
Penerapan Model Pemasaran Berbasis Web pada Cellular88

Erianto Ongko¹⁾

STMIK IBBI

Jl. Sei Deli No 18 Medan 20214 Indonesia

Telepon 061-4567111

e-mail: erianto_ongko@yahoo.co.id¹⁾

Abstrak

Dewasa ini, implementasi internet khususnya aplikasi web menjadi hal yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Banyak kegunaan dari penerapan teknologi web yang dapat digali untuk mempermudah suatu proses, serta meningkatkan nilai tambah dan kegunaannya. Teknologi berbasis web dapat diterapkan pada permasalahan yang menuntut penggunaan yang meniadakan batasan ruang dan waktu. Salah satu bidang penerapan yang dapat digunakan adalah pemasaran produk. Pemasaran produk berbasis web ini dirancang dengan menggunakan teknologi web yang berbasis server side script yang berjalan pada sisi server dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP. Tujuannya adalah menggali peluang pemasaran seluas dan seefektif mungkin. Studi kasus yang dilakukan oleh peneliti pada suatu toko handphone yang dalam penelitian kali ini bernama Toko Cellular88. Melalui penerapan aplikasi web ini maka Toko Cellular88 dapat semakin memperluas jaringan pemasarannya, tidak hanya di kota Medan, tetapi dapat menjangkau pemasaran di kota-kota lainnya di Indonesia maupun mancanegara. Selain itu juga memberikan efisiensi dan efektifitas dari segi pemasaran.

Kata kunci: internet, pemasaran, dan web

Abstract

At this time, implementation of internet especially web application becoming united in human life. Many usability of the application of web technologies explored to facilitate the process, make the value and usefulness improved. Web-based technology can be applied to problems that require the user to eliminate space and time constraints. One issue of application that can be used is for the marketing of products. This web based marketing products designed using Web technology-based server side script that runs on the server side using the programming language PHP. The goal is to be able to explore marketing opportunities as far as possible. A case study was conducted by researchers at a handphone shop called Toko Cellular88. Through the implementation of web application, Toko Cellular88 was expected to expanding its marketing network further, not only in Medan, also reach other cities in Indonesia and overseas. It also provides efficiency and effectiveness in terms of marketing.

Keywords: internet, marketing, and web

1. Pendahuluan

Salah satu bentuk nyata pesatnya perkembangan teknologi komunikasi ialah internet. Internet (interconnecting network) merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan berbagai situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan. Lahirnya internet menyediakan akses kepada khalayak ramai untuk mendapatkan layanan telekomunikasi dan sumber daya informasi bagi jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Beberapa contoh layanan yang dapat dimanfaatkan dari perkembangan internet dewasa ini meliputi komunikasi langsung (email, chat), diskusi (usenet news, email, mailing list, forum), sumber daya informasi yang

Pemasaran produk merupakan nilai tambah yang dapat diperoleh melalui penerapan aplikasi web ini. Terkadang pemasaran dilakukan melalui penyebaran brosur atau katalog produk yang memiliki banyak kelemahan seperti hanya untuk tempat yang terbatas. Perubahan terhadap konten informasi yang ada di dalam katalog tersebut juga sukar untuk dilaksanakan. Pada saat yang bersamaan, masyarakat juga sudah semakin melek teknologi, di mana mereka tentunya mengharapkan informasi mengenai suatu produk dapat diperoleh kapan saja dan di mana saja apabila dibutuhkan oleh mereka.

Oleh karena itu, dirasakan urgensi dari suatu proses untuk menata ulang strategi pemasaran, di mana pemasaran melalui web dalam bentuk katalog produk sudah merupakan suatu keharusan. Demikian juga halnya yang terjadi pada Toko Cellular88 yang merupakan usaha yang bergerak dalam bidang pemasaran produk berupa handphone sangat berkepentingan untuk menerapkan teknologi berbasis web dalam usaha pemasaran mereka.

Mengingat luasnya permasalahan yang berkaitan dengan pemanfaatan *web* untuk mendukung pemasaran produk ini maka peneliti merasa perlu untuk membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu antara lain:

1. Penelitian ini hanya fokus pada upaya pemasaran produk dan pemesanan produk dan tidak membahas mengenai pembayaran.
2. *Web* dirancang untuk dapat menampilkan katalog produk sehingga memudahkan *user* untuk melihat informasi yang mereka butuhkan.
3. Permasalahan mengenai stok barang tidak akan dibahas mengingat pemasaran melalui *web* sebenarnya tidak membutuhkan barang yang sifatnya langsung tersedia berbeda dengan penjualan pada umumnya.
4. Peneliti tidak membahas sistem keamanan situs *web* dengan terperinci.

