



# Pengembangan E-Marketing Sebagai Sistem Informasi Layanan Mitra (Studi Kasus : Chou Chou Drink)

Rian Karisma

Sistem Informasi, Universitas Teknokrat Indonesia, Indonesia

[riankarisma21@gmail.com](mailto:riankarisma21@gmail.com)

Submitted	Accepted	Publish
22-March-2023	24-March-2023	1-May-2023

**Abstrak:** Pemasaran yang dilakukan pada perusahaan seperti Chou Chou Drink saat ini sudah menggunakan media sosial akan tetapi secara prosedur kerjasama mitra tidak dilakukan dalam satu sistem. permasalahan seperti proses pemasaran yang dilakukan dengan respon melalui media chat masih dirasa kurang efektif karena pihak perusahaan harus menjelaskan satu persatu mengenai kerjasama mitra, hal tersebut berdampak pada kesalahan dalam respon yang ditanggapi. Permasalahan berikutnya yaitu ketika mitra sudah bekerjasama dan akan memesan bahan baku, mitra akan mencatat secara manual mengenai bahan yang akan dipesan perusahaan, proses tersebut dapat memicu terjadinya kesalahan dalam pengiriman bahan baku, kesalahan produk yang dipesan dan proses rekap pesanan bahan baku yang dilakukan secara berulang, sehingga proses tersebut dirasa masih kurang efektif dan efisien. Metode yang digunakan dalam pengembangan sistem yaitu *Extreme programming* tahapan meliputi *planning, design, coding* dan *testing* dengan keunggulan berupa pengembangan secara cepat dan berorientasi objek. Hasil peneliti yang telah dilakukan menghasilkan sistem berbasis *web* dengan pengguna yang terdiri dari admin, pimpinan dan mitra. Pelayanan yang diberikan berupa pendaftaran mitra baru dan proses pemesanan bahan baku yang dapat dilakukan secara Online dalam satu sistem yang telah dibangun. Berdasarkan hasil pengujian *Black box testing* diperoleh hasil sebesar 98,09% berdasarkan keseluruhan pengujian terhadap fungsi sistem dapat disimpulkan bahwa responden menilai sistem yang dibangun telah sesuai dengan fungsinya

**Kata Kunci:** Pengembangan; E-Marketing; Pelayanan; Mitra; Website;

**Abstract:** Marketing carried out on companies such as Chou Chou Drink currently uses social media, but in terms of partner cooperation procedures, it is not carried out in one system. Problems such as the marketing process carried out with a response through chat media are still considered ineffective because the company must explain one by one about partsner cooperation, this has an impact on errors in the response that is responded to. The next problem is that when the partner has cooperated and will order raw materials, the partner will record manually about the materials to be ordered to the company, the process can trigger errors in the delivery of raw materials, errors in the products ordered and the process of recapturing raw material orders that are carried out repeatedly, so that the process is still considered ineffective and efficient. The method used in system development, namely *Extreme programming*, stages includes *planning, design, coding* and *testing* with the advantage of rapid and object-oriented development. The results of the researchers that have been carried out produce a web-based system with users consisting of admins, leaders and partners. The services provided are in the form of registration of new partners and the process of ordering raw

Rian Karisma: \*Penulis Korespondensi



Copyright © 2023, Rian Karisma.



*materials that can be done online in one system that has been built. Based on the test results Black box testing obtained results of 98.09% based on the overall testing of system functions, it can be concluded that respondents assessed that the system built was in accordance with its function.*

**Keywords:** Development; E-Marketing; Service; Partner; Website;

## 1. PENDAHULUAN

Marketing merupakan kegiatan pemasaran produk yang digunakan untuk mencapai target perusahaan seperti penjualan. Pada saat ini banyak perusahaan yang masih menerapkan pemasaran secara tradisional seperti melalui pameran, borosur hingga banner, hal tersebut akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan terhadap pelanggan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Konsep pemasaran yang dapat digunakan untuk mendukung berbagai kegiatan perusahaan dalam mencapai target seperti menerapkan inovasi teknologi informasi dalam bentuk elektronik marketing[1] atau dapat disebut e-marketing yang merupakan teknik pemasaran berbasis web dan internet yang digunakan untuk mencapai sasaran dan mendukung konsep pemasaran yang modern [2].

