

SI STEM PEMASARAN BERBASIS WEB DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP PELANGGAN

Maimunah ¹

Rahma Farah Ningrum ²

Henderi ³

Email : zzahra_2020@yahoo.com

ABSTRAKSI

Bagian pemasaran adalah merupakan ujung tombak dari penjualan produk pada suatu perusahaan, karena fungsi dan tugas dari pemasaran ini adalah memasarkan produk yang telah dibuat oleh perusahaan agar dapat diminati oleh para konsumen. Didalam memasarkan produknya, bagian pemasaran ini harus lebih pintar dan teliti agar mendapatkan animo masyarakat yang tinggi. Oleh sebab itu teknik didalam memasarkan produk itu harus dikembangkan seperti misalnya dengan menggunakan fasilitas layanan elektronik, melalui komputer dengan program web yang dihubungkan melalui Internet. Internet kadang disebut juga sebagai lalu lintas informasi yang sangat cepat. Dengan peningkatan yang sangat tajam, bisnis-bisnis diseluruh dunia melihat peluang akan keberhasilan yang ditampakkan dari media baru tersebut. Perusahaan berbasis internet (e-business) dengan kemudahan akses pelanggan kini berkembang dengan sangat pesat. Perusahaan yang tidak segera mengantisipasi fenomena ini bukan tidak mungkin tergilas oleh perusahaan berbasis internet yang baru didirikan. Web adalah suatu sarana yang biasa dihubungkan dengan melalui Internet agar setiap informasi dapat dilihat semua orang yang masuk dalam layanan Internet itu. Dengan menggunakan web, fungsi dan tugas dari para bagian pemasaran untuk memasarkan produknya akan menjadi lebih mudah, kita tidak harus mendatangi konsumen untuk menawarkan produk yang dihasilkan, karena disana konsumen dapat melihat secara langsung produk hasil produksi dengan segala spesifikasinya.

Kata kunci : Pemasaran, Website, Internet

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang modern sekarang ini, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa dalam segala bidang, komputer memegang peran yang sangat besar dan dapat diperoleh manfaatnya untuk mengalirkan informasi. Dengan

-
- 1. Dosen Jurusan Manajemen Informatika, AMIK Raharja Informatika**
Jl. Jend Sudirman No.40 Modern Cikokol-Tangerang Telp 5529692
 - 2. Dosen Jurusan Teknik Informatika, AMIK Raharja Informatika**
Jl. Jend Sudirman No.40 Modern Cikokol-Tangerang Telp 5529692
 - 3. Dosen Jurusan Teknik Informatika, STMIK Raharja**
Jl. Jend Sudirman No.40 Modern Cikokol-Tangerang Telp 5529692

adanya komputer dapat mempengaruhi kinerja dalam suatu bidang, serta menunjang keberhasilan suatu perusahaan.

Internet sedang mengadakan revolusi tentang bagaimana cara bisnis di dunia ini diselenggarakan. Dengan menggunakan beberapa alat berbasis *Internet*, beberapa bisnis telah menemukan bahwa mereka dapat secara signifikan meningkatkan produktifitas.

Perusahaan berbasis *Internet* (*e-bussines*) dengan kemudahan akses pelanggan kini berkembang dengan sangat cepat. Perusahaan yang tidak segera mengantisipasi fenomena ini bukan tidak mungkin segera tergilas oleh perusahaan berbasis *Internet* yang baru didirikan.

PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa adalah perusahaan yang bergerak di bidang kegiatan memproduksi dan memasarkan produk kulit imitasi. Namun demikian, kegiatan yang selama ini digunakan oleh PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa untuk memperkenalkan dan memasarkan kepada konsumen masih belum memanfaatkan teknologi informasi yang berbasis *Internet* yang sekarang sudah banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan lain untuk menunjang sistem pemasarannya sehingga diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan perusahaan-perusahaan tersebut. Adapun kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa yaitu dengan menggunakan sistem komunikasi langsung dengan calon konsumen atau dapat diartikan dengan cara mencari dan mendatangi secara langsung calon konsumennya atau via telepon untuk dijadikan pelanggan. Oleh sebab itu agar PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa dapat bersaing dengan perusahaan yang sejenis bidang usahanya, maka perlu kiranya menggunakan juga teknologi yang berbasis *Internet*

