

## ANALISIS DAN PENGEMBANGAN WEBSITE PROMOSI PADA YUDHI MEUBEL SRAGEN

Edy Susena, Anista Yulia Ratnawati, Edy Susanto

Politeknik Indonusa Surakarta  
email: edysusena@poltekindonusa.ac.id, anistayulia\_ratnawati@yahoo.co.id,  
edy\_skp@poltekindonusa.ac.id

### Abstrak

Teknologi informasi berkembang dengan pesat, hal ini dibuktikan semakin banyak pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi dalam membantu usahanya. Dengan menggunakan teknologi informasi data dan informasi dapat tersaji dengan cepat sesuai dengan kebutuhan. Untuk menghadapi era revolusi industri 4.0 yang mengedepankan penggunaan teknologi informasi pelaku usaha mau tidak mau harus dapat menerapkan teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Jika tidak dapat mengikuti teknologi pasti akan terlindas dan usahanya dapat gulung tikar.

Toko Meubel merupakan usaha yang bergerak dalam penjualan meubel. Di daerah pedesaan pelaku usaha meubel dalam penjualannya masing menggunakan cara tradisional yaitu informasi antar pembeli. Hal ini menyebabkan meubel tidak banyak dikenal oleh masyarakat. Dengan permasalahan itu maka peneliti akan melakukan analisis dan pengembangan model promosi secara online dengan metode Waterfall. Penelitian dimulai dengan melakukan pengumpulan data, melakukan analisis, mendesain, melakukan koding atau pengembangan sistem.

Hasil dari penelitian ini adalah peneliti telah berhasil melakukan analisis website promosi yaitu: website disetting dengan dua hak akses, yaitu admin dan user. Admin berhak melakukan manajemen dan setting website mulai dari mengatur identitas toko, mengatur data meubel yang akan dijual, mengatur meubel yang dipromosikan, mengatur kontak admin, sementara hak akses user adalah dalam melihat promo yang ditampilkan dalam website, melihat produk meubel, kontak kami. Desain yang telah dibuat adalah diagram konteks, bagan berjenjang dan desain input dan output. Kesimpulannya adalah sistem website promosi meubel telah berhasil dikembangkan dan sudah diimplementasikan.

**Kata kunci :** Website, Promosi, Yudhi, Meubel

### 1. PENDAHULUAN

Teknologi internet saat ini merupakan teknologi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Internet merupakan big data yang ada di dunia maya. Internet menyediakan berbagai sumber informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hampir semua informasi dapat disediakan oleh internet. Saat ini pelaku bisnis sudah menyediakan informasi melalui media internet, sehingga informasi dan profil perusahaan dapat diakses oleh semua orang yang terkoneksi dengan internet.

Indonesia memiliki banyak komoditi ekspor, salah satunya adalah furniture atau mebel. Meskipun bukan komoditas ekspor yang utama, namun furnitur turut andil dalam meningkatkan devisa negara. Hal ini menunjukkan bahwa industri furnitur Indonesia mulai bisa mengembangkan pasarnya. Ketersediaan bahan baku,

kebudayaan serta ketersediaan tenaga kerja menjadikan pemilik modal mulai melirik usaha furnitur karena usaha ini memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. (Fidiyati, Malik, Si, Budi, & Mm, 2018)

Salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Yudhi Meubel. Yudhi Meubel merupakan usaha yang dilakukan oleh masyarakat yang beralamatkan di Desa Guworejo, Karangmalang, Sragen. Awal mulanya Yudhi Mebel berdiri dengan modal sangat kecil hanya sebesar 5 juta. Dengan modal 5 juta Bapak Yudi dibantu dengan tenaganya berjumlah 1 orang mulai membuat dan memproduksi kursi dan almari. Seiring dengan perkembangan maka Yudhi Mebel terus berbenah dan mulai memproduksi berbagai mebel kebutuhan rumah tinggal seperti meja belajar, buffet, tempat tidur dll.

