sistem Lama

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya, Galeri UKM Soppeng adalah sebuah unit kerja yang bertujuan untuk memasarkan dan menjual berbagai macam produk khas Soppeng. Akan tetapi masih banyak permasalahan yang dihadapi khususnya dalam memasarkan produk yang dihasilkan oleh Galeri UKM Soppeng. Salah satu contohnya adalah tidak adanya fasilitas yang memberikan informasi kepada calon pembeli bahwa Galeri UKM Soppeng menjual produk yang dapat dipesan sesuai kebutuhan calon pembeli. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis akan membuat sebuah web pemasaran online. Dengan adanya web pemasaran online ini diharapkan mampu memperlancar semua proses pemasaran:

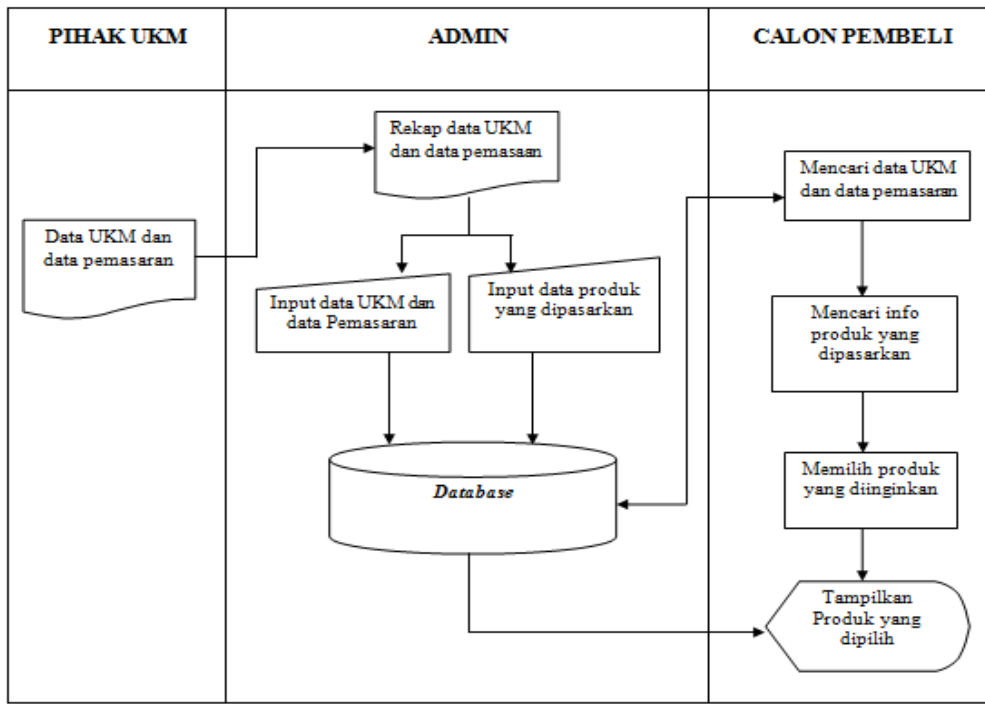


Gambar 3.1 :Diagram *Flowchart* Sistem Lama



3.4. Rancangan Sistem Yang Diusulkan

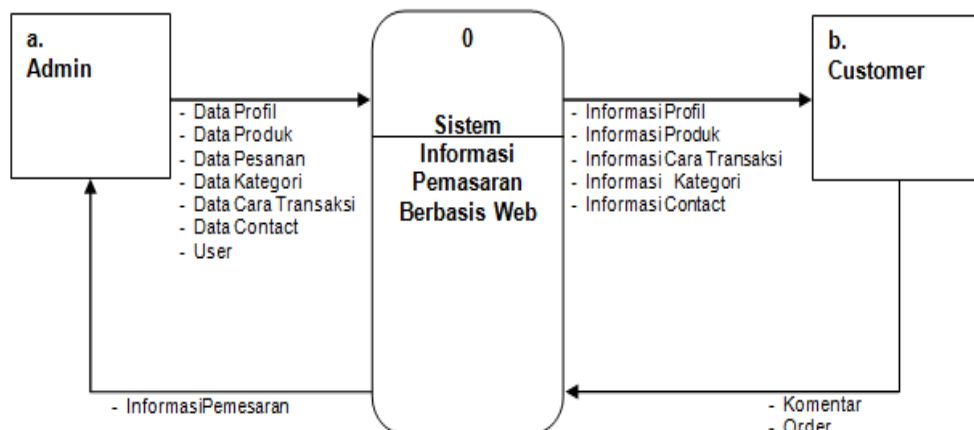
Analisis sistem merupakan bagian yang paling penting, karena apabila terjadi kesalahan pada bagian ini maka akan mengakibatkan kesalahan pada bagian selanjutnya. Dengan melakukan analisis sistem, maka kelebihan dan kekurangan pada sistem dapat diketahui dengan jelas, sehingga kesalahan-kesalahan pada sistem tersebut dapat diperbaiki.



