



Design of a Web-Based Fashion Product Marketing Information System (Case Study on Eny Polokarto Convection)

Bela Saputri¹, Ari Pantjarani², Chairullah Naury³

¹Manajemen Informatika, Politeknik Harapan Bangsa Surakarta, Surakarta, Indonesia

²Manajemen Informatika, Politeknik Harapan Bangsa Surakarta, Surakarta, Indonesia

³Manajemen Informatika, Politeknik Harapan Bangsa Surakarta, Surakarta, Indonesia

¹2019002046@polhas.ac.id, ²pantjarani@polhas.ac.id, ³ch.naury@polhas.ac.id

Article History: Received: July, 8th 2022; Accepted: August, 12nd 2022; Published: December, 31st 2022

ABSTRACT

The design of a website-based marketing information system at Eny Convection is the result of the author's daily observations as one of the worker of the Eny Convection Industry. Eny Convection is a home industry that is engaged in manufacture and sell fashion and its needs. A bussiness cannot be separated from marketing, which is a way to attract people's attention to a bussiness or product. Eny Convection it is only done through social media, it becomes an obstacle at Eny Convection that often customers have difficulty in finding information, and often cutomers experience disappointment because when looking for inventory quantities are not available. The purpose of this research is to create on online application that will be built by Eny Convection with data colection used bt interview, obsevation, documentation library research. Eny Convection product marketing which is produced with the concept of PHP (Personal Home Page). The results of the marketing are that the development system uses the waterfall system method, the system design Deamwevawer application or Sublime Text and MySQL as a database to improve the marketing Konveksi Eny. The conclusion of this research is that it able to improve marketing at Eny Convection in more professional way to market product and make it easier for customers to find product information available at Eny Convection.

Keywords: *Marketing Desain, Website, PHP, MySQL*



Copyright © 2022 The Author(s)

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang sering disebut dengan UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Salah satu usaha UMKM yang saat ini sedang banyak berkembang adalah usaha industri konveksi. Konveksi merupakan industri kecil skala rumah tangga yang menjadi tempat pembuatan pakaian jadi.

Pakaian merupakan kebutuhan primer yang harus di penuhi oleh setiap individu. Meningkatnya populasi mempengaruhi jumlah kebutuhan akan pakaian yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Pakaian tidak hanya digunakan sebagai bahan pelindung tubuh, tetapi juga digunakan sebagai simbol status sosial masyarakat. Hal ini kemudian menuntut masyarakat untuk terus memperbaharui cara berpakaian dalam mengikuti perkembangan zaman. Pemenuhan *trend* ini tidak lepas dari peran industri penghasil pakaian salah satunya adalah perusahaan konveksi. Bisnis konveksi adalah suatu bisnis yang saat ini sangat populer di Indonesia, tersebar hampir di setiap daerah.

Infomasi pasar merupakan faktor yang menentukan apa yang diproduksi, di mana, mengapa, bagaimana dan untuk siapa produk dijual dengan keuntungan terbaik. Oleh sebab itu informasi pasar yang tepat dapat mengurangi resiko usaha sehingga pedagang dapat beroperasi dengan *margin* pemasaran yang rendah dan memberikan keuntungan bagi pedagang itu sendiri, produsen dan konsumen. Saat ini ada lebih dari 300 ribu UMKM yang sudah beralih ke platfrom digital. Selain itu jumlah konsumen yang berbelanja online pun kian meningkat mencapai 137 juta orang. Terdapat dua sarana online yang saat ini sangat berkembang pada dunia bisnis yaitu sosial media dan *website*. Sebagai salah satu industri yang akan berkembang Konveksi Eny masih menggunakan tahap pemasaran yang sederhana, dimana hanya dilakukan melalui *face to face* dan hanya dapat menerima pesanan daerah terdekat saja melalui media sosial. Hal tersebut menghambat kemajuan Konveksi Eny menjadi konveksi yang akan menyentuh pasar luas, yang mana saat ini *fashion* menjadi bagian hidup dari masyarakat. Oleh karena itu penulis berusaha membuat sistem informasi berbasis *website* untuk membuat pemasaran pada Konveksi Eny lebih *profesional* dengan adanya berbagai fitur yang menarik pada sistem tersebut dan diharapkan dapat membuat Konveksi Eny semakin berkembang.

Menurut pendapat (Sholechul Azis, 2013) *Website* adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di selutuh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara dan animasi sehingga menarik untuk dikunjungi. Fungsi utama dari sebuah *website* adalah meyampaikan informasi. Dengan tersedianya informasi, *website* dapat digunakan untuk mengubah pengunjung menjadi prospek, untuk mengubahnya pengelola *website* dapat menyedia berbagai platfrom yang ada pada sistem informasi agar pengunjung dapat menyampaikan informasi lainnya sehingga menjadi prospek yang teridentifikasi.

METODE PENELITIAN

Dalam sistem informasi pemasaran berbasis web tersebut, penulis menggunakan metode sisystem SDLC (*System Development Life Cycle*) dengan model *waterfall* yang mana di dalamnya terdapat struktur yang berurutan dimulai dari melewati fase-fase perancangan, pemodelan, impelentasi (kontruksi) dan pengujian sesuai dengan langkah kerja yang sudah penulis rencanakan dalam pembuatan informasi sistem.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar diagram berikut dibawah ini akan menunjukkan proses dan metode yang penulis lakukan dalam perancangan sistem informasi arsip dan dokumentasi keuangan ini yang selanjutnya akan penulis jelaskan pada uraian.