Bahan baku yang digunakan untuk membuat mebel adalah kayu antara lain kayu jati dan kayu maoni. Kadang juga membeli produk mentah dari luar kota yaitu dari Gemolong dan Jepara. Kemudian produk mentah tersebut dilakukan proses finishing. Potensi peluang usaha Yudhi mebel ke depan sangat baik. Hal ini ditunjukkan kebutuhan masyarakat terkait dengan mebel selalu meningkat. Saat ini Yudhi Meubel mengalami kesulitan dalam melakukan promosi karena keterbatasan tenaga pemasaran.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis akan memberikan solusi dengan membangun sistem informasi pemasaran secara online. Dengan adanya sistem promosi online atau website promosi ini diharapkan meubel – meubel yang di jual oleh Yudhi Meubel dapat terkenal dimasyarakat luas.

## 2. METODE PENELITIAN

### a. Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Yudhi Meubel Desa Guworejo, Karangmalang, Sragen. Dalam promosinya Yudhi Meubel belum menggunakan teknologi, masih menggunakan cara konvensional.

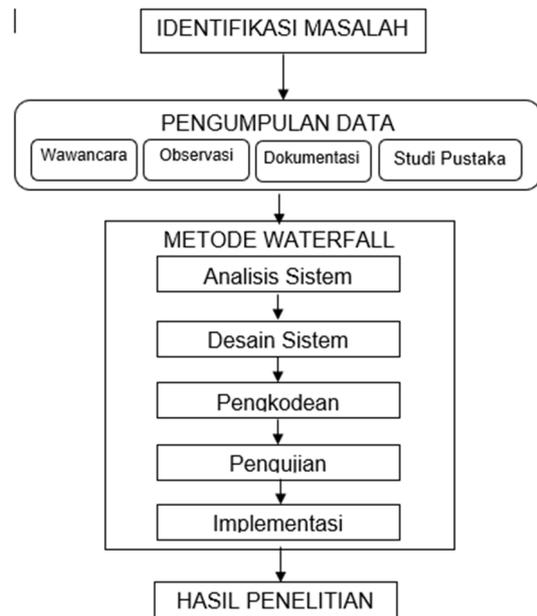
### b. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data peneliti dengan menggunakan metode sebagai berikut :

- 1) Metode Wawancara  
Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik Yudhi Meubel tentang cara yang digunakan untuk promosi, data meubel yang dijual, omset setiap bulan.
- 2) Metode Pengamatan  
Peneliti melakukan pengamatan langsung ke lokasi. Melihat langsung proses produksi, proses pemasaran dan proses transaksinya.
- 3) Metode Dokumentasi  
Peneliti mengumpulkan data – data yang dimiliki oleh Yudhi Meubel, antara lain: bukti penjualan dan katalog meubel
- 4) Metode Pustaka  
Peneliti menggunakan berbagai artikel publikasi, buku referensi untuk memudahkan dalam pengembangan website promosi

### c. Desain Penelitian

Desain penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 2. Desain Penelitian

## 3. TINJAUAN PUSTAKA

Indonesia sebagai negara berkembang di kawasan Asia yang 60% Produk Domestik Brutonya ditopang oleh produk- produk dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) perlu menerapkan strategi yang tepat dalam menghadapi era kompetisi global. UMKM yang telah terbukti dapat bertahan dari imbas krisis ekonomi pada tahun 1998 perlu didukung bukan hanya dari sisi permodalan tetapi juga dalam mencari pangsa pasar baru. Aplikasi teknologi informasi akan mempermudah UMKM dalam memperluas pangsa pasar, baik di dalam negeri maupun pasar luar negeri dengan efisien. Kabupaten Temanggung yang masuk dalam wilayah Provinsi Jawa Tengah memiliki lebih dari sepuluh ribu pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi (Disperindagkop) dan UMKM. Namun menurut data dari Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika (Dinhubkominfo), tidak lebih dari 5% dari pelaku UMKM di Temanggung yang melek Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan memanfaatkan TIK sebagai sarana promosi produk. Dari kenyataan tersebut maka peran serta pemerintah daerah mutlak diperlukan. Dengan menggunakan metode

