

PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN PRODUK

Victor Marudut Mulia Siregar

Prodi Teknik Komputer Politeknik Bisnis Indonesia

Jl. Sriwijaya No. 9 C-E Pematangsiantar - Sumatera Utara

E-mail : victor.siregar2@gmail.com

ABSTRAK

Seiring perkembangan, kebutuhan akan informasi memicu teknologi informasi membuat inovasi baru untuk perubahan yang lebih baik. Hampir semua bisnis, baik menengah maupun kecil, telah menggunakan teknologi untuk mempromosikan produk-produknya dengan berbagai cara termasuk dengan menggunakan media internet yaitu *website*. Pengguna internet di seluruh dunia semakin banyak, dan hal ini sangat menguntungkan dalam dunia bisnis. Perancangan *website* sebagai media promosi dan penjualan produk ini diterapkan pada Edene Sayangku Café & Bakery yang terletak di kota Pematangsiantar. Dengan perancangan *website* sebagai media promosi dan penjualan, diharapkan akan meningkatkan penjualan Edene Sayangku Café & Bakery.

Kata kunci: *Informasi, promosi, penjualan, produk, website*

I. PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang dengan pesat pada saat sekarang ini turut membantu manusia dalam memasuki zaman baru di era teknologi yang diciptakan untuk meringankan beban aktivitas didalam kehidupan sehari-hari, serta membantu kita dalam memberikan informasi yang cepat, tepat, serta akurat tentang sebuah perusahaan atau instansi.

Sekarang ini *internet* tidak hanya digunakan untuk memperoleh informasi saja, melainkan dapat digunakan sebagai media untuk melakukan bisnis dengan membangun sebuah *website*. Dalam bisnis ini dilakukan penjualan produk seperti, barang-barang berbagai macam roti dan kue, hingga makanan dan minuman, dan lain-lain. Sebelum mengenal *internet* para penjual hanya mengiklankan perusahaan melalui mulut ke mulut, penyebaran brosur, dan surat kabar sehingga hanya sedikit orang yang mengenalnya. Kini dengan hadirnya internet, kita dapat melakukan bisnis lebih mudah.

Edene Sayangku Cafe & Bakery terbentuk sejak 6 Juli 2007, terletak di Jl. Sutomo No. 232 kota Pematangsiantar, propinsi Sumatera Utara.

Edene Sayangku Cafe & Bakery merupakan perusahaan yang bergerak dibidang kuliner. Beberapa produk Toko Roti Sayangku adalah roti tawar, roti isi, bolu gulung, bika ambon, lapis legit, dan masih banyak lagi.

Pada awalnya Edene Sayangku Cafe & Bakery adalah sebuah industri rumahan yang hanya melayani pemesanan dalam lingkup perumahan sekitar. Seiring semakin berkembangnya dunia usaha, sekarang Edene Sayangku Cafe & Bakery sudah memiliki tiga cabang perusahaan dengan pusat berada di Jl. Sutomo No.232 kota Pematangsiantar.

Saat ini Edene Sayangku Cafe & Bakery belum memiliki sarana publikasi maupun promosi,

sehingga konsumen yang mengunjungi Edene Sayangku Cafe & Bakery hanya dari daerah sekitar saja dan orang diluar daerah tidak mengetahui keberadaan dan produk Toko tersebut.

Kegiatan promosi sangat penting dalam memasarkan suatu produk. Sedangkan dalam promosi kita memerlukan suatu media yang dapat membantu promosi sampai kepada target konsumennya.

Oleh karena itu, agar dapat memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen sekaligus mempromosikan produk Edene Sayangku Cafe & Bakery, dirancang suatu media informasi berupa *website* yang bertujuan untuk mempromosikan serta menjual produk yang ada pada toko Edene Sayangku Cafe & Bakery.