Gambar 1. Alur Penelitian dan Perancangan

1.1 Studi Literatur

Studi literatur yang dipergunakan untuk membantu penulisan tugas akhir ini adalah, dengan menggali dan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan pengembangan dan perancangan sistem informasi pemasaran pada Konveksi Eny. Dalam mendukung pembuatan tugas akhir ini penulis membaca beberapa jurnal dan berselancar pada media internet juga tetap menggali kembali materi perkuliahan yang terkait dengan pengembangan sistem informasi.

2.1 Pengumpulan Data

Tahapan selanjutnya adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan meneliti permasalahan yang sering terjadi dan menjadi penghambat jalannya produksi pada Konveksi Eny. Mengumpulkan data tentang berbagai masalah dan kendala melalui observasi atau pengamatan harian pada kegiatan wawancara dengan pemilik usaha. Melakukan beberapa diskusi dengan pemilik usaha yang memegang jalannya industri di

Konveksi Eny, dengan melakukan dokumentasi dan kuisioner tentang sistem informasi yang akan dirancang untuk mengembangkan usaha industri.

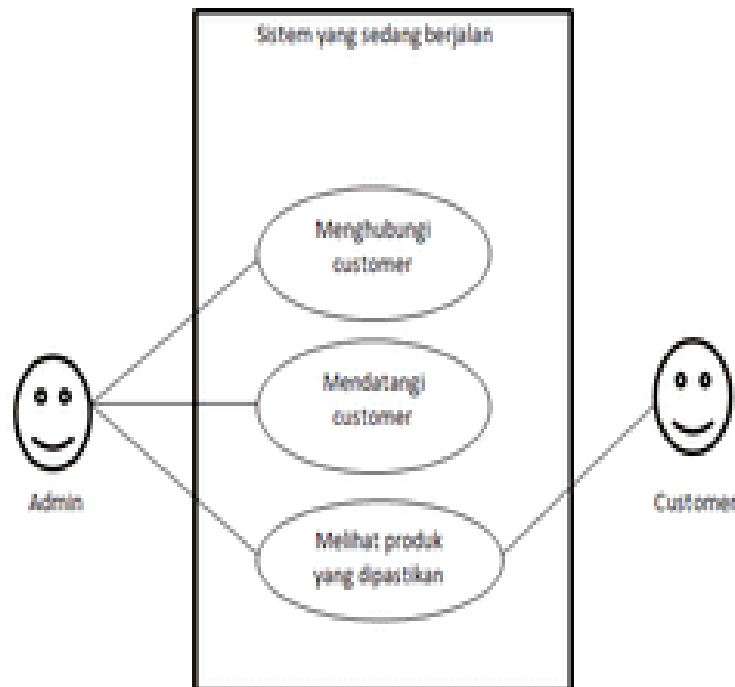
3.1 Analisa Sistem

3.1.1. Sistem yang Sedang Berjalan

Setelah penulis melakukan pengamatan data terhadap sistem pemasaran yang berjalan, maka ditemukan beberapa kelemahan-kelemahan dalam pemasaran yang dilakukan Konveksi Eny diantaranya yaitu:

1. Pemasaran yang dilakukan masih manual sehingga lambatnya informasi yang diterima konsumen.
2. Keterbatasan informasi melalui media sosial sederhana dan dari mulut ke mulut.
3. Terbatasnya jangkauan wilayah provinsi.
4. Penjualan produk yang kurang optimal.
5. Lambatnya penanganan terhadap proses penjualan.

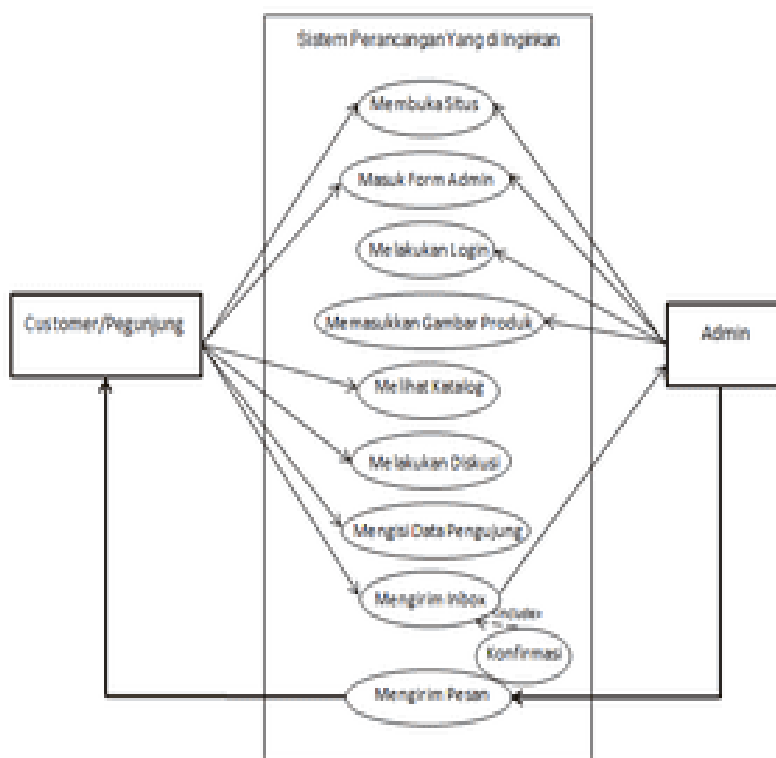
Penjual menghubungi user yang dikenal untuk menawarkan produknya dengan singkat dan jelas. Berikut alur pemasaran yang saat ini sedang berjalan pada Konveksi Eny :



