

Perancangan Aplikasi Katalog Digital Berbasis Web pada toko Istana Textile sebagai Media Promosi

Aulia Efranoza

Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang, Indonesia

auliaefranoza1999@gmail.com

Abstract

Good promotional and marketing activities can increase the selling power of products in a store. In conducting the research conducted on the Istana Textile Shop, it aims to improve the old system. By conducting direct observation to the field, several weaknesses were found from the system that was running at the Istana Textile Shop. The results of the analysis are applied in a web-based digital catalog application supported by the PHP MySQL programming language. With the design of this new system, it is expected to be more helpful in promotional and marketing activities and can increase the selling power of the Istana Textile store. From a financial perspective, there are cost savings for consumers in travel costs as well as entrepreneurs in promotion and marketing costs to a wider area.

Keyword : PHP, Digital Catalog, Promotion, Marketing.

Abstrak

Kegiatan promosi dan pemasaran yang baik dapat meningkatkan daya jual produk pada sebuah toko. Dalam melakukan penelitian yang dilakukan pada Toko Istana Textile ini bertujuan untuk memperbaiki sistem yang lama. Dengan dilakukan proses pengamatan langsung ke lapangan ditemukan beberapa kelemahan dari sistem yang sedang berjalan pada Toko Istana Textile tersebut. Hasil dari analisis tersebut diterapkan dalam sebuah aplikasi katalog digital berbasis web didukung bahasa pemrograman PHP MySQL. Dengan adanya perancangan sistem baru ini diharapkan dapat lebih membantu dalam kegiatan promosi dan pemasaran serta dapat meningkatkan daya jual pada toko Istana Textile. Dari segi keuangan, adanya penghematan biaya bagi konsumen dalam ongkos perjalanan maupun pengusaha dalam biaya promosi dan pemasaran ke wilayah yang lebih luas.

Kata Kunci : PHP, Katalog Digital, Promosi, Pemasaran.

© 2019 Judikatif

1. Pendahuluan

Berikut ini adalah petunjuk penulisan artikel dalam The yang tak luput dari pengaruh globalisasi. Yang mana era globalisasi telah menjangkau berbagai aspek kehidupan salah satunya aspek bisnis. Dimana para pelaku bisnis dituntut untuk mempersiapkan diri dalam persaingan bisnis yang semakin hari semakin kuat. Untuk itu diperlukan terobosan-terobosan baru yang akan membuka peluang lebih besar dalam menembus pasar.

Penggunaan komputer dijadikan alat untuk mencari kemudahan dan ketepatan dalam melakukan suatu proses pekerjaan terutama yang melibatkan banyak data. Hampir semua instansi-instansi baik yang bersifat negeri atau pemerintahan maupun bersifat swasta menggunakan sistem komputer, bahkan banyak usaha-usaha kecil menengah pun sudah memanfaatkan keberadaan sistem komputer dalam usahanya.

Salah satu contoh pemanfaatan komputer dalam bidang usaha yaitu pembuatan aplikasi katalog berbasis digital sebagai media promosi dan pemasaran serta meningkatkan daya jual pada toko. Katalog Digital

adalah media dengan memanfaatkan teknologi dimana sudah mendukung revolusi industri 4.0 yaitu katalog digital[1],[2].

Menurut Tjiptono Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Adapun yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan[3],[4].

Kegiatan promosi sangat penting dalam memasarkan suatu produk. Sedangkan dalam promosi kita memerlukan suatu media yang dapat membantu promosi sampai kepada target konsumennya. Dengan mudahnya akses dan penggunaan media digital, banyak pelaku bisnis yang sebelumnya menggunakan metode penjualan yang konvensional berpindah menuju platform yang lebih efisien, murah, dan mudah digunakan yaitu website. Dalam dunia bisnis, website adalah suatu kebutuhan bisnis yang telah maju untuk pengembangan usaha. Www atau world wide web atau

web merupakan sebuah sistem yang saling terkait dalam sebuah dokumen yang berformat hypertext yang berisi beragam informasi, baik tulisan, gambar, suara, video, dan informasi multimedia lainnya dan dapat diakses melalui sebuah perangkat yang disebut web browser[5],[6]. Website ini memiliki manfaat diantaranya yaitu konsumen tidak harus datang secara langsung ke lokasi untuk memilih barang yang diinginkan, terutama mengingat kondisi pandemi saat ini. Dari segi keuangan, adanya penghematan biaya bagi konsumen dalam ongkos perjalanan maupun pengusaha dalam biaya promosi dan pemasaran ke wilayah yang lebih luas.