Perancangan *website* sudah banyak dilakukan untuk menunjang kegiatan promosi maupun penjualan produk dari sebuah perusahaan, diantaranya antara lain: perancangan *website* sebagai media promosi dan penjualan pada CV Simba Jaya Magelang [1], perancangan *website* E-Commerce pada Toko alat tulis kantor Sindoro Pringsewu sehingga membantu konsumen dalam melakukan pemesanan Alat Tulis Kantor tanpa harus datang langsung ke toko [2], perancangan sistem informasi penjualan online [3], perancangan dan implementasi *website* penjualan toko peralatan bayi Eeng Baby Shop [4], perancangan *website* sebagai media promosi classic photography di Surabaya [5], perancangan *website* sebagai media promosi dan penjualan pada home industry Abon [6], pembuatan *website* sebagai media promosi yang terpercaya [7], dan lain-lain.

II. LANDASAN TEORI

2.1. Promosi

Promosi adalah hal-hal yang berkaitan dengan penjualan dan penyampaian informasi mengenai produk. Promosi merupakan unsur dalam

pemasaran yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan [8].

Promosi adalah seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa [9].

2.2. Penjualan

Penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati [10][11].

2.3. Sistem Informasi

Sistem adalah rangkaian komponen yang saling berhubungan dan saling bekerja sama sebagai satu kesatuan organik untuk mencapai suatu tujuan yang sama serta dapat mempengaruhi sebagian yang akan mempengaruhi keseluruhan [12][13][14].

Informasi adalah data yang telah diolah sedemikian rupa ke dalam suatu bentuk yang lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata, sehingga bermanfaat dan dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan saat ini dan saat mendatang [15].

“Sistem informasi adalah suatu alat untuk menyajikan informasi sedemikian rupa sehingga bermanfaat bagi penerimanya.” [16][17], [18].

2.4. Data Flow Diagram (DFD)

Data Flow Diagram (DFD) adalah model logika data atau proses yang dibuat untuk menggambarkan dari mana asal data dan kemana tujuan data yang keluar dari sistem, dimana data disimpan, proses apa yang dihasilkan data tersebut dan interaksi antara data yang tersimpan dan proses yang akan dikenakan pada data tersebut [19][20][21].

III. METODE PENELITIAN

3.1. Analisis Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam sistem pembuatan *website* Edene Sayangku Cafe & Bakery adalah sebagai berikut:

1. Observasi
Observasi yang dilakukan dengan mengamati kegiatan jual-beli yang terjadi di perusahaan di Edene Sayangku Cafe & Bakery.
2. Wawancara
Wawancara digunakan untuk menjangkau data yang bersifat deskripsi, misalkan berupa informasi-informasi langsung dari pemilik Edene Sayangku Cafe & Bakery. Wawancara dilakukan terhadap pemilik perusahaan, yaitu Bapak Kasmin.
3. Dokumentasi
Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data tentang kegiatan dan

produk yang ada di Edene Sayangku Cafe & Bakery. Bentuk dokumentasi berupa foto kegiatan, produk-produk makanan hingga minuman.

3.2. Analisis Kebutuhan Pengguna Sistem

Pada bagian ini dijelaskan siapa saja pengguna sistem, adapun tingkatan dari pengguna sistem *website* ini yaitu:

1. User

User adalah pengguna biasa, pengunjung biasa hanya bisa melihat informasi mengenai profil Edene Sayangku Cafe & Bakery, membaca agenda-agenda, berita, jajak pendapat (*polling*).