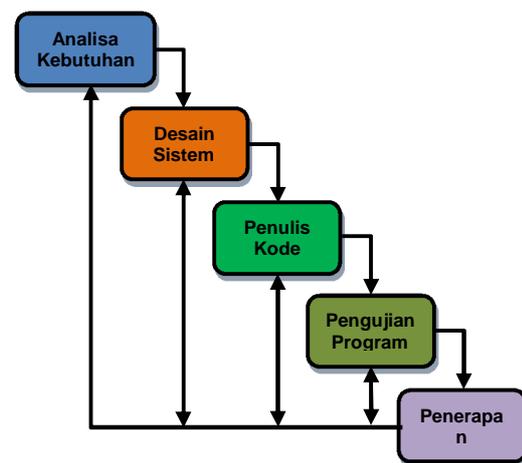
studi literatur dan interview kepada stakeholder, penelitian ini bertujuan untuk merancang website public e-marketplace produk UMKM di Kabupaten Temanggung. Waterfall model dipilih sebagai metode pengembangan sistem. Adapun responsif website dan customized design menjadi karakteristik dan nilai lebih sistem yang dirancang. Diharapkan dengan website public e-marketplace ini, UMKM di Kabupaten Temanggung dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing di era kompetisi global. (Prasetyo, Hartanto, & Selo, 2016)

Infomedia Komputer merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan komputer dan perangkat – perangkat yang berhubungan dengan komputer. Penggunaan Metode penjualan yang tepat sangat penting agar perusahaan bisa terus bersaing dengan perusahaan lain. Dalam hal ini Infomedia Komputer Surakarta masih menggunakan metode penjualan secara langsung dimana transaksi penjualan dilakukan di toko. Hal ini dinilai sudah tidak lagi efisien di jaman era modern ini yang semua sudah terintegrasi dengan internet. Karena itu perlu adanya peningkatan sistem atau metode dalam melakukan transaksi jual-beli. Untuk membuat suatu sistem penjualan online untuk meningkatkan penjualan di Infomedia Komputer Surakarta agar bisa terus bersaing dengan perusahaan lain. Pembuatan sistem ini berbasis pemrograman website. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan studi pustaka. Alat yang digunakan untuk merancang sistem yaitu Flowchart, Diagram Konteks, DFD (Data Flow Diagram), dan ERD. Hasil dari implementasi program yang sudah dibuat adalah website e-commerce dimana sudah membantu mempromosikan produk – produk yang dijual oleh Infomedia Komputer Surakarta. Pengelolaan dan pengoperasian yang mudah oleh admin dan pelanggan karena sistem menerapkan sistem friendly user. Sistem juga bisa di akses dengan perangkat apapun dan memiliki tampilan yang responsive. (Susena & Santoso, 2019)

Tim peneliti telah berhasil menganalisis E\_Marketplace sesuai dengan hasil pengumpulan data. Tim peneliti telah berhasil merancang E-Marketplace bagi UMKM. E-Marketplace yang dirancang dapat digunakan oleh admin, UMKM dan user.

Admin bertugas mengelola E-Marketplace dan memiliki hak akses penuh. UMKM dapat melakukan pendaftaran secara online dan mengelola produk – produknya dalam E-Marketplace. User atau pembeli dapat melakukan pencarian data di E-Marketplace sesuai yang diinginkan. Untuk melakukan transaksi user dapat berinteraksi langsung dengan UMKM sesuai dengan data yang diberikan dalam E-Marketplace. E-Marketplace dapat digunakan untuk pemasaran bersama produk – produk UMKM. E-marketplace ini dapat diakses di [www.umkmonline.com](http://www.umkmonline.com) (Susena & Susanto, 2019)

Kemunculan model air terjun adalah untuk membantu mengatasi kerumitan yang terjadi akibat proyek – proyek pengembangan perangkat lunak (Boehm, 1976). Model ini diperoleh dari proses *engineering* lainnya. Model ini menawarkan cara pembuatan perangkat lunak secara lebih nyata. Disebut *waterfall* (berarti air terjun) karena memang diagram tahapan prosesnya mirip dengan air terjun yang bertingkat. Output dari setiap tahap merupakan input bagi tahap berikutnya. Pada model waterfall ini berisi rangkaian aktivitas proses dan disajikan dalam proses yang terpisah. Setelah setiap langkah didefinisikan langkah tersebut dianggap selesai dan pengembangan dilanjutkan pada langkah berikutnya. Berikut adalah Gambar *Waterfall Model*:



