MEDIA PEMASARAN DIGITAL "LEMBAGA PERKREDITAN DESA ADAT PETANG"

Ni Made Kariati[1)], Ni Nyoman Teristiyani W[2)]
[1,2]Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali
Email: dekariati@pnb.ac.id

Abstrak - Lembaga Perkreditan Desa(LPD) milik Desa Adat Petang saat ini memiliki beberapa produk seperti tabungan, kredit dan deposito. Kredit menjadi produk menarik karena berlokasi strategis dan memiliki beberapa keungulan dibandingkan perbankan, seperti kemudahan proses, lokasi dan faktor kedekatan masyarakat dengan lembaga milik desanya sendiri.

Pertumbuhan organisasi dan peningkatan profit akan memacu manajemen terus berkinerja lebih baik. Prinsip ekonomi yang melakukan pengorbanank yang cenderung diminimalisir sebisa mungkin namun dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih besar harus dapat berjalan selaras dengan prinsip *"Ngayah"* yang diterapkan dalam organisisa Lembaga Perkreditan Desa Adat Petang. Untuk menjaga Pertumbuhan dan keuntungan Lembaga maka diperlukan perluasan pasar dari LPD, melihat trend teknologi, effektivitas pemanfaatan media pemasaran, keuntungan media digital, maka Media Pemasaran Digital menjadi salah satu alternatif dalam mengekspansi pasar.

Tujuan jangka panjang yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah, memicu adanya trobosan pemanfaatan media digital dalam memperluas pemasaran LPD Desa Adat Petang. Serangkaian kegiatan yang dilakukan adalah mengikuti metode pengembangan SDLC yaitu perencanan, analisi, desain dan implementasi. Tahap perencanaan dilakukan pengumpulan berbagai data dan informasi tentang LPD,informasi tentang produk-produk yang ditawarkan LPD, proses dalam melakukan transaksi. Tahap selanjutnya adalah membuatkan desain media pemasaran digital berbasis web,sehingga relevan dengan kebutuhan informasi bagi manajemen dan konsumen.

Kata Kunci : LPD, Media, Pemasaran, digital, SDLC

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada era globalisasi saat ini mendorong keinginan dan tuntutan kebutuhan manusia terhadap suatu hal serba cepat, tepat, dan akurat. Kebutuhan informasi bukan hanya sebagai pelengkap untuk menjalankan aktivitas kerja tetapi menjadi kebutuhan dalam pencapaian tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi seperti dunia usaha guna kelancaran dalam pemrosesan transaksi seperti transaksi tabungan dan kredit**.** Penggunaan komputer yang meluas memicu pengembangan media berbasis *software* komputer. Media berbasis *software* komputer dapat mendukung multimedia sekaligus memperoleh manfaat penggunaan bahasa program yang mampu mengaplikasikan unsur-unsur interaktivitas pembelajaran ke dalam media aplikasi. Dengan teknologi informasi, dokumen yang berisi data dan informasi dapat disimpan pada sebuah komputer yang dilengkapi dengan fasilitas storage, dan dapat diakses informasinya

Lembaga Perkreditan Desa (LPD)Adat petang yang beralamat di desa adat Petang memiliki perkembangan cukup pesat. LPD Desa Adat Petang sejak berdiri dari Tahun 1985 dengan SK Gubernur Bali No 495 Tahun 1985 memiliki produk seperti Tabungan, kredit dan Deposito. Produk-produk ini juga masih memiliki turunan seperti misalnya produk kredit, ada kredit peminjaman murni, kredit motor, kredit laptop dan kredit Hp. Permohonan kredit berkembang cukup pesat di masyarakat didukung dengan sebagian besar anggota bergerak bidang usaha jasa perdagangan, hal ini cukup strategis karena posisi LPD berada di jantung perekonomian Kecamatan Petang

Lembaga dalam hal ini LPD dalam mencapai tujuannya selalu berusaha memperkenalkan produk atau jasa perusahaannya kepada masyarakat luas agar menimbulkan suatu keinginan untuk membeli produk atau memakai jasa yang dihasilkannya, disamping itu perusahaan juga selalu berusaha untuk dapat menguasai pasar-pasar serta menginginkan agar daerah pemasaran untuk produknya dapat mencapai seluas-luasnya. Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk memuaskan keinginan yang merupakan kebutuhan konsumen atau pembeli potensial. Dalam menetapkan program-program pemasaran, variabel-variabel keputusan memegang peranan yang sangat penting. Perencanaan atau pertimbangan mengenai variabel tersebut perlu dilakukan untuk memperoleh kombinasi terbaik. Seiring perkembangan zaman, metode pemasaran produk pun terus berkembang. Setelah teknologi internet diciptakan dan mudah diakses oleh semua kalangan. Maka bertambahlah satu lagi metode pemasaran yaitu secara digital (*digital marketing*). Pemasaran digital memudahkan para pelaku usaha karena aktivitas bisnis mereka bisa dilaksanakan dengan relatif lebih cepat, mudah

dan murah. Melalui pemasaran digital, para pelaku usaha lebih mudah menjangkau konsumennya. Metode pemasaran secara digital dianggap sesuai dengan kondisi lembaga. Mengingat pengguna internet terus bertambah. Dan banyaknya konsumen yang mengakses internet secara praktis melalui ponsel maupun piranti elektronik pribadi lainnya.

Bedasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang diangkat penulis pada penelitian ini adalah Bagaimana Merancang Dan Implementasi Media Pemasaran Digital Lembaga Perkreditan Desa (LPD)Adat Petang untuk memperluas pasar sehingga nanti berujung pada peningkatan profit Lembaga dalam mensejahtrakan masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu trobosan media pemasaran lembaga keuangan, yang memiliki culture tradisional yang mengikuti perkembangan ipteks moderen dalam menjaga kepuasan para nasabahnya. Bagi peneliti, penelitian ini dapat mengimplementasikan kewajiban pelaksanaan salah satu tri dharma perguruan tinggi.

2. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian akan dilakukan di Lembaga Perkreditan Desa Adat Petang yang berlokasi di Desa Adat Petang, Desa Petang, Kecamatan Petang Kabupaten Badung 80353. Objek Penelitian ini adalah Media Pemasaran Digital di Lembaga Perkreditan Desa Adat Petang Metode yang digunakan dalam modul pengolahan data untuk membangun Sistem Pendukung Pengambilan Kepetutusan adalah mengikuti Siklus Pengembangan Sistem Informasi (SDLC)

Penelitian ini dilaksanakan Mengikuti siklus daur hidup system atau yang lebih sering dikenal dengan *system development life circle (SDLC)* dengan langkah-langkah perencanaan, analis, desain, implementasi, maintenance dan sistem dengan langkah kerja seperti berikut ini:

a. Pengumpulan Data / Perencanaan

Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data terkait dengan pelayanan dalam penyediaan informasi di lembaga perkreditan desa adat petang. Dalam proses ini juga dilakukan kajian atas pustaka terkait proses tahapan-tahapan pemeriksaan dokumen dan bagian-bagian yang berhak melakukan validitas. Proses pengumpulan data ini akan digunakan sebagai dasar analisa sistem agar memberikan fondasi yang kuat bagi kepentingan penyusunan desain supaya dapat memenuhi kebutuhan proses bisnis yang diperlukan saat diimplementasika

b. **Analisa dan Perancangan Sistem**

Pada tahap ini akan dilakukan proses analisa kebutuhan sistem dengan menyusun DFD, Flowchart dan desain interface.

c. **Desain dan Implementasi**

Pada tahap ini akan dilakukan proses implementasi sistem dengan tahapan sebagai berikut:

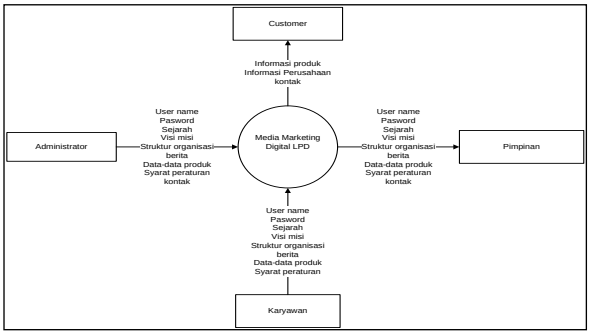
- Pemrograman
  Pada tahap ini dilakukan implementasi rancangan sistem ke dalam bahasa pemrograman dan hasilnya adalah dalam bentuk kamus data lengkap
- Pengujian
  Pada tahapan ini dilakukan pengujian sistem untuk mengetahui apakah desain yang telah dibuat sudah bisa memenuhi aspek kebutuhan data dan tujuan kontrol yang diharapkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai pada penelitian ini baru tahap persiapan adalah sebagai berikut. Tahap pertama dari system development life circle yaitu perencanaan, penulis melakukan pengumpulan data dan informasi di lokasi, pada tahapan ini dari hasil diskusi dengan pihak lembaga belum ada desain yang pernah direncanakan atau dibuat. Data-data yang diperoleh adalah jenis produk yang ditawarkan lembaga, struktur organisasi dan aturan-atturan yang berlaku di tiap produk. Dari data wawancara dan dokumen yang diperoleh maka tahapan berikut yang dilakukan adalahtahap desain. Di tahap desain yang di proses adalah desain DFD(data Flow Diagram), Flowchart, hipo dan interface.

