

APLIKASI PENINGKATAN JANGKAUAN PASAR PRODUK PADA CV SAMACO

Henry Bambang Setiawan ¹⁾ A.B. Tjandrarini ²⁾
Tutut Wurijanto ³⁾ Noel Nicolaz Godzallez ⁴⁾

- 1) Program Studi Sistem Informasi, Universitas Dinamika, email: henry@dinamika.ac.id
- 2) Program Studi Sistem Informasi, Universitas Dinamika, email: asteria@dinamika.ac.id
- 3) Program Studi Sistem Informasi, Universitas Dinamika, email: tutut@dinamika.ac.id
- 4) Program Studi Sistem Informasi, Universitas Dinamika, email: 17410100002@dinamika.ac.id

ABSTRAK

CV Samaco adalah perusahaan yang beralamat di daerah Gedangan, Sidoarjo dan bergerak pada bidang kontraktor umum sejak tahun 1973. Saat ini CV Samaco masih memasarkan produknya secara manual dengan menunjukkan foto hasil jadi produk kepada konsumen saat konsumen berada di CV Samaco. CV Samaco juga masih memberikan informasi terkait proses pembuatan produk yang dipesan oleh konsumen melalui telepon. Hal ini menimbulkan permasalahan terhadap konsumen yang ingin memesan produk pada CV Samaco tidak mengetahui kualitas produk buatan CV Samaco dan konsumen tidak mengetahui proses pesanan sampai tahap apa. Dari permasalahan di atas, maka solusi yang dibuat yaitu aplikasi peningkatan jangkauan pasar produk berbasis web yang dapat membantu mempromosikan produk buatan CV Samaco pada halaman beranda web dengan menggunakan filter gambar produk hasil jadi kepada konsumen dan melakukan tracking pada pesanan konsumen. Berdasarkan hasil uji coba yang dilakukan bersama dengan pihak CV Samaco aplikasi dapat digunakan sebagai penyampaian informasi terkait pesanan konsumen sudah sampai pada tahapan pengerjaan yang mana dengan memasukkan nomor nota (tracking) dan aplikasi juga dapat melakukan filter pada gambar hasil produk yang sudah jadi pada halaman beranda web.

Kata Kunci: Aplikasi, web, Jangkauan Pasar, Tracking, Filter, CV Samaco

PENDAHULUAN

CV Samaco adalah perusahaan yang beralamat lengkap di Gedangan, Sidoarjo dan bergerak pada bidang kontraktor umum sejak tahun 1973. Pada awalnya perusahaan ini bergerak pada bidang sipil dan mekanikal, namun seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya pasar, saat ini telah mampu memberikan aneka ragam produk sehingga dapat lebih baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dengan kata lain, CV Samaco memberikan total solution dalam bentuk usaha baru yaitu spesialisasi pada bidang *Tank Builder* dan *Industrial Equipment*. Bila ada konsumen yang ingin memesan *Tank Builder* atau *Industrial Equipment* konsumen harus datang ke tempat terlebih dahulu untuk membicarakan produk yang ingin dipesan. Setelah itu konsumen harus mengirimkan rancangan produk yang dipesan

melalui *email* CV Samaco kemudian akan dibentuk produk 3D-nya menggunakan kertas karton kemudian baru dimasukkan pada proses pembuatan produk.

Pada era tahun 2020 sekarang ini cara manual CV Samaco banyak menimbulkan permasalahan pada konsumen antara lain di saat konsumen ingin melihat *display* produk yang sudah jadi sebelumnya dan ingin melakukan pemesanan maka konsumen diharuskan untuk datang ke CV Samaco untuk melihat produk tersebut. Cara ini membuat konsumen membutuhkan waktu lebih banyak.

Untuk itu perlu dilakukan rancang bangun aplikasi peningkatan jangkauan pasar produk berbasis *web* pada CV Samaco yang dapat digunakan sebagai promosi produk dan juga sebagai *company profile* perusahaan. Selain itu aplikasi tersebut dibuat agar dapat mengatasi permasalahan konsumen dalam melihat *tracking progress* produk yang dipesan.

METODE

Pemasaran merupakan proses sosial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh individu atau kelompok, dengan cara menciptakan atau mempertukarkan produk dan nilai dengan individu atau kelompok lainnya (Irawan, 1998). Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2001).