Gambar 1. Metode Waterfall

Berdasarkan gambar fase-fase dalam Waterfall Model menurut referensi Sommerville (2001) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Analisa Kebutuhan** (*Requirements analysis and definition*) ialah mengumpulkan kebutuhan secara lengkap kemudian dianalisis dan didefinisikan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh program yang akan dibangun. Fase ini harus dikerjakan secara lengkap untuk dapat menghasilkan desain yang lengkap. Seluruh kebutuhan software harus dapat didapatkan dalam fase ini, termasuk didalamnya kegunaan software yang diharapkan pengguna dan batasan software. Informasi ini biasanya dapat diperoleh melalui wawancara, survey atau diskusi. Informasi tersebut dianalisis untuk mendapatkan dokumentasi kebutuhan pengguna untuk digunakan pada tahap selanjutnya.
2. **Desain Sistem** (*Sistem and software design*) yaitu desain dikerjakan setelah kebutuhan selesai dikumpulkan secara lengkap. Tahap ini dilakukan sebelum melakukan coding. Tahap ini bertujuan untuk memberikan gambaran apa yang seharusnya dikerjakan dan bagaimana tampilannya. Tahap ini membantu dalam menspesifikasikan kebutuhan hardware dan sistem serta mendefinisikan arsitektur sistem secara keseluruhan.
3. **Penulisan kode program** (*Implementation and unit testing*) ialah desain program diterjemahkan ke dalam kode-kode dengan menggunakan bahasa pemrograman yang sudah ditentukan. Program yang dibangun langsung diuji baik secara unit. Dalam tahap ini dilakukan pemrograman. Pembuatan software dipecah menjadi modul-modul kecil yang nantinya akan digabungkan dalam tahap berikutnya. Selain itu dalam tahap ini juga dilakukan pemeriksaan terhadap modul yang dibuat, apakah sudah memenuhi fungsi yang diinginkan atau belum.
4. **Pengujian program** (*Integration and sistem testing*) yaitu penyatuan unit-unit program kemudian diuji secara keseluruhan (sistem testing). Di tahap ini dilakukan penggabungan modul-modul yang sudah dibuat dan dilakukan pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah software yang dibuat telah sesuai dengan desainnya dan masih terdapat kesalahan atau tidak.

5. **Penerapan Program** (*Operation and maintenance*) yaitu mengoperasikan program dilingkungannya dan melakukan pemeliharaan, seperti penyesuaian atau perubahan karena adaptasi dengan situasi sebenarnya. Ini merupakan tahap terakhir dalam model waterfall. Software yang sudah jadi dijalankan serta dilakukan pemeliharaan. Pemeliharaan termasuk dalam memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada langkah sebelumnya. Perbaikan implementasi unit sistem dan peningkatan jasa sistem sebagai kebutuhan baru. (Susena, 2016)

Saat ini pemasaran yang ada pada Toko Billy dilakukan secara manual yaitu melalui telpon, sms dan datang langsung ke rumah pelanggan untuk menawarkan produk/barang yang ditawarkan, sehingga dapat menghemat waktu (pemasaran 24jam) dan mengurangi biaya sehingga dapat menambah omset pendapatan toko billy. Adapun tujuan penelitian ini penulis menganalisis serta merancang sistem informasi pemasaran berbasis web pada Toko Billy untuk meningkatkan pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode prototype sesuai judul yang diambil yaitu analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran pada toko Billy. Sistem pemasaran berbasis web / Online adalah salah satu fasilitas layanan pemasaran yang harus digunakan secara terus menerus oleh pihak Toko agar tercapainya pemasaran produk yang baik, sesuai kemajuan teknologi informasi, dimana user dapat mengetahui informasi pemasaran secara langsung tentang produk yang dipasarkan toko tersebut. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menambah jumlah link, gambar produk pemasaran untuk menarik pengunjung dan menggunakan jasa advertising marketing. (Rahmawati & Mulyono, 2016)

