

Analisis Penerapan E-Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Minuman

Mughaffir Yunus¹, Muh. Nur Ilham Hani²

^{1,2}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Parepare, Indonesia
mughaffir@gmail.com, muhnurilhamhani00@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat Artikel:

Dikirim Author :
Diterima Redaksi :
Revisi Reviewer:
Diterbitkan online:

Keywords:

E-Marketing; Product; PHP; CSS; HTML

Kata kunci:

E-Marketing; Produk; PHP; CSS; HTML

ABSTRACT

This research is motivated by the growth of companies with beverage products with their competitors, the current business growth is quite high, resulting in competition in terms of market share and consumers. In this case, the company must know the market where the product or service produced is supplied or sold. Digital marketing or E-Marketing is a business or method used to promote products using digital media to expand the reach of consumers. With the efforts in implementing the E-Marketing method, it allows companies to have a competitive advantage by utilizing current technology. Therefore, this study aims to design an E-Marketing application on the sale of Cheesetea beverage products so that it can make it easier for the Seller to analyze the increase in sales of Cheesetea beverage products with the application of E-Marketing and this system can also make it easier for customers when they want to buy products. The results of this study can be seen in the admin who can monitor everything online without checking directly on the spot. It is also seen on the customer side who can make it easier to order online without the need to go directly to the place and wait for orders there. This research design and analysis tool uses the programming language PHP, Javascript, CSS and Visual Studio Code as the text editor. While the application testing method is divided into two, namely blackbox to test the functional application in accordance with the application flowchart.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan perusahaan dengan produk minuman dengan pesaingnya, pertumbuhan bisnis saat ini cukup tinggi, sehingga terjadi persaingan dalam hal pangsa pasar dan konsumen. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui pasar dimana produk atau jasa yang dihasilkan dipasok atau dijual. Digital marketing atau E-Marketing merupakan suatu usaha atau metode yang digunakan untuk mempromosikan produk menggunakan media digital untuk memperluas jangkauan konsumen. Dengan adanya upaya dalam menerapkan metode E-Marketing, memungkinkan perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan teknologi saat. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan membuat perancangan aplikasi E-Marketing pada penjualan produk minuman Cheesetea sehingga dapat memudahkan pihak Seller dalam menganalisa peningkatan penjualan produk minuman Cheesetea dengan penerapan E-Marketing dan sistem ini juga dapat memudahkan pelanggan ketika ingin membeli produk. Hasil dari penelitian ini terlihat pada pihak admin yang bisa me monitoring semua hal secara online tanpa memeriksa langsung ke tempat. Terlihat juga pada pihak pelanggan yang dapat memudahkan dalam pemesanan secara online tanpa perlu ke tempat langsung dan menunggu pesanan disana.

Penulis Korespondensi:

Wahyuddin,
Program Studi Teknik Informatika,
Universitas Muhammadiyah Parepare,
Jl. Jendral Ahmad Yani KM. 6 Kota
Parepare, Indonesia
Email: wahyuddin081090@gmail.com

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk atau jasa, memiliki tujuan untuk bertahan hidup dan berkembang. Dapat dilihat bahwa pertumbuhan perusahaan dengan produk sejenis dengan pesaingnya, kondisi pertumbuhan bisnis saat ini cukup tinggi, sehingga terjadi persaingan untuk pangsa pasar dan konsumen. E-marketing adalah mendeskripsikan setiap upaya yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan pembeli, mengkomunikasikan, mempromosikan, dan menjual produk dan jasanya melalui internet. Pemasaran adalah sebuah sistem keseluruhan dari kegiatan suatu bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa[5]. Sebagian besar media digital yang digunakan adalah internet atau yang biasa kita kenal dengan menjual dan mempromosikan produk secara online. Selain itu, media digital dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan konsumen. Menerapkan bisnis (metode) E-marketing, memungkinkan perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dengan menggunakan teknologi yang ada. E-marketing berperan penting dalam memenangkan persaingan, mempertahankan keunggulan produk dan sekaligus menciptakan keunggulan pasar. Pengusaha menciptakan inovasi produk untuk memenangkan persaingan dengan produk yang berkualitas dan memuaskan kebutuhan konsumen. Selain itu, kegiatan bisnis yang memanfaatkan teknologi e-marketing memiliki target bisnis yang jelas untuk membidik lebih banyak konsumen[9].