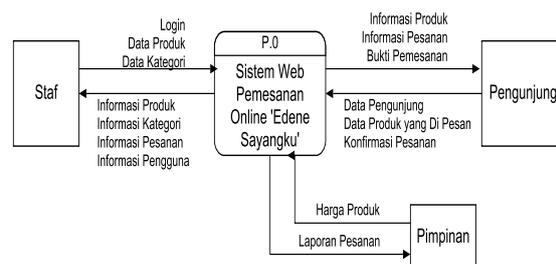
2. Admin

Admin adalah seorang yang mengatur *web*, *admin* berhak melakukan apa saja yang berhubungan dengan *website* Edene Sayangku Cafe & Bakery. *Admin* dapat mengakses halamannya sendiri, dan berisi tentang informasi dari *database* yang membangun *website* ini. *Admin* bertugas meng-*update* berbagai informasi yang berkaitan dengan *website* Edene Sayangku Cafe & Bakery, mengontrol terhadap berbagai kesalahan dan keamanan yang ada pada sistem. Untuk mengakses halaman *admin*. *Admin* harus *login* terlebih dahulu pada *form login* *admin* sehingga pengguna lain (*user*) tidak bisa mengakses halaman *admin*.

3.3. Metode Perancangan

Diagram Konteks

Diagram Konteks pada Sistem *Web* Pemesanan *Online* ‘Edene Sayangku’ dapat dilihat pada gambar 3.2.



Gambar 1. Diagram Konteks

Pada gambar 3.2 dapat dijelaskan bahwa:

- a. Staf dapat melakukan *login* terhadap sistem, serta dapat memasukkan data produk dan data kategori. Melalui sistem, staf dapat melihat informasi produk, informasi kategori, informasi pesanan dan informasi pengguna.
- b. Pengunjung dapat memasukkan data pengunjung pada sistem, dan dapat memasukkan data produk yang ingin di pesan serta melakukan konfirmasi pemesanan. Melalui sistem pengunjung dapat melihat informasi produk, informasi

pesanan serta dapat melihat bukti pemesanan yang telah dilakukan.

- c. Pimpinan dapat menerima laporan pemesanan melalui sistem tersebut.

Perancangan Sistem

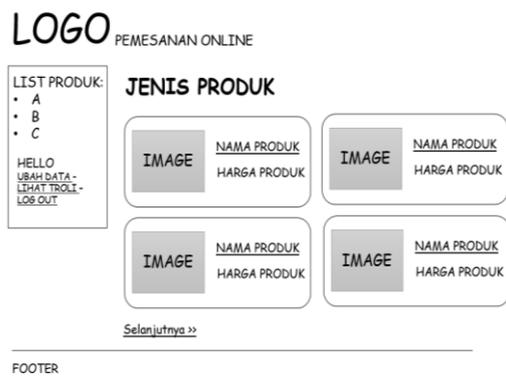
Perancangan sistem *web* pemesanan *online* ‘Edene Sayangku’, terbagi dalam dua fitur, yaitu: fitur *front end* pada pengguna dan fitur *back end* pada staf / *admin*.

Perancangan Front End

Perancangan *front end* pengguna Sistem Web Pemesanan *Online* ‘Edene Sayangku’ berupa:

a. Rancangan Halaman Jenis Produk

Rancangan halaman jenis produk berfungsi menampilkan produk-produk pesanan yang ditawarkan untuk pengguna.



FOOTER

Gambar 2. Rancangan Halaman Jenis Produk

b. Rancangan Halaman Detail Produk

Rancangan halaman detail produk berfungsi untuk menampilkan keterangan produk secara terperinci yang juga menyediakan tombol untuk melakukan pemesanan produk.



FOOTER

Gambar 3. Rancangan Halaman Detail Produk

c. Rancangan Halaman Troli Pesanan

Rancangan halaman troli pesanan berfungsi untuk menampilkan list produk yang dipesan pengguna beserta harga total pesanan produk.

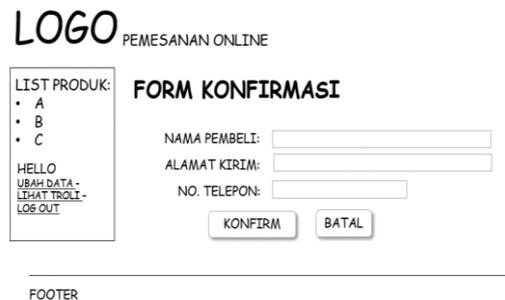


FOOTER

Gambar 4. Rancangan Halaman Troli Pesanan

d. Rancangan Halaman Konfirmasi Pesanan

Rancangan halaman konfirmasi pesanan berfungsi untuk mengkonfirmasi pesanan yang telah dilakukan pengguna.