Gambar 2. Sistem yang sedang berjalan saat ini

3.1.2. Analisa Kebutuhan Sistem

Berdasarkan permasalahan yang dibahas sebelumnya, pada bab analisa kebutuhan sistem ini adalah proses pemecahan sistem menjadi beberapa sub sistem yang lingkupnya lebih kecil, dengan maksud agar lebih mudah dalam mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang ada dalam sistem, serta untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan sistem. Gambar berikut adalah diagram use case. Untuk model proses Use Case diagram merupakan gambaran fasilitas yang diberikan aplikasi sistem informasi dan pemasaran Konveksi Eny dimana user dan perancangan use case diagram online untuk aplikasi sistem informasi dan pemasaran produk Konveksi Eny terdapat dua aktor yakni pembeli (customer) dan pemilik yang bertindak sebagai admin. Dari gambar use case di bawah dapat dilihat bahwa admin mendapatkan fasilitas sepenuhnya untuk membuka dan mengelola setiap produk-produknya yang ada dalam media pemasaran tersebut.



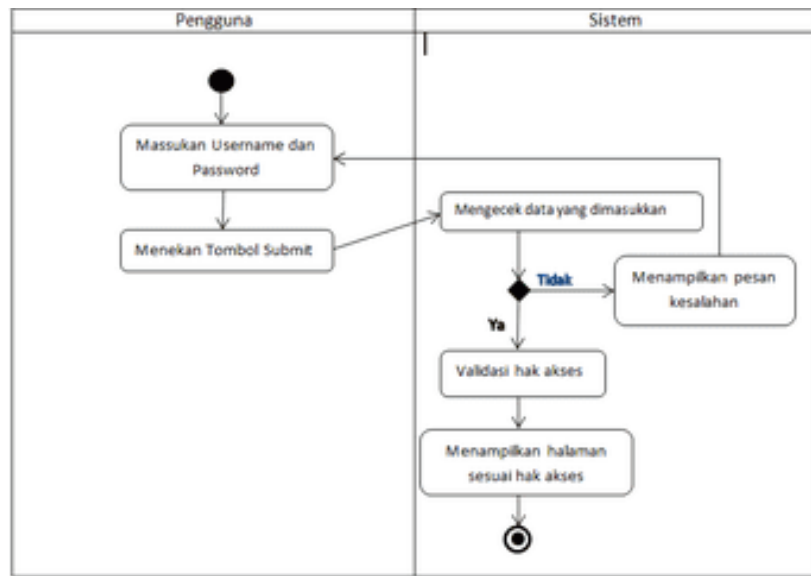
Gambar 3. Diagram Use Case Online

4.1 Perancangan Sistem Informasi

Dalam perancangan sistem informasi pemasaran Konveksi Eny penulis menggambarkan sistem yang terdapat didalamnya dengan menggunakan activity diagram, yang biasanya dipakai pada bussines modeling untuk memperlihatkan aktivitas bisnis. Pembuatan activity ini bermanfaat untuk membantu proses secara keseluruhan.

4.1.1. Activity Diagram Login

Activity diagram login menggambarkan urutan aktivitas pengguna dalam berinteraksi dengan sistem akan dapat masuk kedalam sistem, dimana kegiatannya dimulai dengan mengisi username dan password. Berikut gambar activity diagram login :



Gambar 5. Activity Diagram Login

4.1.2. ERD (Entity-Relationship Diagram)

Entity-Relationship adalah salah satu metode pemodelan basis data yang digunakan untuk menghasilkan skema konseptual untuk jenis/model data semantik sistem. Entity-Relationship diagram ini menggambarkan aktivitas sistem terhadap pengguna.