3.1. Data Flow Diagram (DFD)

Dalam penelitian ini Entitas yang terlibat adalah entitas administrator yang bertugas untuk memelihara web dan kontent informasi tentang web LPD. Administrator akan dibantu oleh entitas pegawai, sedangkan entitas customer dan entitas pimpinan akan mendapatkan informasi keluaran dari sistem yang ditampilkan dalam web.

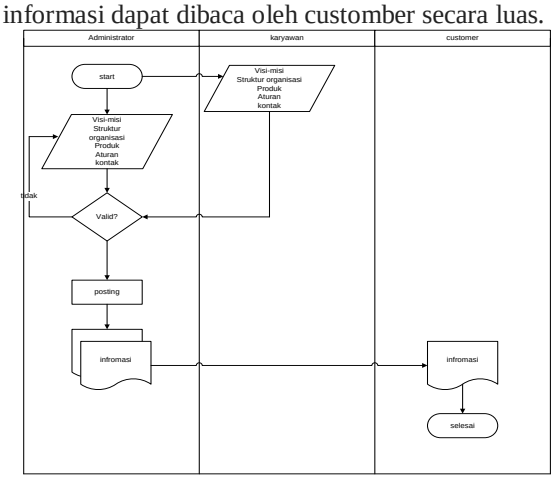


Gambar 1. menunjukkan diagram kontek Sistem

3.2 Flowchart

Flowchart atau diagram alir adalah sebuah jenis diagram yang mewakili algoritme, alir kerja atau

proses, yang menampilkan langkah-langkah dalam bentuk simbol-simbol grafis, dan urutannya dihubungkan dengan panah. Flowchat gambar 2 menampilkan tiga entitas yang berkontribusi dalam penggunaan sistem, entitas administratos memulai bersama karyawan bekerja menginputkan data dan informasi yang akan ditampilkan dalam laman LPD, data0data dapat berupa : visi dan misi, struktur organisasi, aturan-aturan, produk-produk yang ditawarkan oleh LPD, data yang diinput sebelum di ungah , akan dilakukan verifikasi oleh administrator apakah sesuai dengan kontent atau tidak, jika tidak sesuai akan dilakukan perbaikan sampai dinyatakan valid. Dan apabila data maupun informasi sudah valid maka dilakukan proses pengungahan atau *posting*. Setelah data di ungah outputnya berupa informasi dapat dibaca oleh customber secara luas.

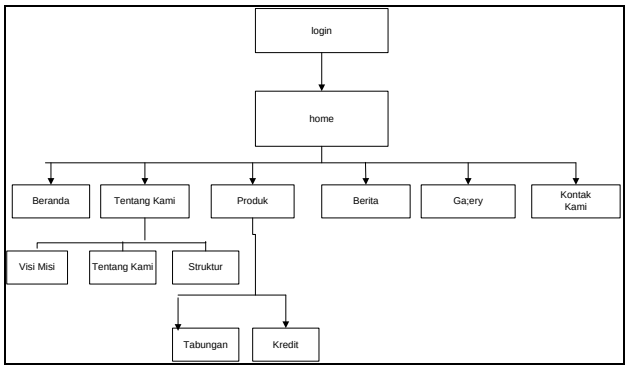


Gambar 2. Flowchart Sistem

3.3 HIPO

HIPO adalah sebenarnya adalah alat dokumentasi program. Akan tetapi sekarang, banyak digunakan sebagai alat desain dan teknik dokumentasi dalam siklus pengembangan sistem yang berbasis pada fungsi, yaitu tiap-tiap modul di dalam sistem digambarkan oleh fungsi utamanya.

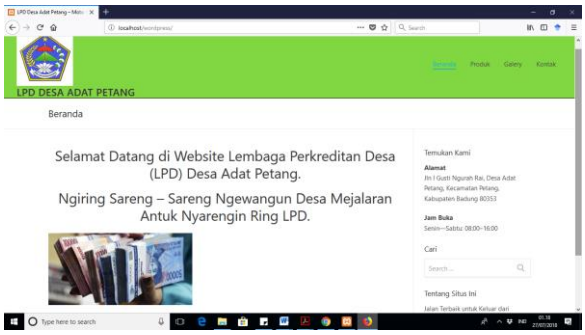
Gambar 3 menunjukkan HIPO sistem yang di bangun. User yang akan menggunakan sistem diwajibkan untuk login, kemudia proses setelah login benar adalah masuk ke halaman sesuai dengan hak akses, apakah sebagai end user, administrator maupun karyawan biasa. Setiap user memiliki hak akses masing-masing, seperti misalnya end user dalam hal ini nasabah mereka hanya bisa membaca data maupun informasi yang ditampilkan dalam laman daringLPD, sedangkan karyawan memiliki hak tambahan untuk menginputkan data maupun informasi yang akan ditampilkan dalam web.