Pembuatan aplikasi peningkatan jangkauan pasar dilakukan dengan menggunakan tahapan pengembangan yang dimulai dengan analisis sistem. Berdasarkan hasil analisis sistem dibuat suatu rancangan sistem yang digunakan sebagai pedoman dalam pembuatan aplikasi peningkatan jangkauan pasar produk.

Analisis Sistem

Tahapan analisis sistem yang dilakukan dalam pembuatan aplikasi yaitu:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati proses bisnis yang terjadi pada CV Samaco dan melakukan pengumpulan data yang diperlukan. Data yang dimaksud adalah data produk yang sudah jadi dan siap untuk dipublikasikan ke publik.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan memberikan kuisisioner pada bagian personalia untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Tujuan dari wawancara adalah mengetahui bagaimana aplikasi untuk pemasaran produk CV Samaco dapat dirancang dengan tepat.

3. Analisis Proses Bisnis

Proses bisnis pada CV Samaco merupakan proses seperti industri kontraktor pada umumnya. Pada awalnya Divisi Marketing mencari pesanan konsumen melalui email kemudian pesanan tersebut berbentuk surat yang bernama Surat Perintah Kerja (SPK) dan diteruskan ke Divisi Administrasi. Divisi Administrasi sendiri meliputi keuangan juga. Kemudian Divisi Administrasi akan mengirimkan surat tersebut ke divisi *Planning Product Control* (PPC) beserta dengan gambar produk mentah. Setelah itu akan diteruskan pula ke bagian *Purchasing* (Pembelian) untuk digambar dan dirinci kembali produk pesanan tersebut dan diteruskan ke bagian produksi untuk dibuatkan produk pesanan. Setelah produk pesanan sudah jadi maka akan kembali lagi ke bagian *Planning Product Control* (PPC) untuk dicek produk apakah sudah sesuai dengan apa yang diminta oleh konsumen. Setelah sesuai baru produk akan dikirim ke konsumen.

4. Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan proses bisnis pada CV Samaco maka dapat dilakukan identifikasi permasalahan yang mencakup pada permasalahan yang ada, dampak dari permasalahan tersebut, dan solusi yang diusulkan. Identifikasi dibuat berdasarkan hasil wawancara dan observasi sebelumnya.

Tabel 1 Identifikasi Permasalahan

No.	Permasalahan	Dampak	Solusi
1	Pemasaran produk masih dilakukan secara <i>offline</i> dikarenakan server <i>web</i> yang dahulu digunakan telah rusak.	Pendapatan perusahaan berkurang dan banyak konsumen yang tidak mengetahui CV Samaco	Dibuatkan sebuah <i>web</i> pemasaran produk pada CV Samaco dan <i>company profile</i>
2	Konsumen harus menelepon terlebih dahulu jika ingin melihat proses pesanan sampai mana dan konsumen harus datang ke CV Samaco	Konsumen kehilangan waktu dan tenaga.	Dibuatkannya fitur <i>tracking</i> pada pesanan konsumen di <i>web</i> pemasaran CV Samaco dengan memasukan kode unik yang telah diberikan setelah penerimaan pesanan.

5. Identifikasi Pengguna

Berdasarkan hasil analisis proses bisnis maka pengguna aplikasi ini adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Produksi
2. Konsumen

6. Identifikasi Data

Berdasarkan hasil analisis melalui observasi, wawancara, identifikasi permasalahan, dan identifikasi pengguna maka dapat disusun identifikasi data yang akan dipakai untuk aplikasi sebagai berikut:

1. Data *master* user
2. Data *master* proses
3. Data *master* gambar hasil produk jadi

7. Identifikasi Kebutuhan Fungsional

Berdasarkan hasil analisis melalui observasi, wawancara, identifikasi permasalahan, dan identifikasi pengguna maka dapat disusun identifikasi kebutuhan fungsional yang akan dipakai untuk aplikasi sebagai berikut:

1. Fungsi *Login* Admin
2. Fungsi pengelolaan *master* proses
3. Fungsi pengelolaan *master* gambar hasil produk jadi

4. Fungsi *Tracking* pesanan
5. Fungsi *Filter* gambar hasil produk jadi

8. Analisis Kebutuhan Pengguna

Analisis Kebutuhan Pengguna digunakan untuk mengetahui *input* dan *output* yang didapatkan dari penggunaan aplikasi peningkatan jangkauan pasar produk berbasis *web* pada CV Samaco dan untuk mengetahui data yang akan dibutuhkan pada aplikasi.