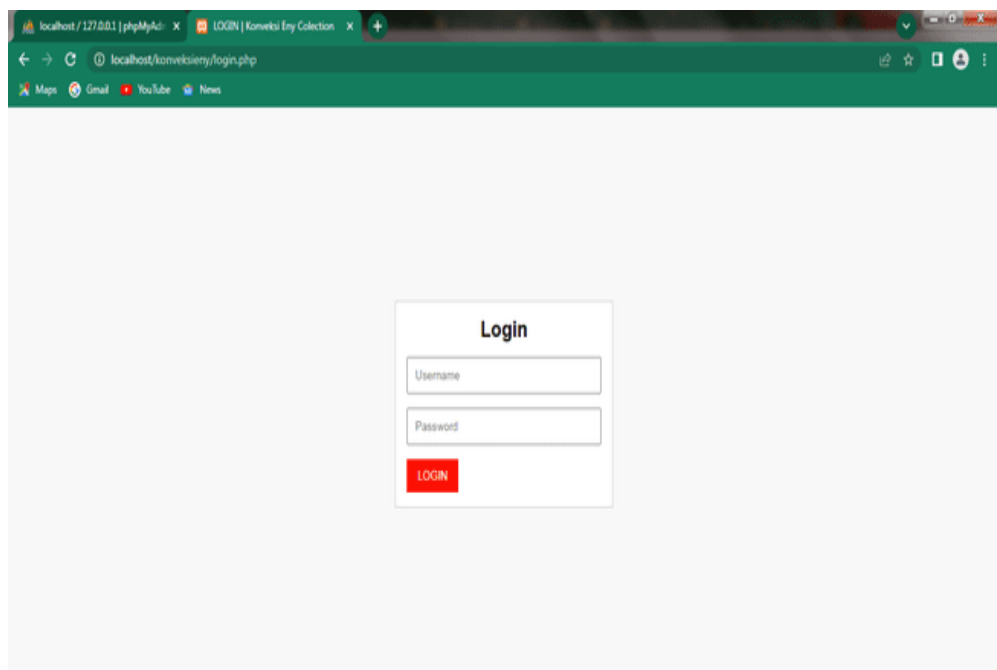
Gambar 6. ERD Sistem

5.1 Desain Sistem

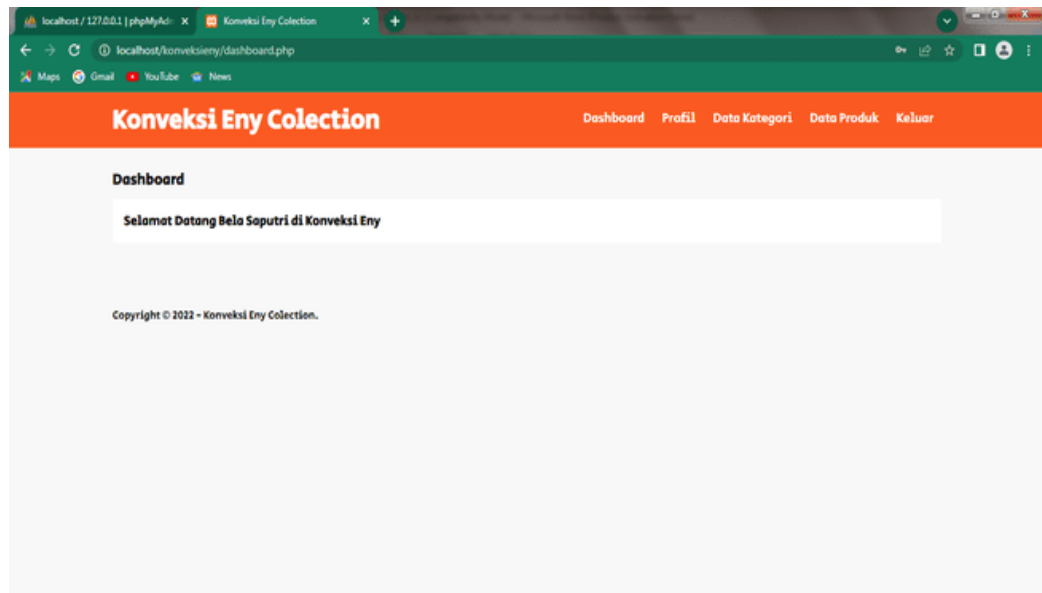
Tahap desain merupakan tahap perancangan atau penggambaran suatu sistem yang akan dikembangkan. Hubungan antara user dan komputer diimplementasikan oleh rancangan interface pada website Konveksi Eny. Interface yang dirancang berupa input data dan tampilan output kepada user yang berbentuk halaman website. Didalam pembuatan rancangan interface kebutuhan user terhadap sistem perlu diperhatikan agar user lebih mudah memahami dalam menggunakan sistem rancangan interface pada Konveksi Eny terdiri dari beberapa tampilan yaitu:

5.1.1. Tampilan Halaman Login

Untuk dapat melakukan update data admin dan data produk maka admin harus login terlebih dahulu dengan memasukkan username dan password admin. Interface login admin apabila data Name & Password adalah benar maka akan dilanjutkan ke Interface pengolahan data seperti pada gambar berikut ini :