2. Analisis, Desain, dan Implementasi

Menurut Mohammed, Fisher, Jaworski, & Paddison (2003:4), *internet marketing* (Pemasaran Internet) merupakan proses membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan *online* untuk memfasilitasi pertukaran ide, produk, dan pelayanan untuk memenuhi keinginan dari kedua belah pihak. Ada dua jenis pemasaran *online*, yaitu:

1. Commercial Online Service

Merupakan sebuah jenis layanan yang diberikan oleh perusahaan dengan cara menjadi langganan yang membayar semua iuran. Namun para pelanggan mendapatkan semua informasi yang diinginkan, mulai dari informasi (berita, olahraga, perjalanan), hiburan, layanan belanja, kesempatan untuk berdialog, dan *email*.

2. Internet

Adalah suatu bentuk pelayanan yang merupakan pengembangan yang sangat mudah digunakan karena menggunakan *world wide web* sebagai standarnya dan *web browser* sebagai perangkat lunak untuk menampilkannya.

Dalam merancang suatu aplikasi *web*, maka harus terdapat kejelasan mengenai siapa yang akan terlibat di dalam aliran informasi yang ada. Untuk sistem yang dirancang oleh peneliti maka pihak yang akan terlibat dalam aliran informasi ini adalah: *Admin*, *Guest*, dan *Member*. Prosedur kerja dan hubungan dari *Admin*, *Guest*, dan *Member* ini dapat dilihat secara jelas pada Gambar 1.



Gambar 1. Prosedur kerja dari *web* yang dirancang.

Adapun kelas-kelas yang digunakan dalam pembuatan katalog produk berbasis *web* ini adalah kelas *BagCollection*, kelas *Member*, kelas *Message*, kelas *Order*, kelas *Tips*, kelas *User* seperti yang dapat dilihat pada Gambar 2.

2.2 Perancangan Basis Data

Dalam merancang basis data, kesalahan pada perancangan basis data dapat memengaruhi jalannya sistem apabila tidak terorganisir dengan baik di dalam suatu *database*. Untuk menghindari hal tersebut maka peneliti merancang struktur dari masing-masing tabel yang dapat dilihat pada Tabel 1, 2, 3, 4, 5, dan 6.

Tabel 1 Struktur Tabel Berita

Field	Type	Size	Description
<u>noberita</u>	Int	11	No Berita
judul	Text		Judul Berita
kategori	Text		Kategori Berita
berita	Text		Isi Berita
gambar	Varchar	30	Nama Gambar

Tabel 2 Struktur Tabel Daftar Admin

Field	Type	Size	Description
<u>adminid</u>	Varchar	20	Admin ID
kunci	Varchar	20	Kata Kunci untuk Admin ID

Tabel 3 Struktur Tabel Katalog

Field	Type	Size	Description
<u>noproduk</u>	Int	9	No Produk
merkhp	Varchar	20	Merk HP
tipehp	Varchar	20	Tipe HP
harga	Decimal	10,0	Harga HP
spesifikasi	Text		Spesifikasi HP
warna	Varchar	100	Warna HP
gambar	Varchar	100	Nama Gambar HP

Tabel 4 Struktur Tabel Pesan

Field	Type	Size	Description
<u>nopesan</u>	Int	11	No Pesan
nama	Varchar	20	Nama Pengirim Pesan
handphone	Varchar	14	Nomor Handphone Pengirim
email	Varchar	30	Email Pengirim Pesan
topik	Varchar	50	Topik Pesan
alamat	Varchar	100	Alamat Pengirim Pesan
isipesan	Varchar	500	Isi Pesan