LANDASAN TEORI

1. Sistem

Menurut **Fredrick H.W.U** Sistem adalah:

“Suatu sistem beroperasi dan berinteraksi dengan lingkungannya untuk mencapai sasaran tertentu, suatu sistem menunjukkan tingkah lakunya melalui interaksi diantara komponen-komponen didalam sistem dan diantara lingkungannya”

Terdapat dua kelompok dasar pendekatan dalam mendefinisikan sistem yaitu berdasarkan pendekatan pada prosedurnya dan yang berdasarkan pendekatan pada komponennya.

a. Pendekatan sistem pada prosedurnya.

Suatu sistem adalah suatu jaringan dan prosedur yang saling berkaitan, dan bekerjasama untuk melakukan suatu pekerjaan atau menyelesaikan suatu masalah tertentu.

b. Pendekatan sistem pada komponennya.

Suatu sistem adalah sekumpulan dari beberapa elemen yang saling berinteraksi dengan teratur sehingga membentuk suatu totalitas untuk menyelesaikan suatu masalah tertentu.

2. Perancangan Sistem

perancangan atau perangkat lunak merupakan kegiatan proyek yang terjadi diantara kegiatan menentukan atau yang diinginkan pemakai dari implementasi dari kebutuhan tersebut dalam bentuk pengkodean sarannya adalah menentukan prosedur untuk mendukung operasi sistem. Dengan kata lain perancangan permasalahan dengan menggunakan sistem komputer yang memiliki komponen yang sama atau serupa dengan permasalahan aslinya.

Menurut **Jhon dan Gery Grudnitski** Perancangan sistem "Perancangan sistem yaitu berupa penggambaran perancangan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi".

Secara garis besar tujuan dari perancangan sistem adalah untuk memenuhi kebutuhan kepada pemakai sistem, dan untuk memberikan gambaran yang jelas dan rancang bangun yang lengkap kepada pemogram komputer dan ahli-ahli teknik lainnya yang terlibat.

3. Pemasaran

Pengertian pemasaran adalah proses *manajerial* dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain. Definisi resmi pemasaran yaitu " Pemasaran adalah proses manajemen yang bertanggung jawab untuk mengenali, mengantisipasi dan memuaskan kepuasan pelanggan secara menguntungkan ". (*Chartered Institute of Marketing* (Inggris).

Suatu perusahaan harus memahami pasar yang hendak dimasukinya, apakah pasar konsumen suatu pasar bisnis dan menganalisa perilaku dari masing-masing pasar tersebut. Untuk itu perusahaan harus membagi pasar menjadi segmen pasar utama, menilainya dan memiliki segmen pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang paling baik sebagai sasaran didalam merencanakan program pemasaran suatu perusahaan harus membagi pengeluarannya dengan baik kedalam kelompok pembauran. Pemasaran kelompok pembauran tersebut yaitu, Produk, Harga, Tempat dan Promosi.

4. Active Server Page (ASP)

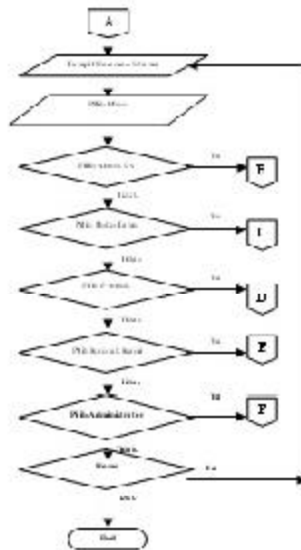
ASP adalah salah satu teknologi yang dikembangkan oleh *Microsoft* yang diluncurkan sekitar tahun 1996. ASP merupakan teknologi *server - side scripting*, yang artinya segala proses programnya dilakukan di *server* sebelum dikirim ke *client*. *Client* akan menerima hasil *output* dalam bentuk HTML biasa. *Server - side scripting* ini merupakan kebalikan dari *client - side scripting*, yang seluruh proses programnya dilakukan di *client*, contohnya *java script*. Pada *client - side scripting*, *client* juga menerima *script* untuk diproses ditempatnya. Dengan demikian *server -side scripting* memiliki kelebihan lebih aman untuk dikembangkan dibandingkan dengan *client - side scripting*. ASP juga merupakan suatu *internet framework* yang dapat digunakan untuk membuat *website* yang dinamis. ASP banyak digunakan untuk aplikasi yang berhubungan dengan *database*, baik menggunakan *Microsoft Access database* hingga *SQL server* atau *Oracle database*. *Scripting* yang paling banyak digunakan dalam menulis ASP adalah *Vbscript*.