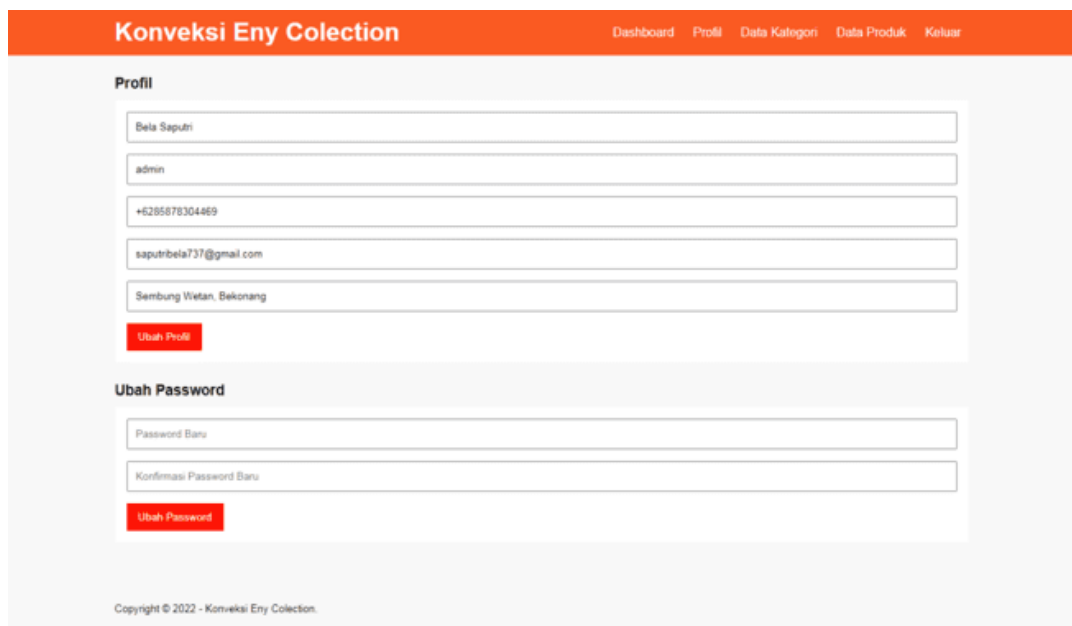


Gambar 7. Interface Login User Admin

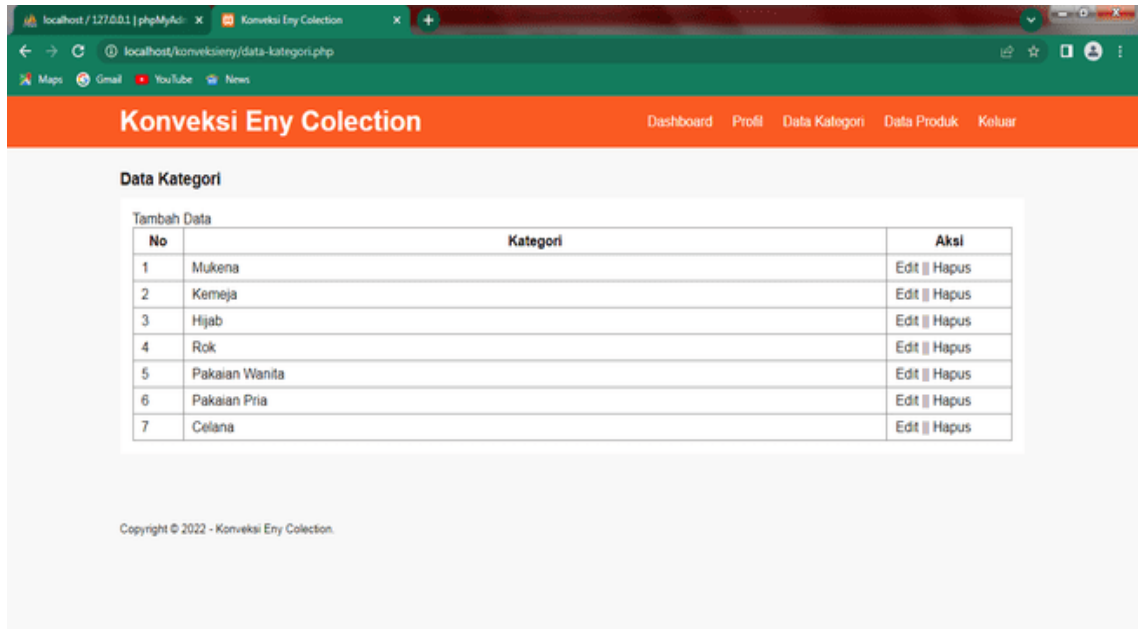


Gambar 8. Halaman Dashboard Admin

Dalam Dashboard admin ada beberapa sub bagian untuk mengelola data admin dan data produk. Berikut merupakan gambar dari profil admin dimana didalamnya admin dapat megolah data berupa biodata serta dapat merubah password admin dengan yang baru.