Gambar 3.2 : Diagram *Flowchart* Sistem yang diusulkan

3.4.1. Diagram Konteks

Diagram konteks merupakan garis besar dari komponen-komponen suatu rancangan sistem secara keseluruhan yang dapat dilihat secara langsung dari sistem tersebut. Dengan ini memperlihatkan sistem informasi sebagai proses. Proses ini dihubungkan dengan entitas luar melalui aliran data dan informasi yang dihasilkan.

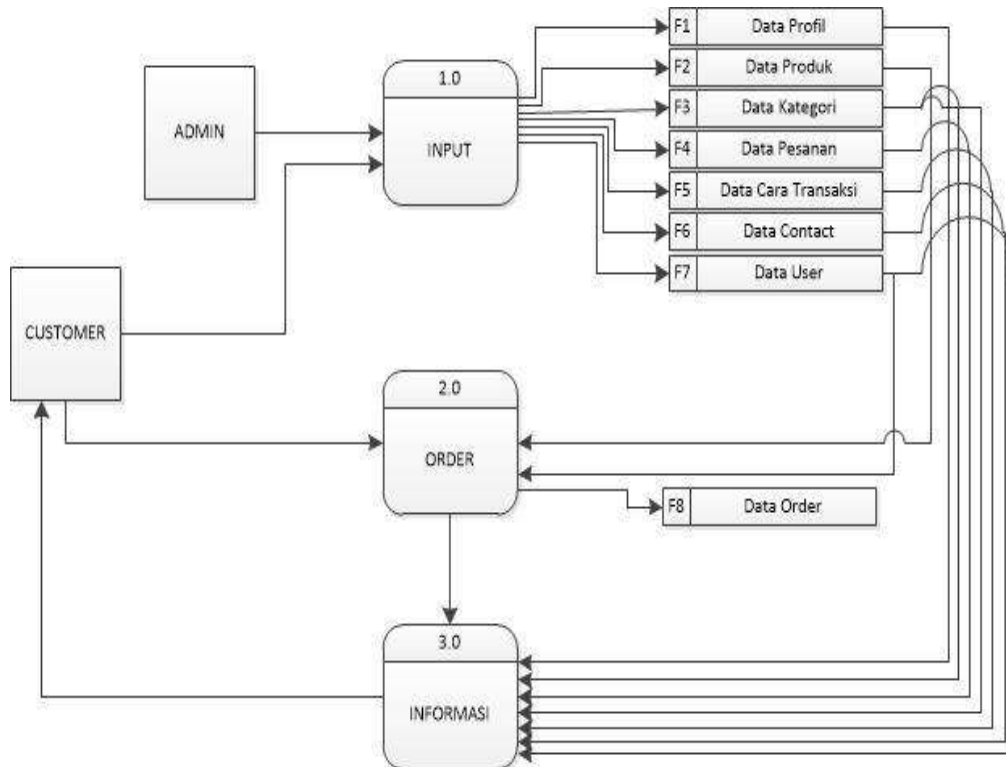


Gambar 3.3 : Diagram Konteks Sistem.



3.4.2. Diagram Level

Diagram Level merupakan penjelasan secara efektif dari diagram konteks menampilkan data-data lebih mendetail, yang intinya menjelaskan secara terinci dari diagram konteks.