FOOTER

Gambar 5. Rancangan Halaman Konfirmasi Pesanan

e. Rancangan Bukti Pesanan

Rancangan halaman bukti pesanan berfungsi untuk menampilkan bukti pesanan produk bagi pengguna, yang dapat dicetak sebagai bukti pesanan.



Gambar 6. Rancangan Bukti Pesanan

Perancangan Back End

Perancangan *back end admin* Sistem Web Pemesanan *Online* ‘Edene Sayangku’ berupa:

a. Rancangan Halaman Input Data Produk

Rancangan halaman *input* data produk akan berfungsi sebagai masukan bagi *admin* yang ingin memasukkan data produk.

Gambar 7. Rancangan Halaman Input Data Produk

b. Rancangan Halaman Tabel Produk

Rancangan halaman tabel produk berfungsi untuk menampilkan produk-produk pesanan.

NAMA PRODUK	HARGA	AKSI
Produk 1	Rp	EDIT - DELETE
		EDIT - DELETE

Gambar 8. Rancangan Halaman Tabel Produk

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Website yang dibuat mempermudah pihak *management* Toko 'Edene Sayangku' dalam promosi dan menjual produk, juga mempermudah konsumen dalam memesan produk tanpa harus datang ke toko.

Dalam perancangan untuk *Website* ini, perangkat keras yang digunakan yaitu: komputer dengan spesifikasi *Pentium (R) Dual-Core*, RAM (*Random Access Memory*) 896 Mb, *Harddisk* 320GB.

1.1. Tampilan Halaman Web

Website ini dirancang dengan tampilan yang menarik. *Website* ini juga disajikan dalam dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, sehingga dapat dimengerti secara Internasional. Dalam halaman *web* ini terdiri dari beberapa halaman, yaitu: halaman awal, halaman profil Toko, halaman jenis produk, halaman lokasi, halaman kontak dan halaman artikel.

a. Halaman Beranda

Halaman beranda merupakan halaman yang pertama muncul, ketika pengunjung meng-akses *website* 'Edene Sayangku'.

Pada tampilan halaman beranda ini terdapat beberapa komponen, yaitu:

1. Logo 'Edene Sayangku' berfungsi sebagai tombol yang di-link ke halaman beranda.
2. Menu *our story* berfungsi untuk memanggil halaman profil toko.
3. Menu *bakery* berfungsi untuk memanggil halaman jenis produk yang ditawarkan dalam *bakery*.
4. Menu *cafe* berfungsi untuk memanggil halaman jenis produk yang ditawarkan dalam *cafe*.



Gambar 9. Halaman Beranda

b. Halaman Jenis Produk

Halaman Jenis Produk terdapat dalam dua menu yaitu, menu *Bakery* dan menu *Cafe*. Halaman ini berfungsi untuk menampilkan jenis-jenis produk yang ditawarkan oleh toko 'Edene Sayangku'.



Gambar 10. Halaman Jenis Produk

Tampilan Halaman Pemesanan Online

Halaman pemesanan *online* merupakan halaman yang dikunjungi oleh pengguna untuk dapat melakukan pemesanan secara *online*. Tampilan halaman yang terdapat dalam halaman pemesanan *online*, antara lain:

a. Halaman Awal

Halaman awal berfungsi sebagai halaman yang pertama muncul saat pengunjung mengunjungi halaman pemesanan online.



Gambar 11. Halaman Awal Pemesanan Online

b. Halaman Registrasi

Halaman registrasi berfungsi sebagai registrasi bagi pengguna baru yang ingin melakukan pemesanan online. Tampilan halaman registrasi dapat dilihat pada gambar 12.