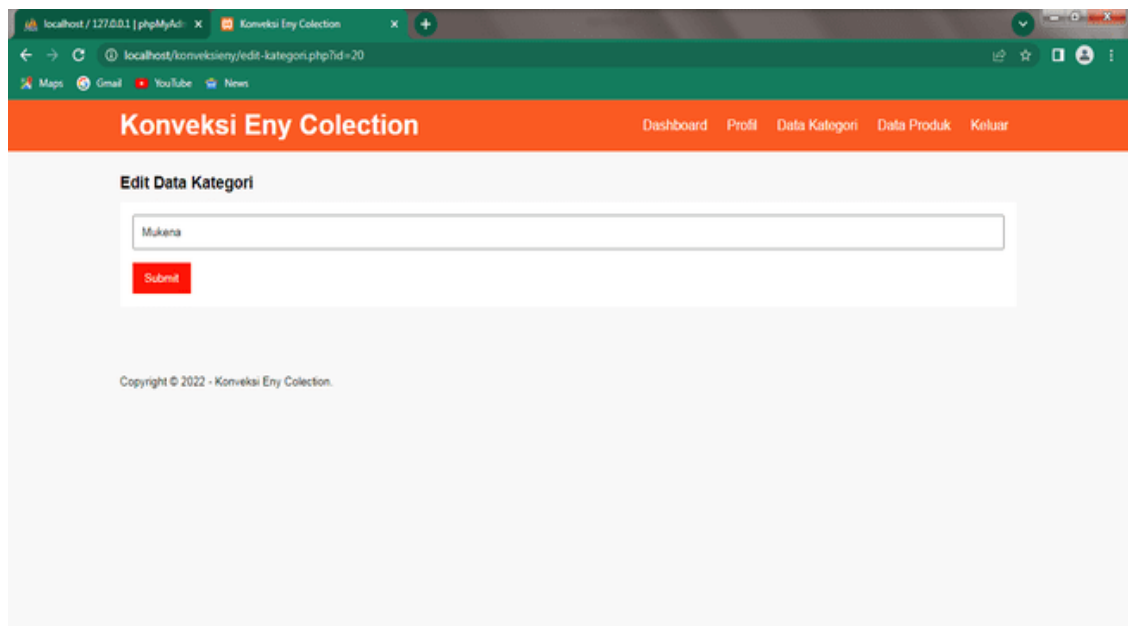


Gambar 9. Halaman Profil Admin



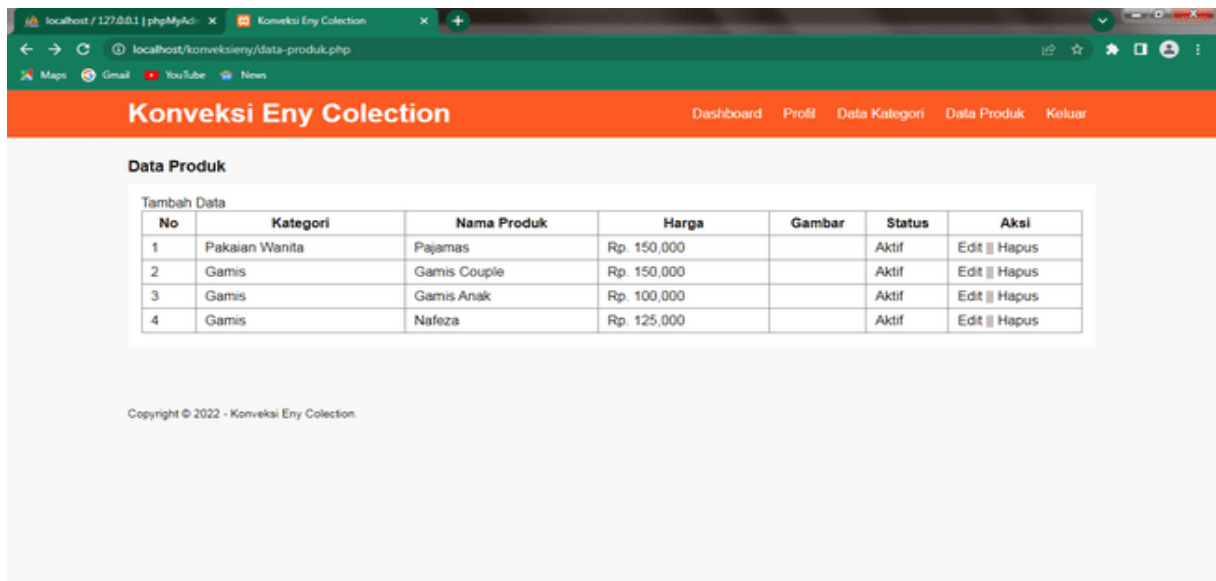
Gambar 10. Halaman Data Kategori

Dalam halaman kategori ini admin dapat mengolah produk dengan menambahkan kategori produk yang tersedia pada Konveksi Eny dimana dapat memudahkan pemilihan kategori produk ketika dikunjungi oleh customer. Terdapat user untuk mengedit data kategori dan menghapus data kategori ketika sudah tidak dibutuhkan seperti gambar di bawah ini:

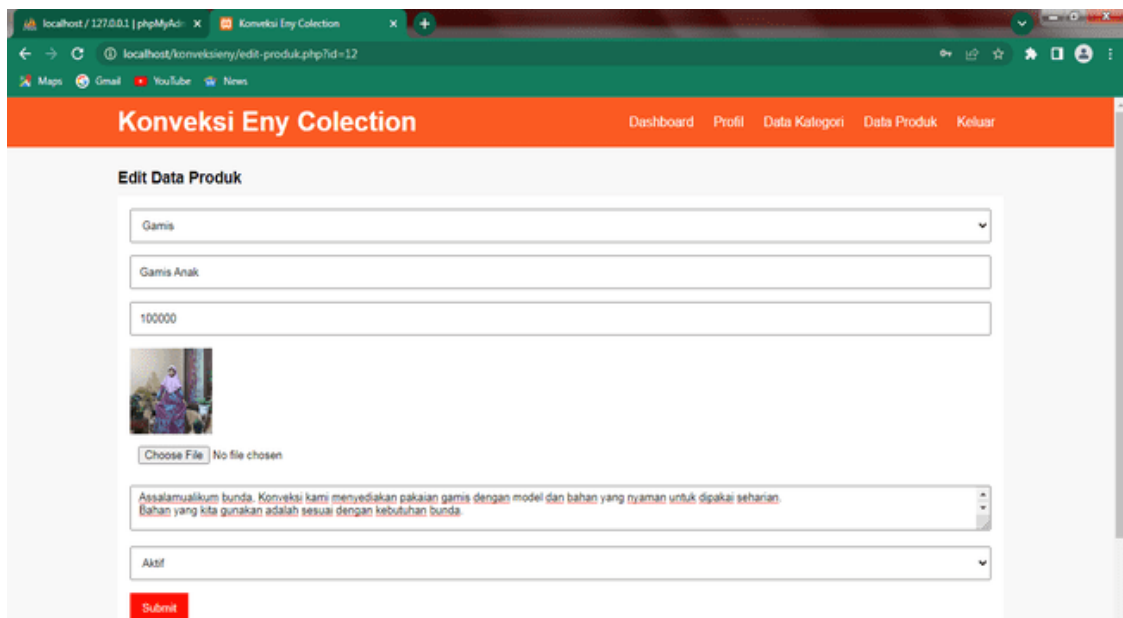


Gambar 11. Edit Data Kategori

Selain data kategori terdapat juga sub bagian berupa data produk dimana admin dapat mengolah produk yang terdapat dalam Konveksi Eny. Dalam data produk terdapat tambah data untuk menambahkan produk terbaru dan edit untuk mengedit data produk sesuai ketentuan, serta ada bagian hapus untuk menghapus produk yang sudah tidak perlukan.