Tabel 5 Struktur Tabel PesanHP

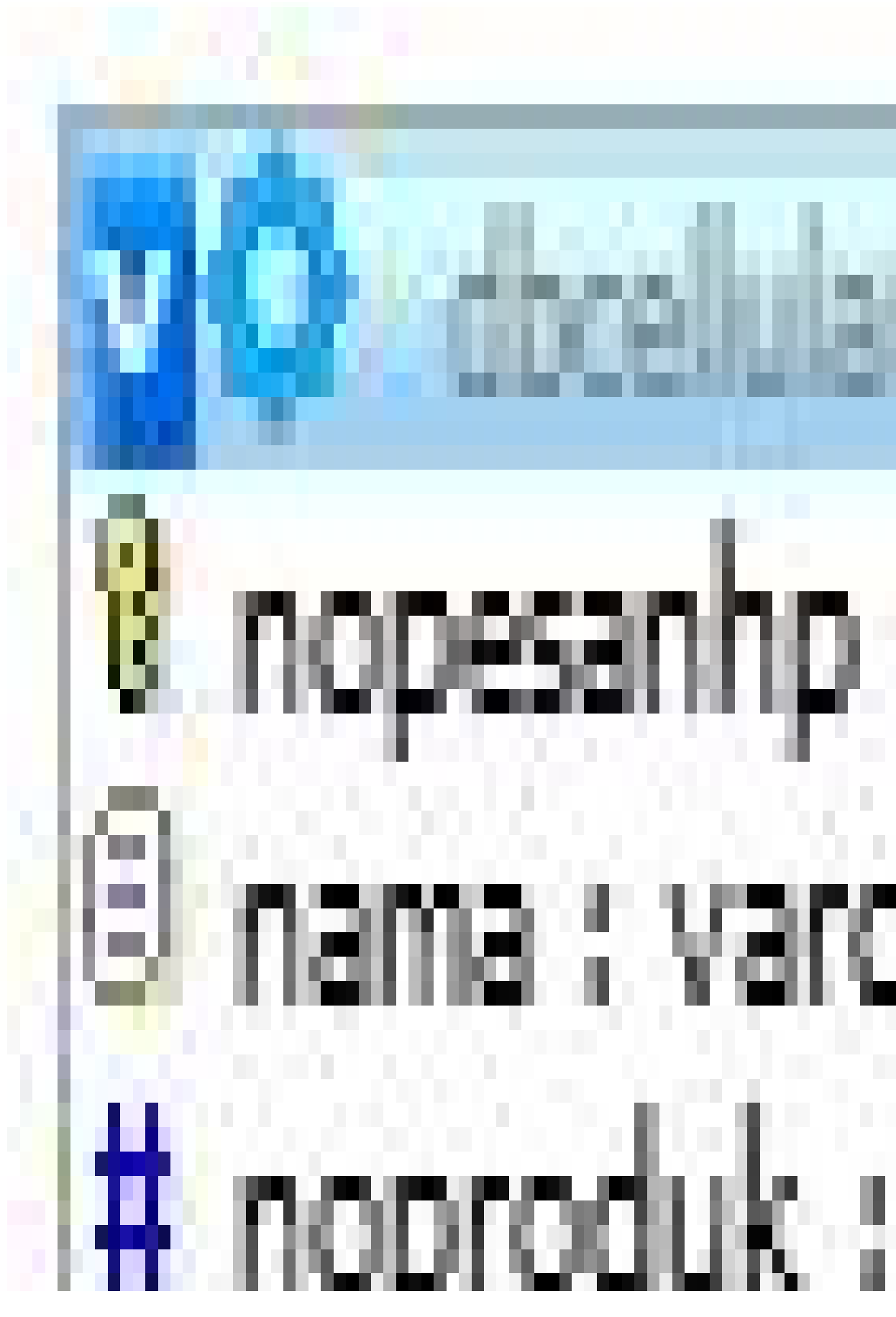
Field	Type	Size	Description
<u>nopesanhp</u>	Int	9	No Pesanan HP
nama	Varchar	20	Nama Pemesan
noproduk	Int	9	No Produk
email	Varchar	30	Email Pemesan
handphone	Varchar	14	Nomor Handphone Pemesan
jumlah	Varchar	50	Jumlah HP Pesanan
warna	Varchar	100	Warna HP Pesanan

Tabel 6 Struktur Tabel Peserta Garansi

Field	Type	Size	Description
<u>nopeserta</u>	Int	11	No Pesan
nama	Varchar	30	Nama Peserta Garansi
handphone	Varchar	14	Nomor HP Peserta Garansi
email	Varchar	25	Email Peserta Garansi
merkhp	Varchar	20	Merk HP
tipehp	Varchar	15	Tipe Handphone
imei	Varchar	20	IMEI Handphone
tglbeli	Date		Tanggal Beli Handphone
alamat	Text		Alamat Peserta Garansi

2.2 Relasi Tabel

Adapun relasi antar tabel dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Relasi antar tabel

3. Hasil dan Diskusi

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil bahwa penerapan aplikasi *web* untuk mendukung strategi pemasaran ini dapat berlangsung dengan baik, yang ditunjukkan dengan banyaknya kemudahan yang ditawarkan bagi *user* ketika ingin melihat katalog produk dan melakukan pemesanan produk.