Adapun tinjauan penelitian sebelumnya yang terkait penelitian ini adalah 2020 Arwin dengan judul E-Commerce KSU Putri Laut Pemesanan Abon Ikan di Kabupaten Barru, penelitian tersebut bertujuan membantu KSU Putri Laut dalam memperluas cakupan promosi[2]. 2020 Erwin dengan judul Aplikasi Administrasi Pada Toko Karya Harapan Berbasis Client Server, sistem ini memberi kemudahan dalam menyimpan informasi pengeluaran dan pemasukan stok[4].

Tujuan dibuatnya aplikasi ini agar dapat memudahkan pihak Seller dalam menganalisa peningkatan penjualan produk minuman *Cheesetea* dengan penerapan *E-Marketing* dan sistem ini juga dapat memudahkan pelanggan ketika ingin membeli produk secara *online* tanpa harus ke tempat dan menunggu disana. Dari

pihak pengelola juga dapat me monitoring perubahan stok, pemasukan, maupun pengeluaran secara *online*. Aplikasi ini dibuat menggunakan Bahasa pemrograman PHP, Javascript, CSS dan Visual Studio Code sebagai text editornya. Sedangkan metode pengujian aplikasi terbagi atas dua, yaitu blackbox untuk menguji fungsional aplikasi sesuai dengan flowchart aplikasi.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan penelitian eksperimental, yaitu penelitian yang pengumpulan datanya melalui pencatatan secara langsung dari hasil percobaan yang dilakukan.

B. Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian dilangsungkan di Kabupaten Sidrap tepatnya di sebelah selatan Masjid Agung Pangkajene. Dan waktu yang dibutuhkan dalam pelaksanaan penelitian ini dari bulan Juni sampai bulan Agustus 2022.

C. Alat dan Bahan

Untuk melakukan proses penelitian, maka dibutuhkan alat dan bahan penelitian guna mendukung kegiatan penelitian tersebut. Adapun alat dan bahan yang digunakan yaitu:

1. Alat

Perangkat Keras

Tabel 1. Perangkat Keras

Spesifikasi	
Laptop	: Acer Aspire E5-473g
Processor	: Core i3-5005U @2.00GHz*
Memory	: 2.00 GB
HDD	: 500 GB
Monitor	: 14 inci

2. Bahan

Perangkat Lunak

Tabel 2. Perangkat Lunak

Spesifikasi	
Sistem Operasi	: windows 10 Home 64 bit
Editor	: Visual Studio Code
Webserver	: XAMPP
Web Browser	: Chrome

D. Teknik Pengumpulan Data

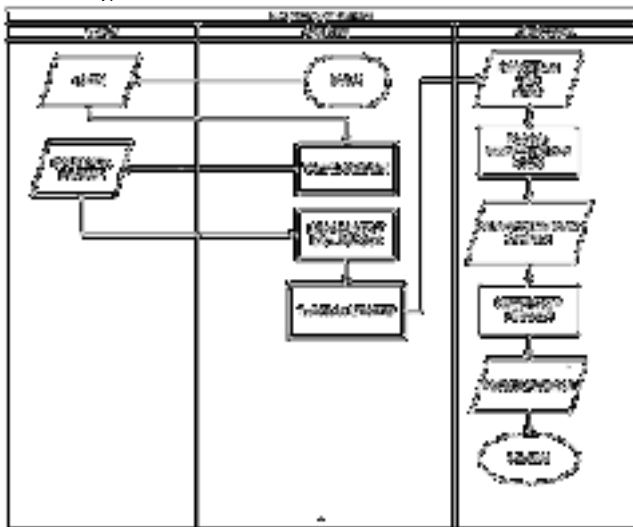
1. Field Research

ialah mengumpulkan data-data dengan melakukan studi langsung di lapangan sehingga data yang diperoleh lebih akurat.

2. Observasi

Metode observasi adalah Melakukan pengamatan dan pencatatan peristiwa secara langsung, menyeluruh, dan sistematis. Observasi dilakukan dengan observasi langsung di lokasi penelitian.