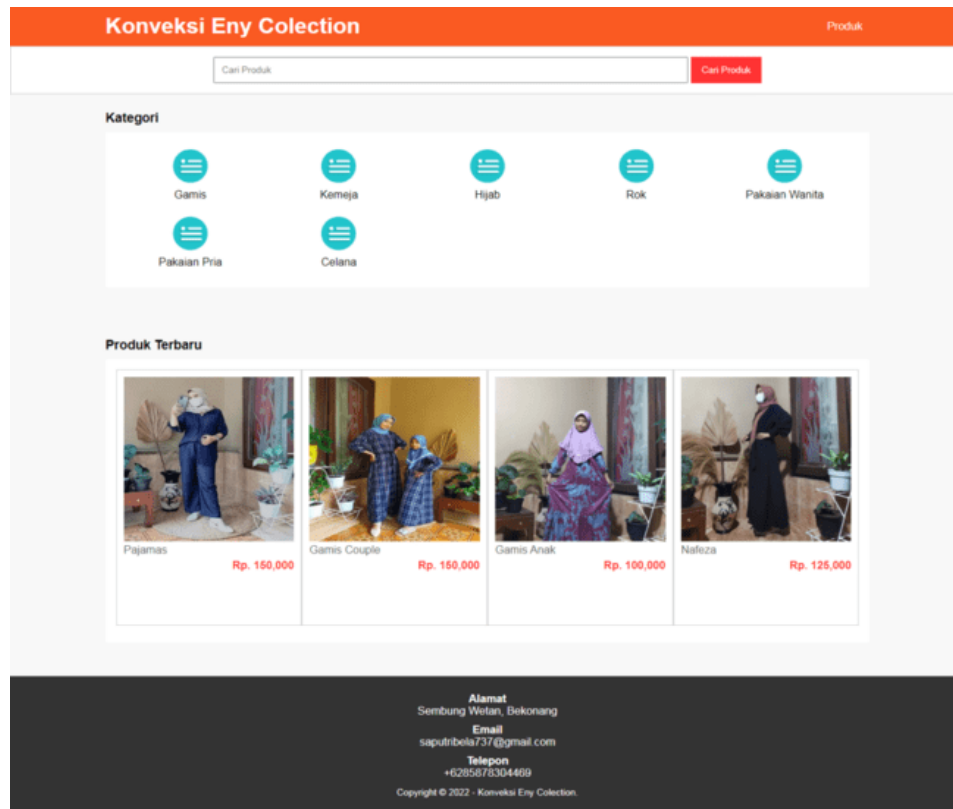
Gambar 12. Halaman Data Produk



Gambar 13. Halaman Edit Data Produk

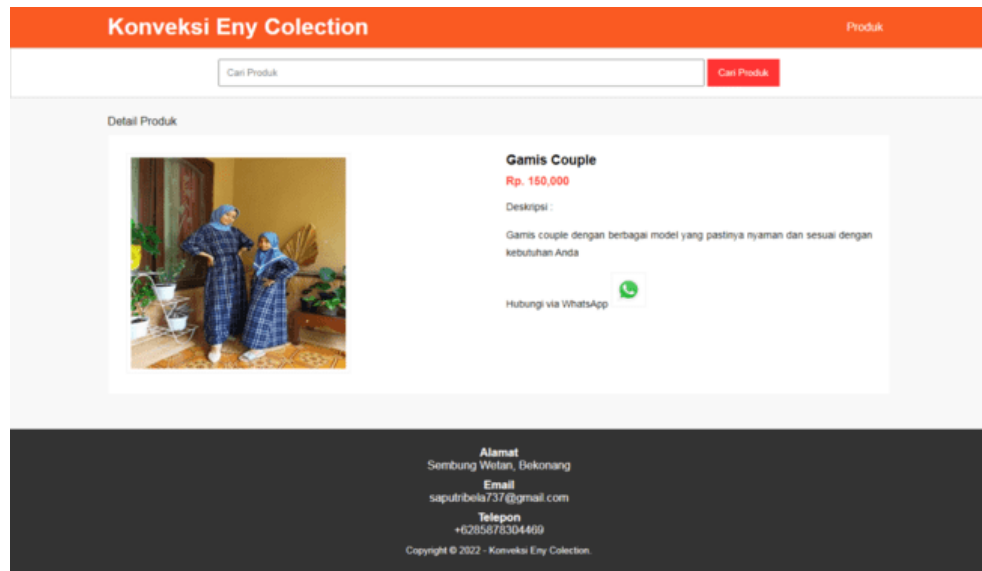
5.1.2. Tampilan Halaman Profil

Tampilan ini menggambarkan halaman awal Website Konveksi Eny pada saat dibuka oleh pengunjung. Gambar dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 14 . Halaman Website Konveksi Eny

Di website tersebut pengunjung dapat melihat berbagai produk yang di buat oleh Konveksi Eny, pengunjung dapat mencari melalui cari produk kemudian akan muncul produk yang dicari yang mana ketika produk tersebut dibuka akan muncul nama produk, kisaran harga, deskripsi produk dan informasi kontak WhatsApp yang dapat langsung dihubungi.