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Analisis Sistem

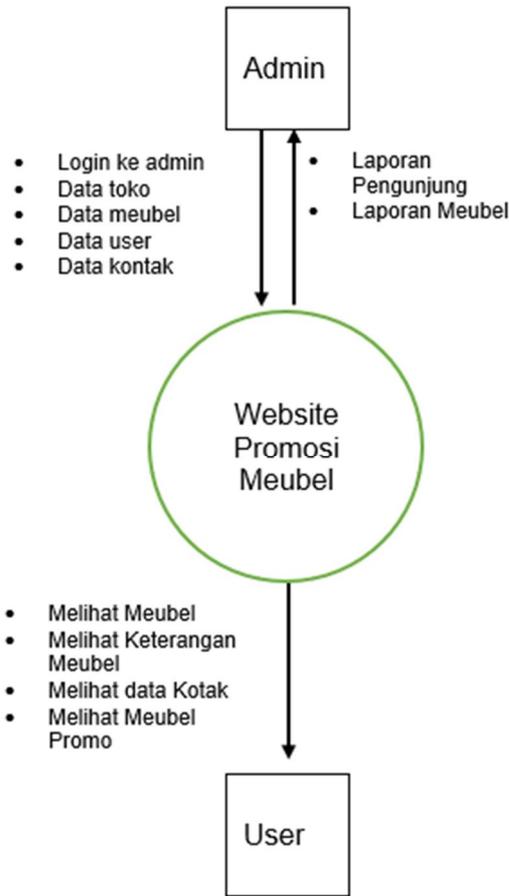
Data yang terkumpul kemudian dilakukan analisis untuk menentukan fitur sistem yang akan dikembangkan. Hasil analisis sistem website promosi meubel sebagai berikut:

1. Terdiri dua hak akses (admin dan User)
2. Admin dapat mengelola semua manajemen website, mengelola meubel,

- data promo, data meubel baru
- 3. User dapat melihat produk meubel, melihat kontak

**b. Desain Sistem**

Desain sistem yang dikembangkan adalah desain diagram konteks. Desain ini menggambarkan secara umum sistem yang akan dikembangkan. Dengan adanya desain diagram konteks ini peneliti akan mudah untuk mengembangkan sistemnya. Disamping itu peneliti juga melakukan desain input, output website. Berikut gambar desain diagram konteks:



Gambar 3. Diagram Konteks

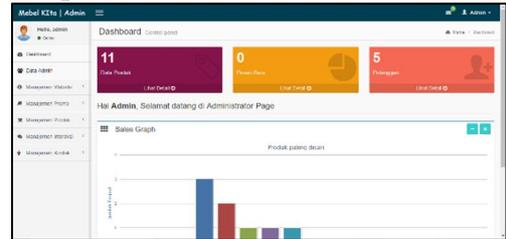
**c. Penerapan Program**

1. Menjalankan sistem informasi pemasaran dengan cara buka aplikasi *browser* yang ada pada komputer . Contohnya : Firefox, Explorer, Opera , dll.  
Ketikkan alamat url:  
<http://yudhimebel.store/>
2. Tampilan *login*