Gambar 3. HIPO sistem

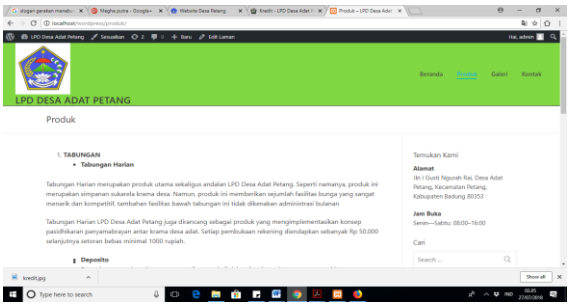
3.4 Implementasi

Hasil yang dicapai pada penelitian ini baru tahap persiapan adalah yang pertama tampilan Home dari sistem seperti tampak pada gambar 4



Gambar 4. Tampilan Home sistem

Tampilan gambar 4 memberikan informasi salam sambutan di web LPD Desa Adat Petang. Pada Halaman Awal ini terdapat empat Menu Utama yaitu, Beranda , Produk, Galerry dan Kontak dari LPD Desa Adat Petang. Pada laman Utama ini didesain menggunakan tiga slide bar. Bagian Header diatas, Menu widgets disamping kanan dan main window di bagian bawah kiri. Bagian slide bar berisikan konten alamat kantor LPD Desa Adat Petang, jam operasional LPD, dan menu pencarian. Menu Berikutnya adalah Menu Produk, dalam laman ini akan diinformasikan produk-produk yang ada di LPD Desa Adat Petang. Menu Produk sepeti terlihat pada gambar 5



Gambar 5. Menu Produk

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada sub sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Merancang Dan Implementasi Media Pemasaran Digital Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Adat Petang dapat dilakukan untuk memperluas pasar sehingga nanti berujung pada peningkatan profit Lembaga dalam mensejahtrakan masyarakat desaAdat Petang.

REFERENSI

[1] Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. Boston, MA: Irwin/Mcgraw-Hill.Jogiyanto. H.M, 2015, *Analisis & Disain Sistem Informasi : Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek*

[2] Dave Chaffey, Fiona E. Chadwick, R. Mayer, Dan Kevin Johnston. (2009). Internet Marketing: Strategy, Implementation, And Practice.4. United States: Prentice Hall.

[3] Duncan, T. (2002). IMC: Using Advertising And Promotion To Build Brands. Boston: Mcgraw-Hill

[4] Duncan, T. (2005). Principles Of Advertising & IMC. Second Edition.Boston: Mcgraw-Hill Solomon, M. (2013). Consumer Behavior With Mymarketinglab. Harlow: Pearson Education.

[5] Kariati, Ni Made, Ni Nyoman Teristiyani Winaya, And I Putu Karsana. 2017. "Analisis Desain Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Kredit Di Lembaga Perkreditan Desa Adat Petang." In *Prosiding Sentrinov (Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif)*, , EB47-EB58.

[6] Kotler, P., Scott, W. G., & Armstrong, G. (2013). Principle Of Marketing. Edinburgh: Pearson Prentice Hall.

[7] La Moriansyah.,Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing: Antecedents And Consequences,

[8] Mcleod, Raymond, Jr. *Management Information System*, Englwood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall Inc, 1998

[9] Nadya, Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni, Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Vol.1, No.2, Oktober 2016 : 133-144 ISSN 2527 – 7502

[10] Pradiani, Thereisa. 2017. "Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan." *Jurnal Jibeka* 11(2): 46–53.

[11] Ruslan, R. (2008). Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindopersada.

[12] Scott-Morton,M. *Principles Of Management Information System, New York; Mcgraw Hill*, 1998

[13] Theresia Pradiani, "Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan", JIBEKA VOLUME 11 NOMOR 2 FEBRUARI 2017 : 46 – 53 2017

[14] Yenni Yuniarti ,Sarah Mauliana, "STRATEGI PEMASARAN PRODUK DIGITAL PRINTING PADA CV. FNB DIGITAL JAMBI (Marketing Strategy Of Digital Printing Product On CV. FNB Digital Jambi), Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi, Vol 1 No.1 Januari – Maret 2012 ISSN: 2302-4682

[15] https://duniabenangmerah.com/ pentingnya-media-pemasaran-digital-bagi-ukm-di-indonesia/, diakses tangal 23 Februari 2018

[16] https://badungkab.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/35, diakses tanggal 6 Maret 2018