PERMASALAHAN

Pada sistem pemasaran yang terdapat pada PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa terdapat permasalahan yang dihadapi yaitu masih belum memanfaatkan teknologi informasi yang berbasis *Internet* yang sekarang sudah banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan lain untuk menunjang sistem pemasarannya sehingga diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan perusahaan-perusahaan tersebut. Pemasaran yang dilakukan oleh PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa adalah dengan menggunakan telepon dengan calon konsumen atau mencari dan mendatangi secara langsung calon konsumennya untuk dijadikan pelanggan. Dan belum adanya website pada PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa guna memberikan pelayan order dan memberikan informasi produk-produk yang dihasilkan oleh PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa.

PEMECAHAN MASALAH

Pemasaran dengan menggunakan sistem berbasis web ini, perusahaan dapat menawarkan secara *online* kepada konsumen. Dengan adanya sistem pemasaran berbasis web diharapkan dapat lebih mudah dalam memasarkan produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa. disini ditampilkan flowchart program seperti gambar berikut :



Gambar 1 Flowchart Tampilan Menu Utama

Analisis sistem yang berjalan

Sistem berjalan yang terdapat pada PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa di dalam memasarkan barang masih menggunakan sistem pemasaran dengan cara mencari dan mendatangi konsumen untuk memasarkan, mengenalkan dan memberikan informasi produk yang di produksi, sehingga dinilai kegiatan pemasaran itu banyak memerlukan biaya dan waktu yang lama dalam berurusan dengan konsumen selain itu kurang meluasnya promosi yang dilakukan bagian pemasaran sehingga produk ini kurang dikenal oleh masyarakat umum.

Alternatif pemecahan Masalah

Setelah mengamati dan meneliti dari beberapa permasalahan yang terjadi dalam menjalankan sistem yang berjalan, penulis mendapatkan pemecahan permasalahan yang dihadapi sistem berjalan yaitu :

- a. Membuat sistem yang berbasis komputerisasi khusus dalam bidang pemasaran agar lebih mempermudah dalam memasarkan produk yang dihasilkan dan lebih luas dalam pemasarannya, sehingga dapat menekan biaya operasional.
- b. Sistem komputerisasi yang dibuat menggunakan pemrograman berbasis web dengan software ASP (Active Server Page).

- C. Melakukan pelatihan-pelatihan kepada bagian pemasaran mengenai sistem pemasaran yang menggunakan teknologi atau komputerisasi sehingga dapat lebih efisiensi dalam melakukan pemasaran serta meringankan beban bagian pemasaran.