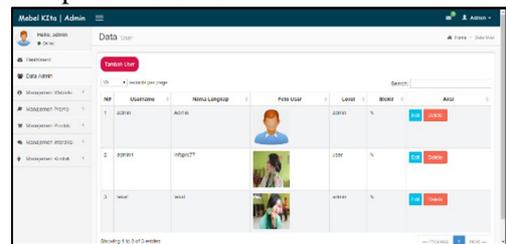
Gambar 4. Tampilan *Login*

3. Tampilan Menu Utama



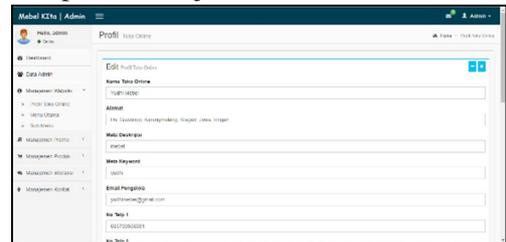
Gambar 5. Tampilan Menu Utama

4. Tampilan Data Admin



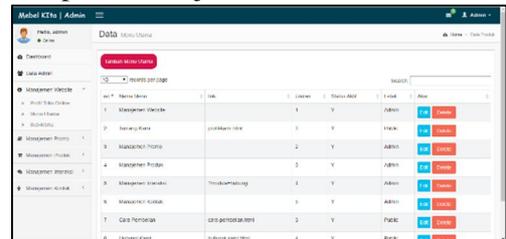
Gambar 6. Tampilan Data Admin

5. Tampilan Manajemen Profil Toko



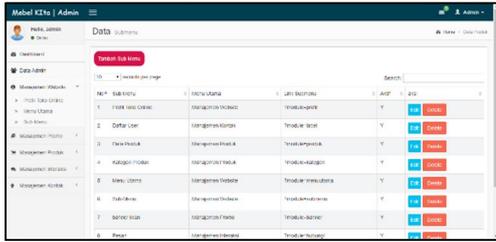
Gambar 7. Tampilan Manajemen Profil Toko

6. Tampilan Manajemen Menu Utama



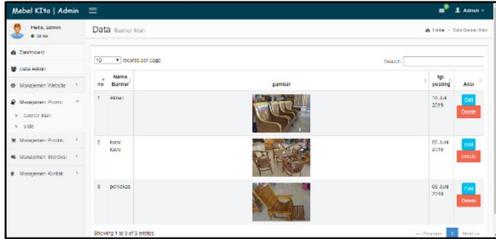
Gambar 8. Tampilan Manajemen Menu Utama

7. Tampilan Manajemen Sub Menu



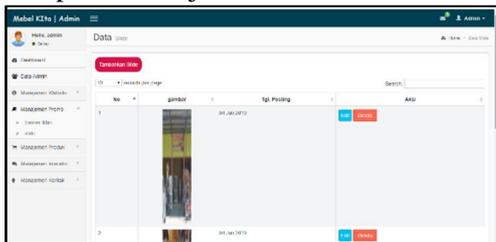
Gambar 9. Tampilan Manajemen Sub Menu

8. Tampilan Manajemen Banner Iklan



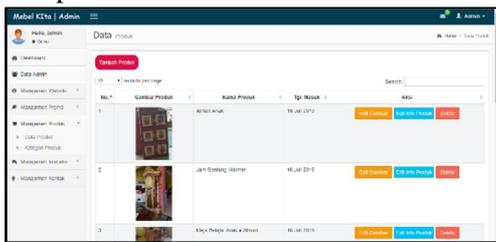
Gambar 10. Tampilan Banner Iklan

9. Tampilan Manajemen Slide



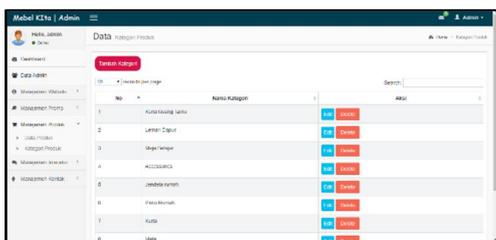
Gambar 11. Tampilan Slide

10. Tampilan Data Produk



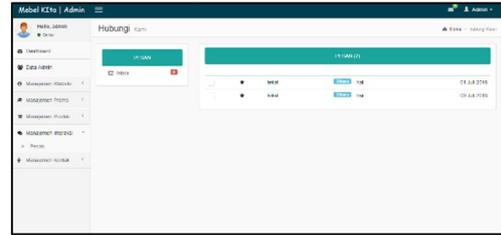
Gambar 12. Tampilan Form Data Produk

11. Tampilan Kategori Produk



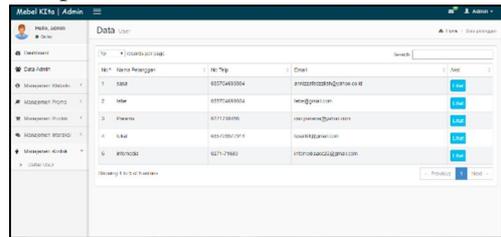
Gambar 13. Tampilan Form Kategori Produk