Untuk mencapai hasil yang dimaksud maka halaman *web* dirancang sehingga bersifat *user friendly*. Adapun skema rancangan antar muka *web* yang dimaksud terdiri dari beberapa bagian yaitu:

1. Halaman Home

Pada saat program pertama kali dijalankan akan langsung menuju halaman *home* seperti yang dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampilan halaman Home.

2. Halaman Katalog Produk

Halaman Katalog Produk menampilkan data produk tas yang dapat dipilih oleh *user*. Tampilan halaman Katalog Produk dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Tampilan halaman katalog produk.

3. Halaman Pemesanan Barang

Untuk melakukan pemesanan barang maka *user* dapat memilih tas yang akan dipesan. Kemudian sistem akan mengecek apakah *user* tersebut telah melakukan login terlebih dahulu. Jika belum maka sistem akan mengarahkan *user* untuk melakukan registrasi.

Jika *user* telah melakukan registrasi dan/atau melakukan *login*, maka sistem akan mengarahkan *user* untuk memasukkan berapa banyak item produk yang akan dipesan. Secara otomatis, sistem akan menghitung nilai uang yang harus dibayarkan. Ketika *user* mengklik tombol *order*, maka sistem akan mengirimkan pesanan tersebut kepada Admin.



Gambar 6. Tampilan halaman pemesanan produk

Penerapan aplikasi web ini terbukti akan dapat membantu pihak perusahaan dalam memasarkan produk mereka tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Kemudahan lain yang ditawarkan oleh aplikasi ini adalah kemudahan dalam mengupdate informasi yang ada.

Untuk masa yang akan datang pengembangan aplikasi *web* ini diharapkan dapat mendukung pembayaran secara langsung secara *online*.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Setelah mengadakan penelitian dan perancangan pada Toko Cellular88 serta dibantu oleh studi pustaka, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal yakni sebagai berikut:

1. Katalog produk berbasis *web* yang dirancang ini cukup membantu dalam hal pemesanan pada Toko Cellular88. Data yang disimpan terintegrasi sehingga dapat diolah dengan cepat untuk menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh setiap bagian yang terlibat dalam sistem pemesanan barang.
2. Dengan adanya perancangan katalog produk berbasis *web* ini dapat memberikan penyampaian informasi dan promosi yang cepat kepada konsumen karena informasi yang diberikan selalu *up to date*.
3. Dengan adanya perancangan katalog produk berbasis *web* ini daerah pemasaran dalam bidang promosi pun semakin luas sehingga Toko *Handphone* Cellular88 mampu bersaing secara global. Selain itu pemesanan barang secara *online* dapat dilakukan tanpa adanya batasan waktu dan tempat.
4. Dengan katalog produk berbasis *web* ini, informasi produk yang lengkap tentang koleksi produk memudahkan konsumen sebelum membeli produk yang diinginkan. Selain itu adanya media untuk langsung mengirimkan permintaan informasi dari katalog produk berbasis *web* dapat menjadi sarana komunikasi dengan konsumen.
5. Perancangan katalog produk berbasis *web* ini di terbukti bisa membuat penghematan di sektor keuangan, karena katalog produk ini mampu mempromosikan produk baru sehingga mengurangi biaya pencetakan brosur dan katalog produk manual yang akan memakan biaya.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut.

1. Implementasi sistem notifikasi ke *email* maupun situs jejaring sosial secara otomatis sehingga memudahkan kerja dari pihak Toko Cellular88 dan memangkas waktu tunggu bagi pihak konsumen.
2. Implementasi pembayaran melalui kartu kredit langsung ke dalam katalog produk berbasis *web* sehingga memudahkan konsumen tidak lagi harus ke ATM dulu.

Daftar Pustaka

- [1] Hurriyati, Ratih. 2010. Penerapan Model Strategi Pemasaran Usaha Kecil Berbasis Web 2.0 Sebagai Usaha Dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil. Bandung: Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia

- [2] Jogiyanto. 2005. Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [3] Kurniawan, Budi. 2008. Desain Web Praktis dengan CSS. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [4] Shera, Andy. 2010. Step by Step Internet Marketing. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [5] Widodo, Prabowo Pudjo, Herlawati. 2011. Menggunakan UML. Cetakan Pertama Bandung: Penerbit Informatika.