1. Fungsi Produksi

Berikut adalah hasil analisis kebutuhan pengguna Fungsi Produksi.

Tabel 2 Hasil Analisis Kebutuhan Pengguna Fungsi Produksi

Tugas dan Tanggung Jawab	Kebutuhan Data	Kebutuhan Informasi	Output
Melakukan <i>input</i> data pada <i>master</i> proses.	-	Informasi pemesanan dan informasi <i>progress</i> pemesanan.	Data <i>master</i> proses
Melakukan <i>input</i> data pada data gambar produk.	-	Informasi gambar produk yang pernah dibuat.	Data <i>master</i> gambar produk

2. Konsumen

Berikut adalah hasil analisis kebutuhan pengguna dari Konsumen.

Tabel 3 Hasil Analisis Kebutuhan Pengguna Konsumen

Tugas dan Tanggung Jawab	Kebutuhan Data	Kebutuhan Informasi	Output
Melakukan <i>input</i> nomer <i>tracking</i> pada halaman beranda <i>web</i> .	Data <i>master</i> proses	Informasi nomer <i>tracking</i>	Menampilkan <i>progress</i> pemesanan.

9. Analisis Kebutuhan Fungsional

Perancangan Aplikasi Peningkatan Jangkauan Pasar Produk Produk Berbasis *Web* pada CV Samaco membutuhkan sebuah analisis kebutuhan fungsional agar dapat dicapai fungsional aplikasi yang tepat. Fungsi-fungsi inilah yang akan dipakai oleh pengguna dalam aplikasi ini.

1. Fungsi Pengelolaan *Master* Proses

Fungsi ini digunakan untuk melakukan penambahan data, perubahan data, dan penghapusan data pada *master* proses.

2. Fungsi Pengelolaan *Master* Gambar Produk

Fungsi ini digunakan untuk melakukan penambahan data, perubahan data, dan penghapusan data pada *master* gambar produk.

3. Fungsi *Tracking* Pesanan

Fungsi ini digunakan untuk melakukan *tracking* atau pengecekan *progress* pesanan produk konsumen sudah sampai tahap apa.

4. Fungsi Pemilihan Gambar Produk

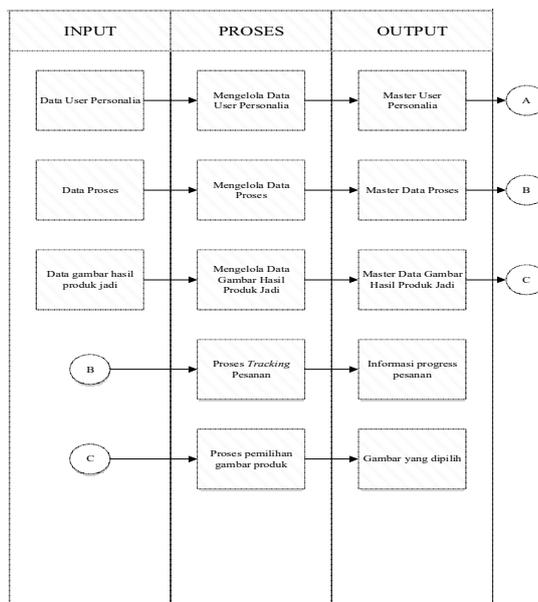
Fungsi ini digunakan untuk melakukan pemilihan pada gambar produk yang dipajang pada beranda *web* sehingga konsumen bisa melihat gambar yang sesuai dengan kategori yang diinginkan.

Perancangan Sistem

Perancangan sistem dilakukan dengan membuat Diagram IPO, *System Flow*, dan Struktur Tabel berdasarkan hasil analisis sistem.