Toko Istana Textile merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang Perdagangan dengan melakukan proses jual beli yaitu penjualan dan pembelian kain. Toko ini merupakan toko yang sedang berkembang dan juga memiliki pelanggan dari perorangan yang melakukan pemesanan barang secara kontinu. Dengan diterapkannya perancangan aplikasi katalog digital berbasis web memudahkan toko dalam melakukan promosi dan pemasaran serta meningkatkan daya jual pada toko tersebut.

1. Metodologi Penelitian

Dalam melakukan penelitian agar mendapatkan hasil seperti yang diharapkan, maka sekiranya diperlukan suatu metode penelitian yang biasa dilakukan yaitu[7],[8],[9]:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Dimana penulis terjun langsung kelapangan mengambil data yang dibutuhkan untuk mempromosikan data barang dengan melakukan analisa kualitas penjualan sehingga penulis dapat mengangkat judul Perancangan Aplikasi Katalog Digital berbasis web guna untuk mebantu pihak Toko Istana Textile dalam proses penjualan, dengan cara melakukan wawancara.

2. Penelitian Pustaka (*Library Research*)

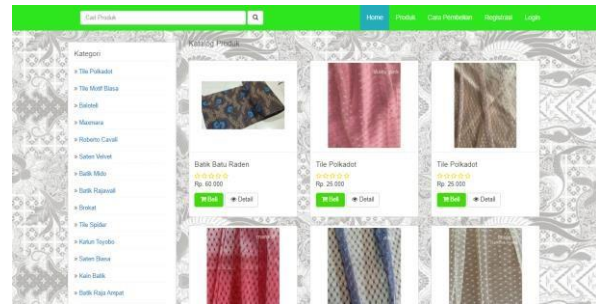
Dalam metode ini, penulis mencari sumber-sumber yang akan mendukung penelitian[10],[11]. Penelitian ini dilakukan dengan studi pustaka melalui buku-buku, jurnal-jurnal, dan materi dari perkuliahan agar dapat dijadikan landasan untuk menyelesaikan penelitian ini.

3. Penelitian Laboratorium (*Laboratory Research*)

Dalam metode ini penelitian dilakukan dengan cara menganalisa data serta merancang program atau perangkat lunak yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Setelah itu mempraktekannya secara langsung untuk mengetahui kebenaran pada suatu program yang di rancang[12],[13].

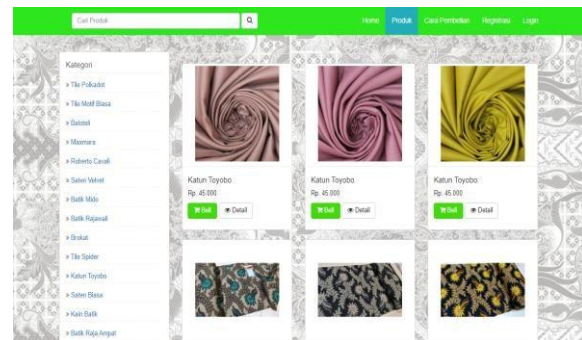
3. Hasil dan Diskusi

Berdasarkan pembahasan dalam perancangan sistem promosi, adapun hasil penerapan sistem yang telah dihasilkan dapat disajikan pada Gambar.1,2,3.



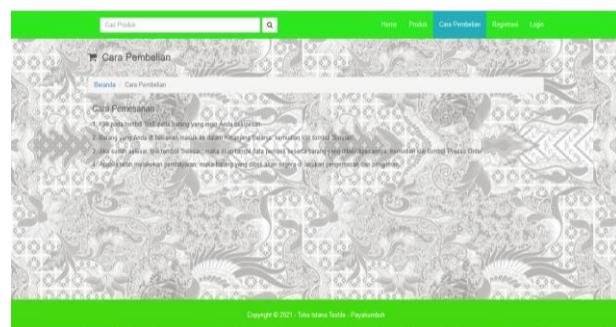
Gambar. 1 Halaman Utama Sistem

Gambar.1 menjelaskan bahwa sistem web promosi memberikan tampilan awal (Home) yang bertujuan untuk memaparkan content isi serta informasi. Dilanjutkan lagi sistem juga akan mampu menampilkan tampilan halaman produk yang dapat dilihat pada Gambar.2.