Gambar 12. Halaman Registrasi User

c. Halaman Produk Yang Ditawarkan

Halaman ini berfungsi menampilkan produk-produk yang ditawarkan pada pengguna. Ketika pengguna memilih salah satu dari produk, maka akan muncul detail produk yang dapat di pesan.



Gambar 13. Halaman Produk

d. Halaman Trolli Pesanan

Berfungsi untuk melihat produk apa saja yang sudah di pesan, pengguna dapat memesan produk lebih dari satu jenis.



Gambar 14. Halaman Trolli Pesanan

e. Halaman Konfirmasi Pemesanan Produk

Halaman ini berfungsi bagi pengguna sebagai proses terakhir pemesanan produk.



Gambar 15. Halaman Konfirmasi Pemesanan Produk

f. Halaman Cetak Bukti Pemesanan

Halaman cetak bukti pemesanan berfungsi untuk mencetak bukti pemesanan. Pada halaman ini terdapat link print untuk mencetak bukti pemesanan melalui printer pengguna yang nantinya sebagai bukti pemesanan yang harus dikirim ke email pengelola pesan toko 'Edene Sayangku'.



Gambar 16. Halaman Cetak Bukti Pemesanan

g. Halaman Log Out

Halaman *log out* berfungsi sebagai halaman ketika pemgguna keluar setelah memesan produk. Pada halaman ini terdapat *link* keluar toko untuk menampilkan halaman *website* toko 'Edene Sayangku'. Tampilan halaman *log out* dapat dilihat pada gambar 17.



Gambar 17. Halaman Log Out User

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis, perancangan, dan implementasi, maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut:

1. *Website* yang telah dibuat dapat memperluas ruang lingkup promosi dikarenakan berbasis *web* yang dapat diakses diberbagai tempat dan daerah.
2. Konsumen diberikan kemudahan dalam pemilihan produk karena pada *web* ini telah dilengkapi fasilitas info produk secara rinci.
3. Memudahkan *admin* dalam mengolah produk, pemesanan, pengiriman karena semua fitur dan menu tersusun secara sistematis.
4. *Website* yang dibangun ini mempermudah konsumen dalam melakukan pemesanan produk.

5.2. Saran

Di dalam perancangan *website* ini masih memiliki berbagai keterbatasan, sehingga perlu dilakukan pengembangan sistem selanjutnya di masa mendatang. Saran untuk pengembangan sistem antara lain:

1. Perlu adanya peningkatan keamanan dalam bertransaksi, teknologi untuk pengembangan sistem selanjutnya dapat menjamin data dan transaksi konsumen.
2. Tampilan *web* yang lebih atraktif, bisa dengan menggunakan *flash*

Website dapat disempurnakan dengan menyertakan fasilitas notifikasi bagi operator sehingga memudahkan operator untuk mengetahui jika ada pemesanan produk atau ada pertanyaan-pertanyaan.

Daftar Pustaka

- [1] A. Tina, "Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Pada CV Simba Jaya Magelang," *Indones. J. Netw.*