12. Tampilan Manajemen Interaksi



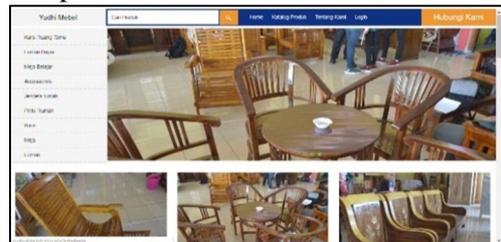
Gambar 14. Tampilan Pesan

13. Tampilan Data User



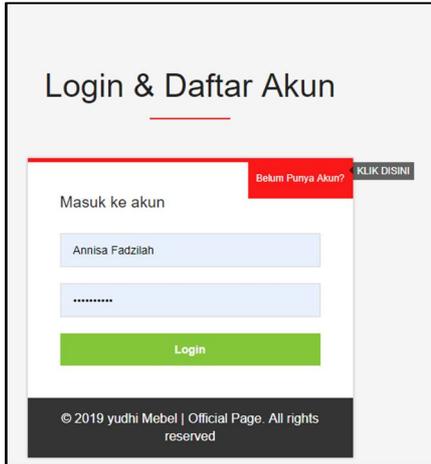
Gambar 15. Tampilan Form Data User

14. Tampilan Utama User



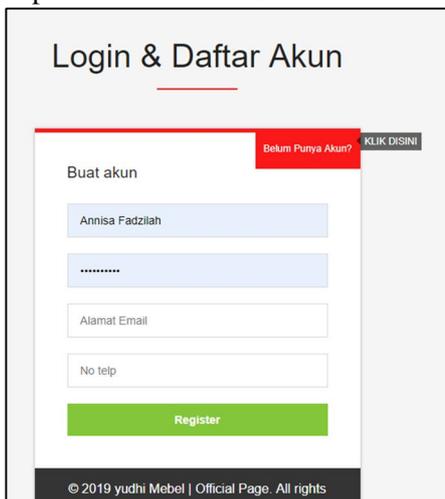
Gambar 16. Tampilan Utama User

### 15. Tampilan *Login User*



Gambar 17. Tampilan *Login User*

### 16. Tampilan *Daftar Akun User*



Gambar 18. Tampilan *Daftar Akun User*

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Website promosi ini dikembangkan untuk membantu Yudhi Meubel dalam mempromosikan produk meubel secara online
- 2) Dalam website promosi ini user dapat melihat produk – produk baru dan lama beserta harga dan keterangan produknya
- 3) User dapat mengunduh katalog meubel yang dimiliki Yudhi Meubel
- 4) Website Yudhi Meubel dilengkapi dengan counter visitor untuk mengetahui berapa user yang telah membuka website ini

### b. Saran

Program aplikasi ini belum sempurna, maka penulis menyarankan agar website promosi ini dikembangkan untuk fitur penjualan secara online, fitur pengiriman dan keranjang pembelian. Di bagian admin perlu ditambahkan fitur laporan penjualan sehingga admin dapat mengetahui transaksi penjualans secara online.

## 6. REFERENSI

- Fidiyati, N., Malik, J., Si, S. P. M., Budi, L., & Mm, H. S. E. (2018). STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI MEBEL DALAM MENEMBUS PASAR GLOBAL MELALUI ANALISIS SWOT (Studi Kasus pada CV Mandiri Abadi Jepara) Nur. *Journal of Management*, 4(4).
- Prasetyo, E. K., Hartanto, R., & Selo. (2016). Perancangan Website Public E-Marketplace Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, (Snik), 238–246.
- Rahmawati, N., & Mulyono, H. (2016). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran berbasis Web pada Toko Billy. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 1(2), 104–116. Retrieved from <http://jurnalmsi.stikom-db.ac.id/index.php/jurnalmsi/article/view/44/38>
- Susena, E. (2016). *ANALISIS DAN DESAIN SISTEM (ANSI)* (2nd ed.; I. F. Iriyanti, ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Susena, E., & Santoso, T. B. (2019). Sistem Penjualan Online Berbasis Website : Studi Kasus di Infomedia Komputer. *Jurnal Elektronika, Listrik Dan Teknologi Informasi Terapan (ELTI)*, 1(1), 38–44.
- Susena, E., & Susanto, E. (2019). ANALYSIS AND DESIGN E-MARKETPLACE FOR MICRO , SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES. *International Journal of Innovative Research in Advanced Engineering (IJIRAE)*, 6(09), 601–609.