E. Rancangan Sistem



Gambar 1. Rancangan Sistem

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Detail Sistem

1. Halaman Login Admin

Merupakan halaman untuk admin dalam melakukan proses login untuk masuk ke dalam dashboard.



Gambar 1. Halaman Login Admin

2. Halaman Dashboard Admin

Merupakan halaman awal bagi admin setelah melakukan proses login. Pada halaman ini admin dapat mengakses beberapa menu seperti pengelolaan produk, kategori produk, maupun akun.



Gambar 2. Halaman Dashboard Admin

3. Halaman Pengolahan Data Produk

Merupakan halaman untuk tampilan semua produk di dalam sistem sekaligus pengolahan data pada produk seperti tambah, edit, dan hapus produk.



Gambar 3. Halaman Pengolahan Data Produk

1. Halaman Laporan Penjualan

Merupakan halaman untuk merekapitulasi laporan penjualan dan bisa merekap penjualan dari berbagai outlet yang terdaftar.



Gambar 4 Halaman Laporan Penjualan

2. Halaman Login Pelanggan

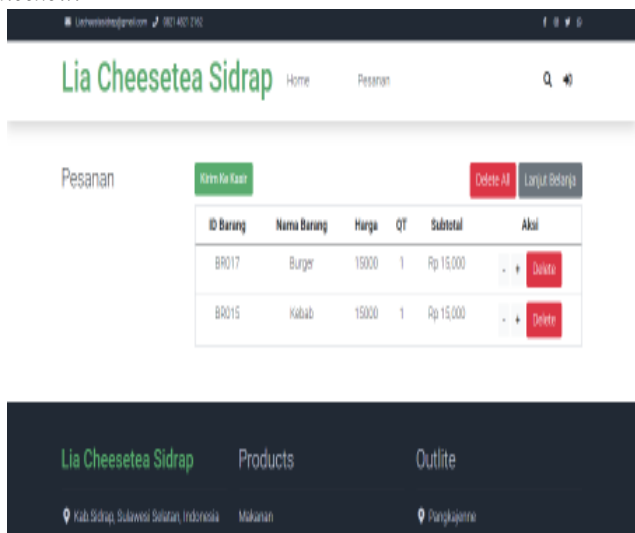
Merupakan halaman login untuk pelanggan yang sudah melakukan proses pendaftaran.



Gambar 5. Halaman Login Pelanggan

3. Halaman Pemesanan

Merupakan halaman untuk menyimpan semua pesanan yang sudah dipilih dan akan dikirim ke kasir untuk di *checkout*



Gambar 6. Halaman Pemesanan

B. Pengujian Sistem

1. Black Box

Black Box Pengujian Login

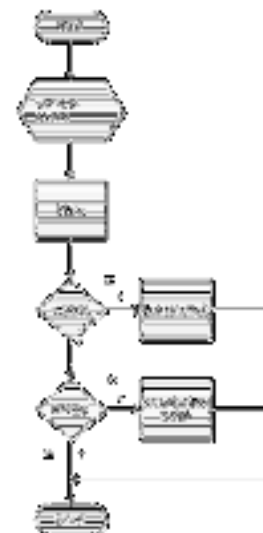
Tabel 3 Black Box Pengujian Login

Test faktor	Hasil	Keterangan
Jika Username atau Password yang dimasukkan sesuai.	✓	Berhasil, karena dapat menampilkan halaman dashboard.
Screenshot		



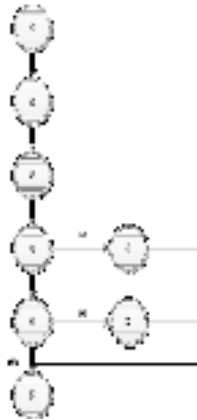
2. White Box

White Box Pengujian Input Data Flowchart



Gambar 7. Flowchart Pengujian Input Data

Flowgraph



Gambar 8. Flowgraph Pengujian Input Data

Cyclomatic complexity $V(G)$ pada egde dan node

Pada rumus : $V(G) = E - N + 2$

E (edge) = 8

N (node) = 9

P (Predikat node) = 2

Penyelesaian :