1. Diagram IPO

Berdasarkan dari hasil analisis yang ada pada aplikasi peningkatan jangkauan pasar produk berbasis *web* maka dapat menghasilkan IPO sebagai berikut:



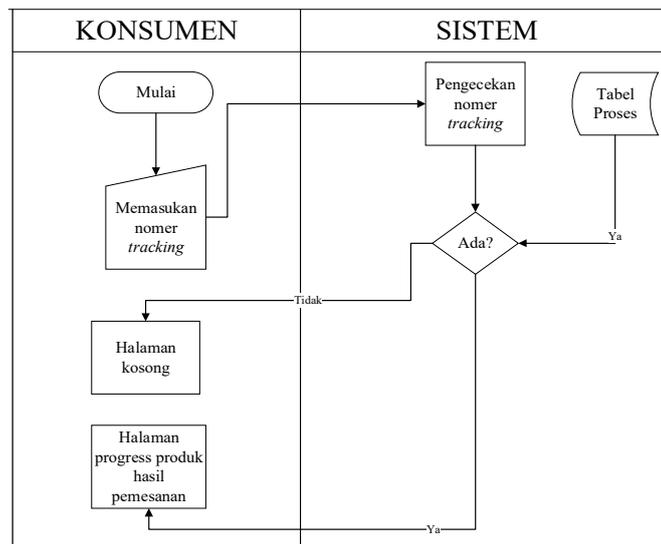
Gambar 1 IPO Aplikasi Peningkatan Jangkauan Pasar Produk Berbasis *Web* pada CV Samaco

2. System Flow Tracking Pesanan

System Flow menunjukkan aliran data yang terstruktur pada aplikasi, adapun *System Flow Tracking* Pesanan pada aplikasi pemasaran produk berbasis *web* pada CV Samaco yaitu sebagai berikut:

- Konsumen melakukan inputan nomer *tracking* yang didapatkan pada saat memesan pada *input field* yang telah tersedia di *company profile* CV Samaco.
- Sistem melakukan pengecekan pada nomer *tracking* yang telah diinput oleh konsumen.
- Jika nomer *tracking* ada dan benar maka sistem akan menampilkan proses pesanana konsumen beserta keterangan dan gambar bila nomer *tracking* tidak ada dan salah maka akan diarahkan ke halaman kosong.

System Flow Tracking pesanan bisa dilihat pada Gambar 2



Gambar 2 *System Flow Tracking* Pesanan

3. Struktur Tabel

Struktur tabel merupakan penjelasan secara rinci terkait dari tabel yang ada pada *database*. Penjelasan ini meliputi nama tabel, fungsi tabel, *primary key*, dan *foreign key*. Penjelasan ini dapat dilihat pada Tabel 4, Tabel 5, Tabel 6, dan Tabel 7.

- Nama Tabel: proses

Fungsi: menyimpan data progress pemesanan

Primary key: notracking

Foreign key: -

Tabel 4 Struktur Tabel Proses

Field	Tipe	Panjang	Keterangan
nottracking	<i>Varchar</i>	50	<i>Primary key</i>
proses1	<i>Varchar</i>	200	-
gambar1	<i>Varchar</i>	255	-
proses2	<i>Varchar</i>	200	-
gambar2	<i>Varchar</i>	255	-
proses3	<i>Varchar</i>	200	-
gambar3	<i>Varchar</i>	255	-
proses4	<i>Varchar</i>	200	-
gambar4	<i>Varchar</i>	255	-
proses5	<i>Varchar</i>	200	-
gambar5	<i>Varchar</i>	255	-

b) Nama Tabel: users

Fungsi: menyimpan data pengguna

Primary key: user_id

Foreign key: -

Tabel 5 Struktur Tabel Users

Field	Tipe	Panjang	Keterangan
user id	<i>Integer</i>	11	<i>Primary key</i>
Username	<i>Varchar</i>	20	-
Password	<i>Varchar</i>	20	-
Email	<i>Varchar</i>	100	-
Role	<i>Varchar</i>	10	-

c) Nama Tabel: gambar

Fungsi: menyimpan data gambar

Primary key: id_gambar

Foreign key: id_kategori

Tabel 6 Struktur Tabel Gambar

Field	Tipe	Panjang	Keterangan
id gambar	<i>Integer</i>	2	<i>Primary key</i>
id kategori	<i>Integer</i>	2	<i>Foreign key</i>
Gmbr	<i>Varchar</i>	255	-

d) Nama Tabel: kategori

Fungsi: menyimpan data kategori

Primary key: id_kategori

Foreign key: -

Tabel 7 Struktur Tabel Kategori

Field	Tipe	Panjang	Keterangan
id kategori	<i>Integer</i>	2	<i>Primary key</i>
Kategori	<i>Varchar</i>	50	-

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini akan dijelaskan hasil pada Aplikasi Peningkatan Jangkauan Pasar Produk Berbasis *Web* pada CV Samaco.