IMPLEMENTASI PROGRAM

1. Instalasi Internet Information Service (IIS)

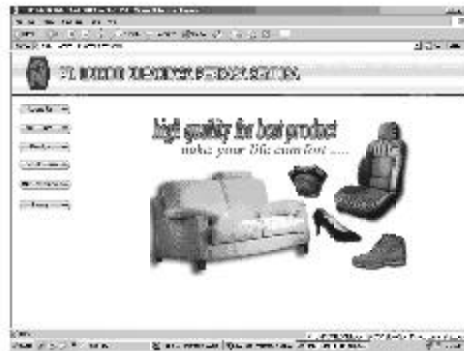
Dalam penginstalan *windows* 2000, 2003, *XP*, bisa menggunakan *IIS* (*Internet Information Services*) sebagai *web server*. Kami paparkan penginstalan *IIS* pada *windows XP* dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Masukan CD *Windows XP Profesional* ke dalam CD-Rom, jika *Autorun* CD pada sistem tidak dimatikan maka, secara otomatis sistem akan menjalankan aplikasi *autorun* yang berada pada *CD*. Apabila sistem tidak menjalankan aplikasi *autorun* maka, untuk mengaktifkannya melalui *browse CD*, pilih *setup.exe* kemudian akan tampil *form Microsoft Windows XP Profesional Setup*, pilih menu *Install Option Windows Component*, tunggu beberapa saat maka akan tampil jendela komponen *Windows*. Ada juga dengan cara lain, yaitu melalui *Control Panel* kemudian pilih *Add/Remove Program* maka akan muncul jendela menu dan pilih *Add/Remove Windows Component*. Pada *list* komponen kemudian cari *item IIS (Internet Information Services)* kemudian *ceklis* sehingga *item*-nya tercentang. Berikutnya adalah klik *OK* untuk keluar dari jendela komponen kemudian klik *next* untuk melanjutkan instalansi, tunggu beberapa saat untuk melakukan proses penginstalan selesai. Setelah selesai penginstalan kemudian klik *Finish*.

Untuk menghidupkan atau mematikan *IIS (Internet Information Service)* dengan mengklik *icon IIS* yang terdapat pada layar *taskbar Internet Information Service*. Selain berfungsi untuk menambah virtual direktori, mengubah direktori, atau menghapus direktori *default*.

2. Implementasi

2.1 Tampilan Utama Program



Gambar 2 Tampilan Utama Program.

Keterangan :

Tampilan Utama Program menampilkan Menu utama Pada PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa, dimana *user* akan melihat mengenai beberapa pilihan sub menu antara lain menu *about us*, menu buku tamu, menu produk dan menu lain-lain.

Tampilan Proses-proses

Tampilan Menu About Us



Gambar 3 Tampilan Menu About Us.

Keterangan :

Pada menu *about us* berisi tentang informasi-informasi yang berhubungan dengan perusahaan, seperti gambaran umum, visi, misi dan foto-foto kegiatan karyawan dari PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa.

Tampilan Menu Buku Tamu



Gambar 4 Tampilan Menu buku Tamu.

Keterangan :

Tampilan Menu Buku Tamu, disini *user* dapat memberi komentar yang berupa saran atau kritik dengan memasukkan nama dan alamat email *user*.

Tampilan Menu Buku Tamu



Gambar 5 Tampilan Menu Produk.

Keterangan :

Tampilan Menu Produk berisikan produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa. Kolom kode barang untuk melihat kode barang yang ingin dipesan, kolom nama untuk mengetahui nama-nama dari setiap produk-produk yang ditawarkan. Kolom keterangan untuk menjelaskan kepada pengunjung tentang spesifikasi produk-produk yang ditawarkan seperti, tebal, lebar dan berikut harga per meternya. Dan terakhir kolom contoh gambar berisi tentang *sample* atau contoh barang yang ditawarkan PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa kepada pengunjung.

Tampilan Menu Kontak Kami



Gambar 6 Tampilan Menu Kontak Kami.

Keterangan :

Tampilan Menu Kontak Kami menampilkan alamat dan no telepon PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa yang mudah dihubungi agar *user* dapat dengan mudah mendapatkan lokasi PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa.

Tampilan Menu Administrator



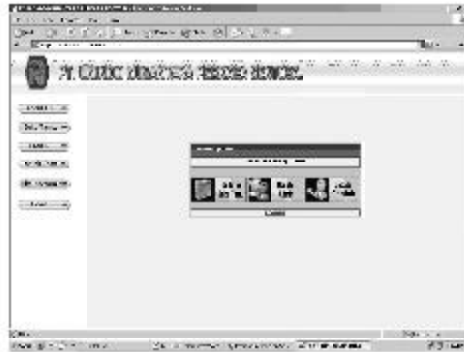
Gambar 7 Tampilan Menu Administrator.

Keterangan :

Tampilan Menu Administrator digunakan oleh Administrator untuk masuk ke dalam menu administrator. Data-data mengenai produk-produk di PT.unindo Nusantara Perkasa Sentosa dapat mengalami perubahan, sesuai dengan kebutuhan yang ada, sehingga diperlukan suatu fungsi untuk meng-*update* data tersebut. Dalam hal ini tidak semua *user* dapat melakukan *update* data. Untuk meng-*update* data hanya dapat dilakukan oleh *user admin* yaitu *user* yang terdaftar dalam *database*,

sebelum meng-*update* data *user admin* harus melakukan login terlebih dahulu dengan mengisi *user ID* dan *password* pada form administrator.