- Secur.*, vol. 6, no. 1, pp. 9–13, 2017.
- [2] D. Irawan, Y. Rahsel, and T. Udin, "Perancangan Electronic Commerce Berbasis B2C Pada Toko Atk Sindoro," *J. TAM (Technol. Accept. Model)*, vol. 8, no. 1, pp. 58–62, 2017.
- [3] Y. I. Sri Rezeki Candra Nursari, "Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online," *J. TAM (Technol. Accept. Model)*, vol. 8, no. 2, pp. 107–116, 2017.
- [4] J. Martin and A. R. Tanaamah, "Perancangan Dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Berbasis Desktop Website Menggunakan Framework Bootstrap Dengan Metode Rapid Application Development, Studi Kasus Toko Peralatan," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 5, no. 1, p. 57, 2018.
- [5] J. Siwalankerto, "PERANCANGAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CLASSIC PHOTOGRAPHY DI SURABAYA DAN MEDIA PENDUKUNG LAINNYA Denise Kusuma Abstrak Pendahuluan Metode Penelitian," pp. 1–9.
- [6] S. K. D. dan A. K. Garside, "Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Pada Home Industry Abon," *J. Tek. Ind.*, vol. 15, no. 2, pp. 170–181, 2014.
- [7] A. D. Riyanto, "Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya," *Semin. Nas. Inform. 2015 (semnasIF 2015)*, vol. 2015, no. November, pp. 28–35, 2015.
- [8] A. Wibowo, "Arie Wibowo : Strategi Promosi Event", *J. Visi Komun.*, vol. 14, no. 2, pp. 180–191, 2015.
- [9] D. Denny, "Promosi Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada Pt. Bess Finance Manado," *J. EMBA*, vol. 1, no. 4, pp. 51–59, 2013.
- [10] J. Tam and T. A. Model, "Sistem Informasi Penjualan Produk Berbasis Web Pada Chanel Distro Pringsewu," *J. TAM (Technology Accept. Model)*, vol. 4, pp. 1–7, 2015.
- [11] M. Muslihudin, "Sistem Informasi Penjualan Batik Basurek Berbasis Web Pada Basurek Collection Bengkulu," *J. TAM (Technol. Accept. Model)*, vol. 1, no. 1, p. 59, 2013.
- [12] D. Irawan and S. Novita, "Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit Harapan Bunda Pringsewu Lampung," *J. TAM (Technology Accept. Model.)*, vol. 2, no. 1, p. 48, 2014.
- [13] S. A. Wulandari, "Sistem Informasi Penjualan Produk Berbasis Web Pada

- Chanel Distro Pringsewu,” *J. TAM (Technol. Accept. Model)*, vol. 4, no. 1, pp. 41–47, 2015.
- [14] P. Kualitas, S. Dan, I. Pada, A. A. P, and D. P. K, “Sistem Informasi Pembelajaran Online Terhadap Minat Pengguna Dan Penggunaan Sistem (Studi Kasus : Simponi Amik Mdp , Stmik GI MDP Dan STIE MDP),” *J. TAM (Technol. Accept. Model)*, vol. 8, no. 2, pp. 90–100, 2017.
- [15] A. Andoyo and R. Rianto, “Program Aplikasi Nilai Siswa Pada SMK Muhammadiyah Pringsewu Sebagai Penunjang Pengambilan Keputusan Siswa Berprestasi Menggunakan Visual Basic 6 . 0,” *J. TAM (Technol. Accept. Model)*, vol. 5, no. 2, pp. 58–65, 2015.
- [16] Ponidi and S. Fitrajaya, “Perancangan Sistem Informasi Pendataan Penduduk Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall Pada Kecamatan Gadingrejo,” *J. TAM (Technology Accept. Model.*, vol. 4, pp. 68–74, 2015.
- [17] Jeperson Hutahaean, *Konsep Sistem Informasi*, vol. 53, no. 9. Deepublish, 2014.
- [18] A. O. Abdul Kadir, “PENGENALAN SISTEM INFORMASI.” 2003.
- [19] H. Asnal, “Sistem Penunjang Keputusan Untuk Menetapkan Kriteria Kelayakan Pengurus Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP), Study Kasus Pada STMIK-AMIK Riau,” *J. Teknol. dan Sist. Inf. UNIVRAB*, vol. 2, no. 1, pp. 129–139, 2017.
- [20] O. Muhammad Muslihudin, *Analisi Dan Perancangan Sistem Informasi Menggunakan Model Terstruktur Dan UML*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- [21] Kasmir, “Sistem Informasi Penerimaan Siswa Baru Berbasis Web pada SMA Darma Bangsa Bandar Lampung,” *J. TAM (Technol. Accept. Model)*, vol. 1, no. 1, pp. 41–50, 2013.