Halaman Profile Perusahaan

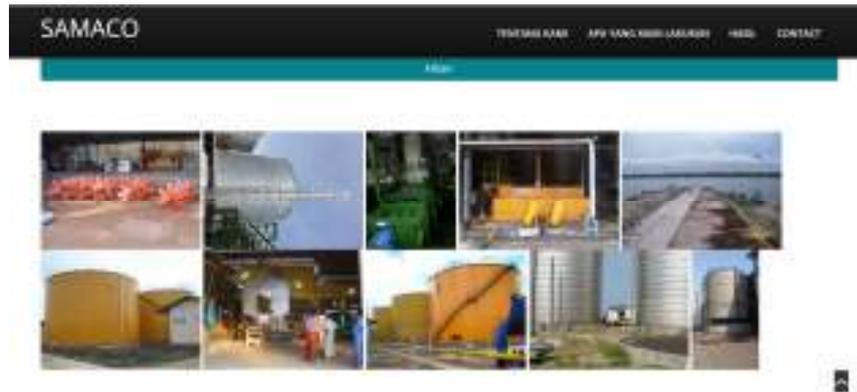
Halaman ini berfungsi sebagai pemberian informasi tentang *profile* perusahaan CV Samaco ke publik agar publik mengetahui apa saja yang CV Samaco lakukan. Halaman ini juga dilengkapi dengan *input field* cek pesanan dengan tipe data *String* guna untuk melihat proses pesanan konsumen. Halaman *company profile* dapat dilihat pada Gambar 3 yang merupakan bagian dari *company profile* CV Samaco.



Gambar 3. Halaman Bagian Apa yang CV Samaco Lakukan

Halaman Pemasaran Produk

Halaman ini berfungsi sebagai pemasaran produk hasil dari pekerjaan CV Samaco. Konsumen yang ingin melihat hasil dari pekerjaan CV Samaco bisa melakukan pemilihan dari kategori-kategori produk yang pernah dibuat oleh CV Samaco dengan menekan tombol dari kategori yang ada. Halaman bisa dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampilan Gambar Halaman Produk

Halaman Utama Admin

Halaman ini berfungsi sebagai pengatur utama dalam melakukan tugas seperti penambahan data, mengubah data, dan menghapus data. Memiliki tampilan dengan tabel yang digunakan untuk melihat hasil tugas. Halaman utama admin bisa dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Halaman Utama Admin

Halaman Tracking Pesanan

Halaman ini berfungsi untuk melakukan cek pesanan konsumen atau *tracking* pesanan konsumen sudah pada tahap mana saja. Halaman ini berisi tabel yang menampilkan proses apa saja yang telah dilalui pesanan konsumen dan gambarnya. Halaman *Tracking* Pesanan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Tampilan halaman *Tracking* Pesanan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan untuk Aplikasi Peningkatan Jangkauan Pasar Produk Berbasis *Web* pada CV Samaco ini, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Aplikasi Peningkatan Jangkauan Pasar Produk Berbasis *Web* pada CV Samaco dapat digunakan sebagai media promosi produk CV Samaco dengan menggunakan fitur pemilihan sesuai kategori pada gambar produk yang terdapat pada halaman beranda *web* sehingga dapat memudahkan konsumen untuk melihat produk.
2. Aplikasi Peningkatan Jangkauan Pasar Produk Berbasis *Web* pada CV Samaco dapat digunakan konsumen sebagai media untuk melihat *progress* pesanannya, dengan cara menginputkan nomer *tracking* yang telah diberikan melalui pemesanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Betha, S. 2005. *Mysql Untuk Pengguna, Administrator, dan Pengembangan Web*. Bandung.
- Irawan, F. W. 1998. *Pemasaran Prinsip dan Kasus* Edisi 2 (p. 10). Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Iskandar, R. 2017. *Pengertian-Website*. <https://www.kompasiana.com/iramka444/58e5de7e989373350aa85ede/pengertian-website>
- Jogiyanto, H. 1999. *Analisis dan Desain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Kustiyahningsih, Y. 2011. *Pemrograman Basis Data Berbasis Web*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Rudianto, A. M. 2011. *Pemrograman Web Dinamis menggunakan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.