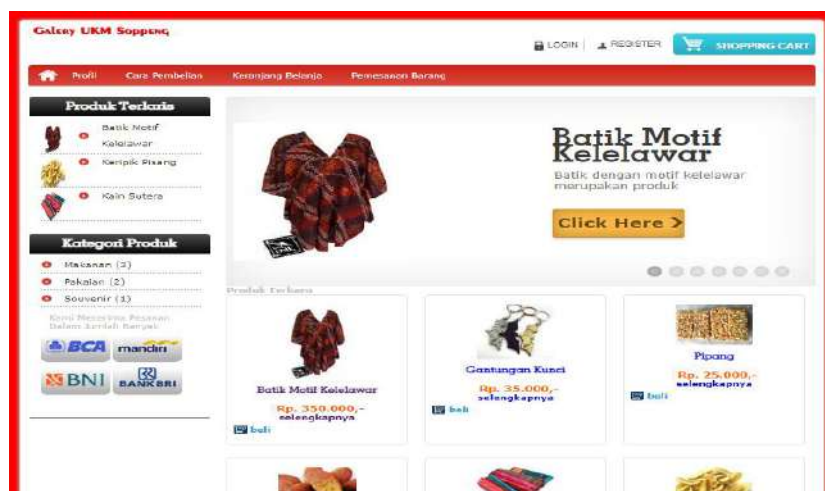


Gambar 3.3 : Diagram Level.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Implementasi Aplikasi