Gambar 2 Halaman Produk

Gambar.2 menjelaskan bahwa sistem web promosi menampilkan pilihan produk yang ditawarkan oleh sistem kepada costumer. Untuk membantu costumer dalam memberikan petunjuk penggunaan sistem, maka sistem juga memberikan tips yang memberikan cara pembelian yang dapat dilihat pada Gambar.3.



Gambar. 3 Halaman Tips Pembelian

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dan analisa perancangan sistem yang telah dilakukan pada Toko Istana Textile

maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu dengan katalog digital ini dapat mempermudah Toko Istana Textile dalam promosi dan pemasaran produk. Dengan aplikasi perangkat lunak ini pengelolaan data menjadi lebih efektif dan dapat meminimalisir biaya toko untuk mencetak katalog produk. Dengan program aplikasi katalog digital berbasis web ini dapat meningkatkan daya jual pada Toko Istana Textile.

Daftar Rujukan

- [1] Aini, A. (2007). Sistem Informasi Geografis Pengertian dan Aplikasinya. Diakses Dari [Http://stmik. Amikom. Ac. Id/](http://stmik.amikom.ac.id/)[Diakses 24 Maret 2013].
- [2] Fikri, N. (2019). Aplikasi Berbasis Web Untuk Pendataan Masuk Dan Keluar Barang Dagangan Pada Umkm Studi Kasus: Cv. Tiara Cell (Counter Gadget Dan Aksesoris). *Jurnal Ilmu Teknik Dan Komputer*, 3(2), 94. <https://doi.org/10.22441/jitkom.2020.v3.i2.003>
- [3] Heriyanto, Y. (2018). Perancangan Sistem Informasi Rental Mobil Berbasis Web Pada PT.APM Rent Car. *Jurnal Intra-Tech*, 2(2), 64–77.
- [4] Hernandhi, D. T., Astuti, E. S., & Priambada, S. (2018). DESAIN SISTEM INFORMASI PEMASARAN BERBASIS WEBSITE UNTUK PROMOSI (Studi Kasus pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(1), 1–10.
- [5] M Teguh Prihandoyo. (2018). Unified Modeling Language (UML) Model Untuk Pengembangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 3(1), 126–129.
- [6] Maulana, A., Sadikin, M., & Izzuddin, A. (2018). Implementasi Sistem Informasi Manajemen Inventaris Berbasis Web Di Pusat Teknologi Informasi Dan Komunikasi – BPPT. *Setrum : Sistem Kendali-Tenaga-Elektronika-Telekomunikasi-Komputer*, 7(1), 182. <https://doi.org/10.36055/setrum.v7i1.3727>
- [7] Parno, M. (2008). Konsep Dasar Sistem Informasi (Review). *Konsep Dasar Sisitem Informasi (Review)*, 1(1), 1–10. [arno.staff.gunadarma.ac.id › SI_01_Konsep_Dasar_SI](http://arno.staff.gunadarma.ac.id/SI_01_Konsep_Dasar_SI)
- [8] Prayudha, J. (2020). Perancangan E-Katalog Promosi STMIK Triguna Dharma Dengan Metode User Centered Design Untuk Meningkatkan Layanan Kualitas Promosi Berbasis Web dan Mobile. 4, 1140–1152. <https://doi.org/10.30865/mib.v4i4.2367>
- [9] Rumaikah, R. (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- [10] Sahara, S. (2019). SISTEM INFORMASI ABSENSI, PENILAIAN DAN GREAD JUARA KELAS SISWA MENGGUNAKAN DATABASE MySQL PADA SEKOLAH DASAR PERMATA HARAPAN I BATAM. *Jursima*, 7(1), 36. <https://doi.org/10.47024/js.v7i1.165>
- [11] Suryana, H., & Kuswara, H. (2020). Sistem Informasi Penerimaan Karyawan Baru Berbasis Web Pada Belanja Keramik Cikarang. 4(1), 25–30.
- [12] Wahyuni, R., & Irawan, Y. (2020). Aplikasi E-Book Untuk Aturan Kerja Berbasis Web Di Pengadilan Negeri Muara Bulian Kelas Ii Jambi. *Jurnal Ilmu Komputer*, 9(1), 20–26. <https://doi.org/10.33060/jik/2020/vol9.iss1.152>
- [13] Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20935>