Tampilan Menu Buku Tamu



Gambar 8 Tampilan Menu Update Administrator.

Keterangan :

Tampilan Menu *update* diperuntukkan bagi *user admin* untuk meng-*update* data mengenai produk-produk PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa. Pada menu *update* ini *user admin* dapat memilih pilihan menu *update* yang diinginkan antara lain *update* buku tamu, administrator dan *update* produk.

Tampilan Menu Update Buku Tamu



Gambar 9 Tampilan Menu Update Buku Tamu.

Keterangan :

Tampilan Menu *update* buku tamu digunakan oleh Administrator untuk melihat isi *update* buku tamu. Kolom tanggal untuk melihat tanggal berapa pengunjung masuk ke website ini, kolom nama untuk melihat nama-nama pengunjung, kolom *email* untuk melihat alamat *email* pengunjung yang telah diinput, sedangkan

kolom komentar untuk melihat komentar-komentar pengunjung yang telah masuk, dan apabila administrator ingin menghapus data tamu-tamu yang sudah lama, dapat menghapusnya dengan tombol hapus. Tombol *back* untuk kembali ke menu *update* administrator.

Tampilan Menu Update Produk



Gambar 10 Tampilan Menu Update Produk.

Keterangan :

Tampilan Menu *update* Administrator digunakan oleh administrator untuk merubah atau menghapus siapa-siapa saja administrator yang boleh menggunakannya. Kolom nama berisi tentang nama-nama admin yang boleh menggunakannya. Kolom *password* berisi *password* atau kata kunci yang dimiliki oleh setiap admin. Kolom ubah administrator berfungsi untuk mengubah data menu update administrator. Kolom hapus administrator untuk menghapus data-data administrator. Tombol tambah data untuk menambah data administrator yang boleh menggunakan menu ini, sedangkan tombol *back* untuk kembali ke menu update administrator.

Tampilan Menu Update Produk



Gambar 11 Tampilan Menu Update Produk.

Keterangan :

Tampilan Menu *update* Produk digunakan oleh administrator untuk memasukkan nama barang, keterangan berikut contoh gambarnya. Disini administrator juga dapat mengubah dan menghapus data-data yang tidak diperlukan dengan mengklik tombol ubah istilah dan hapus istilah. Tombol tambah data untuk menambah data-data tentang produk-produk PT. Unindo Nusantara Perkasa Sentosa yang akan di input oleh administrator. Sedangkan tombol *back* untuk kembali ke menu *update* administrator.

KESIMPULAN

1. Fungsi pada bagian pemasaran mempunyai peranan yang penting bagi keberhasilan penjualan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dengan adanya sistem pemasaran berbasis web ini diharapkan dapat mempermudah bagian pemasaran dalam mengenalkan dan menawarkan produknya tanpa harus mendatangi para konsumen (perusahaan lainnya) secara langsung.
2. Keuntungan lainnya yang dapat diperoleh oleh perusahaan yang menggunakan sistem pemasaran berbasis web yaitu selain dapat melakukan penawaran produknya kepada para konsumen dalam negeri, perusahaan juga dapat menawarkan produknya di luar negeri.
3. Pemasaran dan sistem *web* tersebut juga memberikan manfaat bagi konsumen, karena dapat melakukan pemesanan produk yang ditawarkan kepada mereka melalui jaringan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

1. Betha Sidik (2006). *Pemograman Web dengan PHP*. Cetakan ke-2 Bandung: Informatika Bandung.
2. Djaslim Saladin (1995). *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Linda Karya.
3. Edi Sutanto (2001). *Sistem Informasi Manajemen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
4. Jogianto HM (1995). *Analisa dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Cetakan ke-4 Jogjakarta: Andi offset.
5. Wahana Komputer, (2001). *Menjadi Seorang Desainer Web*, Yogyakarta: Andi Offset.