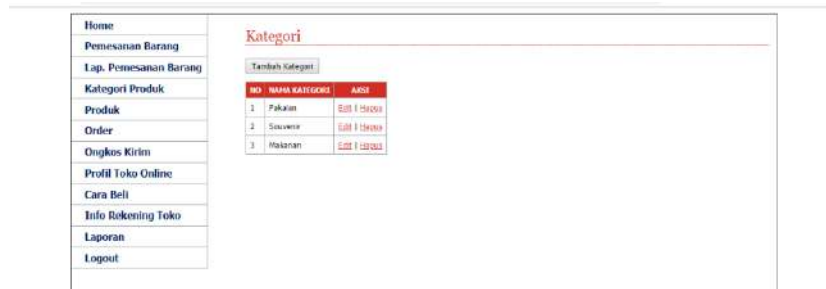
4.1.1. Tampilan halaman utama



Gambar 4.1 : Tampilan Halaman Utama

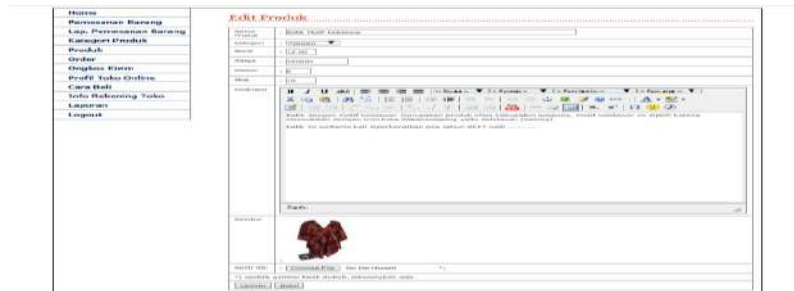


4.1.2. Tampilan Data Kategori



Gambar 4.2 : Tampilan Data Kategori

4.1.3. Tampilan Input Produk

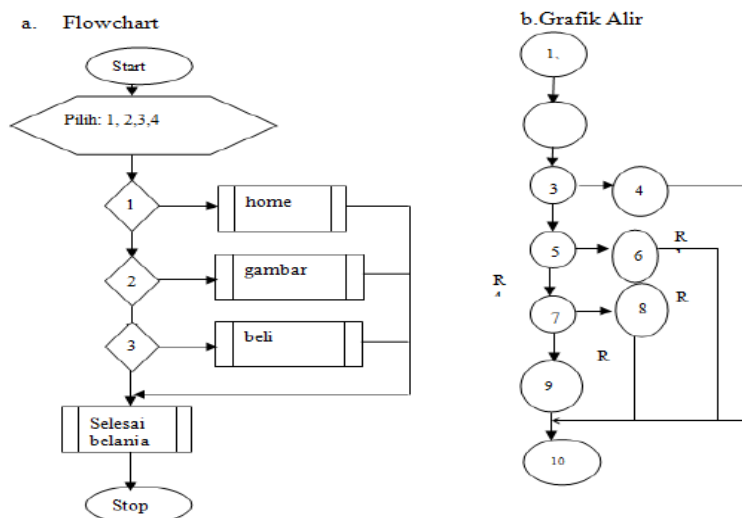


Gambar 4.3 : Tampilan Input Produk

4.2. Pengujian Sistem

Pengujian *white-box* bisa dilakukan dengan pengujian *basis path*, metode ini merupakan salah satu teknik pengujian struktur kontrol untuk menjamin semua statemen dalam setiap jalur independen program dieksekusi minimal 1 kali. Perhitungan jalur independen dapat dilakukan melalui metrik *Cyclomatic Complexity*. Sebelum menghitung nilai *Cyclomatic Complexity*, harus diterjemahkan jenis prosedural ke grafik alir, kemudian dibuat *flow graphnya*.

Pengujian sistem diperoleh dari pembuatan *flowgraph* berdasarkan rumus pemetaan *flowchart* kedalam *flowgraph* dan proses perhitungan $V(G)$ tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.3 : Pengujian Menu Utama



$$\begin{aligned} \text{Diketahui : } N &= 10, E = 11, R = 4 \\ CC &= E - N + 2 = 12 - 10 + 2 = 3 \end{aligned}$$

$$V(G) = P + 1 = 3 + 1 = 4$$

Sehingga diperoleh 4 jalur (*path*), yaitu :

- a. Jalur 1 : 1-10
- b. Jalur 2 : 1-2-3-4-10
- c. Jalur 3 : 1-2-3-5-6-10
- d. Jalur 3 : 1-2-3-5-7-8-10

Dengan jumlah region (R), kompleksitas siklomatis CC dan jalur yang didapatkan adalah sama yaitu 4, maka dapat disimpulkan bahwa logika program telah benar, sehingga dalam pengoperasiannya sesuai dengan keinginan pengguna system

5. KESIMPULAN

Sistem informasi pemasaran berbasis web pada galeri UKM Soppeng di Kota Watansoppeng ini merupakan suatu solusi alternative dalam menangani berbagai masalah yang ada dalam proses pemasaran. Selain itu perancangan aplikasi ini bisa juga sebagai media promosi alternative untuk menawarkan produk kepada masyarakat luas.

Permasalahan yang muncul dari sistem Pemasaran Galeri UKM yang berjalan telah di upayakan untuk dapat ditangani dengan sistem yang baru ini, adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis sistem yang berjalan, maka solusi terbaik dalam memasarkan produk Galeri UKM Soppeng kepada masyarakat luas yaitu melalui media internet.
2. Dengan adanya sistem informasi ini, dapat memudahkan konsumen dalam memperoleh informasi tentang produk yang ada pada Galeri UKM Soppeng, baik informasi mengenai harga, ketersediaan barang maupun untuk melakukan transaksi.
3. Dengan adanya sistem informasi ini, dapat membantu galeri UKM Soppeng dalam meningkatkan jangkauan pemasaran dan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief. 2011. Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP dan MySQL. Yogyakarta: Andi
- Bahra-Al. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta : Graha ilmu
- Daryanto. 2011. Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Djaslim, Saladin dan Yevis Marty Oesman, 2002, Intisari Pemasaran dan Unsur –Unsur Pemasaran. Cetakan Kedua, Bandung : Penerbit Linda Karya.
- Joel G. Siegel dan Joe K. Shim. 2009. Aplikasi Penjualan Pada Toko Kelontongan. Palembang
- Jogiyanto. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi
- Kadir. Abdul. 2003. Pengenalan Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi
- Kotler dan Armstrong. 2001. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- _____. 2005. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid I. Jakarta: Erlangga



-
- Kristanto. 2008. Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya. Jakarta: Gava Media
- Mulyanto. Agus. Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Salahudin, Rossa. 2014. Rekayasa Perangkat Lunak. Bandung: Informatika.
- Simarmata. 2010. Rekayasa Perangkat Lunak. Yogyakarta: Andi
- Sutabri. 2004. Membangun Aplikasi Visual Basic. Cetakan Pertama . Jakrata : PT Elex Media Computindo
- Sutarman, 2012. Analisa Desain Sistem. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wahyono, Teguh. 2004. Sistem Informasi Konsep Dasar, Analisis, Desain dan Implementasi. Yogyakarta: Graha Ilmu