$V(G) = E - N + 2$

$= 9 - 8 + 2$

$= 3$

Predikat (P) = $P + 1$

$= 2 + 1$

$= 3$

Cyclomatic Complexity dari flowgraph di atas memiliki region = 3

Independent path pada flowgraph tersebut yakni:

Path 1 = 1 - 2 - 3 - 4 - 6 - 8

Path 2 = 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 7 - 8

Path 3 = 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 8

Grafik matriks pengujian input data

	1	2	3	4	5	6	7	8	$E - 1$
1		1							$1 - 1 = 0$
2			1						$1 - 1 = 0$
3				1					$1 - 1 = 0$
4					1	1			$2 - 1 = 1$
5							1	1	$2 - 1 = 1$
6								1	$1 - 1 = 0$
7								1	$1 - 1 = 0$
8									0
Sum (E) + 1									$2 + 1 = 3$

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu peneliti dapat membuat sistem yang melakukan pemesanan produk secara

online tanpa harus ke tempat untuk memilih dan memesan suatu produk dan juga pengelola tempat juga dapat memonitoring semua hal seperti stok produk, pengeluaran, dan pemasukan secara online. Di dalam sistem ini terdapat kategori yang memisahkan beberapa menu seperti kategori makanan dan minuman sehingga ketika pelanggan hanya ingin memesan minuman, maka pelanggan hanya perlu masuk ke kategori minuman. Kemudian akan tampil semua minuman dengan statusnya masing-masing apakah minuman tersebut stoknya tersedia atau kosong.

REFERENSI

- [1] Agustian, R. (2021). "Perancangan Aplikasi E-Marketing Menggunakan Responsive Web Design". Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak, Vol. 2, No. 3, Hlm. 361 - 367, September 2021.
- [2] Arwin, P. 2020. E-Commerce Putri Laut Pemesanan Abon Ikan Di Kabupaten Barru. Skripsi. Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Parepare. Parepare.
- [3] Erlangga, E., Anggraini, M. H., Ariani, F., & Aprilinda, Y. "Aplikasi E-Marketing Panglong Kayu Menggunakan Metode Colaborative Filtering". Explore: Jurnal Sistem informasi dan telematika (Telekomunikasi, Multimedia dan Informatika), Vol. 11, No.1, Hlm. 57 - 66, Juni 2020.
- [4] Erwin, A. 2020. Aplikasi Administrasi Pada Toko Karya Harapan Berbasis Client Server. Skripsi. Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Parepare. Parepare.
- [5] Prabowo, P., & Damayanti, D. "E-Marketing Jasa Laundry dengan Metode Sostac". Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi, Vol. 2, No. 4, Hlm. 1 - 6, Desember 2021.
- [6] Rosmalasari, T. D., Lestari, M. A., Dewantoro, F., & Russel, E. "Pengembangan E-Marketing Sebagai Sistem Informasi Layanan Pelanggan Pada Mega Florist Bandar Lampung". Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS), Vol. 1, No. 1, Hlm. 27 - 32, Maret 2020.
- [7] Sandi, R. M. "Peningkatan Layanan Konsumen dengan Aplikasi E-Marketing". Jurnal Ilmiah Infrastruktur Teknologi Informasi, Vol. 2, No. 1, Hlm. 34 - 40, Juni 2021.
- [8] Susanti, N. "Perancangan e-marketing umkm kerajinan tas". Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer, Vol.9, No.1, Hlm. 717 - 722, April 2018.
- [9] Nugroho, D. R. T. "Analisis Dan Perancangan E-Marketing Pariwisata Di Kota Bandar Lampung". Jurnal Teknologi Terkini, Vol. 2, No. 4, Hlm. 22 - 43, Agustus 2022.
- [10] Wahyuddin, "Aplikasi Pemesanan Menu Pada Warkop Shearlock Berbasis Abdroid", Vol. 2 No.3, Hlm.11-16, September 2022
- [11] Wahyuddin, "E-commerce bumbu masakan kelompok tani kwt (kelompok wanita tani) setia desa pakkodi kab. Enrekang", Vol. 1 No.3, Hlm.209-214, September 2021