Gambar. Halaman Deskripsi Produk

6.1 Pengujian

Tahapan Pengujian dilakukan dengan menjalankan dan melihat keseluruhan fungsi-fungsi yang telah selesai di rancang atau di buat. Metode yang digunakan dalam tahap pengujian ini adalah metode *black box*. Metode *black box* merupakan pengujian yang berfokus pada pengujian persyaratan fungsional perangkat lunak, untuk mendapatkan serangkaian kondisi *input* yang sesuai dengan persyaratan fungsional suatu program. Dalam pengujian ini harus mendapatkan *output* yang sesuai yang diharapkan, berikut adalah tabel hasil pengujian yang dilakukan pada sistem informasi ini :

No	MODEL YANG DIJELI	PROSEDUR UJI	MAJUKAN	KELEHARAN YANG DILAMPAIKAN	HASIL YANG DIDAPAT	KESIMPULAN
1.	Login	Memasukkan User atau Password	1. User password salah input	1. Tak bisa login, muncul pesan gagal	1. login gagal muncul pesan	Model Login banyak sesuai yang diharapkan
			2. User password benar	2. Bisa login ke aplikasi	2. User bisa login	
2.	Edit profil admin	Mengisi data		Bisa mengisi dan mengubah data	User bisa mengisi dan mengubah data	Profil admin banyak sesuai yang diharapkan
3.	Ubah password	Mengisi data password		Dapat mengubah password	Password dapat diubah	Ubah password bisa sesuai yang diharapkan
4.	Data kategori	1. Menambahkan data kategori		1. Dapat menambahkan data kategori	1. User dapat menambahkan data kategori	Data kategori banyak sesuai yang diharapkan
		2. Mengedit data kategori		2. Dapat mengedit data kategori	2. User dapat mengedit data kategori	
		3. Menghapus data kategori		3. Dapat hapus data kategori	3. User dapat menghapus data kategori	
5.	Data Produk	Menambahkan data produk, mengedit data produk dan menghapus data produk	1. Dambor yang dimasukkan tidak sesuai yang diinginkan	1. Tidak dapat mengedit produk	1. Muncul format file tidak diinginkan	Data produk sudah banyak sesuai yang diharapkan
			2. Dambor yang dimasukkan sesuai yang diinginkan	2. Dapat mengedit produk	2. User dapat mengedit data produk	
6.	Keluar	Mencan tombol keluar		Dapat kembali pada halaman login	User dapat kembali ke halaman login	Tombol keluar sudah banyak sesuai dengan yang diharapkan
7.	Cari produk	Mengisi nama produk yang ingin dicari		Dapat muncul produk yang dicari sesuai kategori	User dapat menampilkan produk yang dicari	Pencarian produk dapat banyak sesuai yang diharapkan
8.	Detail produk	Mencan gambar produk		Dapat muncul gambar dan deskripsi produk	User dapat menampilkan gambar serta deskripsi produk dan juga informasi kembali yang diminta	Detail produk dapat banyak sesuai yang diharapkan

Gambar 15. Pengujian metode black box

7.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sistem informasi yang baik adalah sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan dapat memudahkan serta memecahkan permasalahan yang dialami pada pengguna baik itu instansi maupun perorangan, maka dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa sistem informasi pemasaran online dapat menghemat waktu dan mengurangi biaya sehingga dapat menambah omset pendapatan Konveksi Eny
2. Pada pengolahan sistem pemasaran website Konveksi Eny tidak perlu lagi penyimpanan data secara manual tapi sudah dapat menggunakan sistem pengolahan dengan teknologi informasi dalam mengolah data karena sudah adanya sistem basis data atau database untuk menambah, menyimpan, mengedit dan menghapus data.

DAFTAR PUSTAKA

- Muhammad Susilo. (2018)
 Rancang Bangun Website Toko Online Menggunakan Metode Waterfall. *InfoTekJar: Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan*, 2 (2), 98-105.
- Vinda Ayu Hajar Prastiti, Aloysius Tommy Hendrawan, dan Fatim Nugrahanti. (2019). Sistem Informasi Pemasraan Kerajinan Tangan Nonorganik Berbasis Website KKM Sragen. *Prossiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SENATIK)*, 1 (1), 168-173, 2019.
- Dr. Nisma Aprini.(2019). Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Hasil Pertanian Berbasis Web di Kota Pagar Alam.*Jurnal Informatika*, 7 (2), 2019
- Hery Mulyono. (2016).

Bela Saputri, et al | *Design of a Web-Based Fashion Product Marketing Information System (Case Study on Eny Polokarto Convection)*

Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web pada Toko Billy. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 1 (2), 2540-8011, 2016.

Raja Sabaruddin, Melly Juniarti, Ardiyansyah Adiyansyah, dan Wahyu Nugraha. (2020). Pengembangan Sistem Informasi Perusahaan Konveksi dan Sablon Berbasis Website Menggunakan Metode Waterfall. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*, 1 (1), 2020.