Pemasaran yang dilakukan pada perusahaan seperti Chou Chou Drink saat ini sudah menggunakan media sosial akan tetapi secara prosedur kerjasama mitra tidak dilakukan dalam satu sistem, perusahaan tersebut diketahui merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan produk minuman dalam kemasan dengan varian rasa dengan bahan baku utama isian yaitu boba seperti rasa green tea, taro, milo, vanilla hingga redvelvet. Inovasi produk minuman tersebut selalu diminati oleh kalangan muda, sehingga hal tersebut dapat dijadikan peluang usaha bagi pengusaha pemula. Perusahaan tersebut juga menyediakan frenchise atau kerjasama mitra yang dapat dilakukan dengan memilih paket tersedia dalam pilihan booth yang menarik. Berdasarkan pengolahan data kerjasama mitra dilakukan dengan media chat menggunakan whatsapp dengan informasi yang diperoleh dari banner maupun brosur, calon mitra akan menghubungi pihak admin perusahaan untuk menanyakan mengenai cara kerjasama mitra. Proses tersebut akan direspon satu persatu oleh admin hingga calon mitra ingin bekerjasama dengan perusahaan. Setelah calon mitra bekerjasama selanjutnya akan ada proses pemesanan bahan baku yang dilakukan dengan mencatat pada buku lalu mengirimkan ke admin untuk menyiapkan bahan yang dipesan. Berdasarkan proses tersebut penting bagi perusahaan untuk menerapkan suatu sistem mempermudah untuk kegiatan pemasaran[2], [3].

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh pemilik perusahaan diperoleh permasalahan seperti proses pemasaran yang dilakukan dengan respon melalui media chat masih dirasa kurang efektif karena pihak perusahaan harus menjelaskan satu persatu mengenai kerjasama mitra, hal tersebut berdampak pada kesalahan dalam respon yang ditanggapi. Permasalahan berikutnya yaitu ketika mitra sudah bekerjasama dan akan memesan bahan baku, mitra akan mencatat secara manual mengenai bahan yang akan dipesan ke perusahaan, proses tersebut dapat memicu terjadinya kesalahan dalam pengiriman bahan baku, kesalahan produk yang dipesan dan proses rekap pesanan bahan baku yang dilakukan secara berulang, sehingga proses tersebut dirasa masih kurang efektif dan efisien. Seperti penelitian yang dilakukan oleh [4] menyatakan bahwa proses pemasaran yang dilakukan secara tradisional atau konvensional berpengaruh efisiensi pemasaran produk dan berpengaruh terhadap target perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan harus menerapkan suatu sistem yang dapat menangani proses pemesanan bahan baku secara online.

Berdasarkan permasalahan tersebut diperlukan suatu solusi dengan membangun sistem e-marketing berbasis web untuk mempermudah melakukan promosi produk dan melakukan kerjasama mitra secara online[5]–[8], seperti penelitian yang dilakukan oleh [9] menyatakan bahwa e-marketing menggunakan website dapat mempermudah perusahaan dan pelanggan saling mengenal dan berkomunikasi secara cepat sehingga dapat

Rian Karisma: \*Penulis Korespondensi

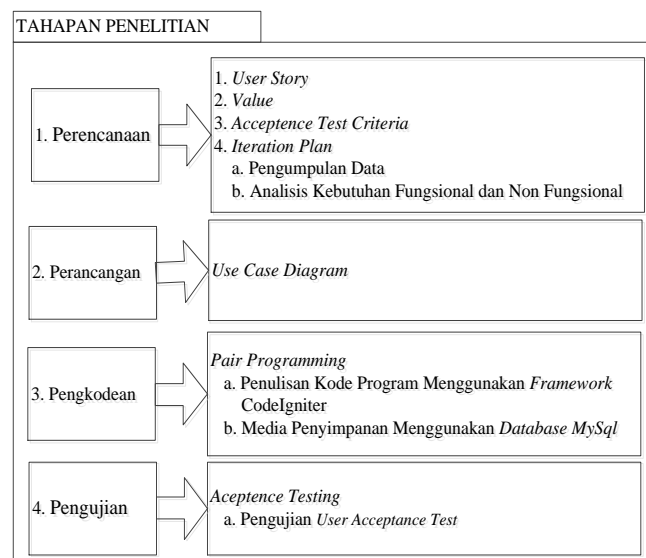


Copyright © 2023, Rian Karisma.

meningkatkan keuntungan bagi kedua pihak. Dengan adanya sistem tersebut diharapkan mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan dalam hal proses kerjasama mitra dan manajemen pesanan bahan baku secara tersistem. Oleh sebab itu peneliti memberikan solusi dengan menerapkan sistem yang dapat melakukan promosi produk, melakukan kerjasama mitra, melakukan pemesanan bahan baku kepada perusahaan dan mampu mencatat data penjualan produk oleh mitra secara online menggunakan website.

## 2. METODE PENELITIAN

Kerangka penelitian merupakan konsep pada penelitian yang saling berhubungan antara variabel yang satu dengan penggambaran yang lain dapat terkoneksi secara detail dan juga sistematis. Kerangka penelitian perlu dirangkai dan dilakukan agar penelitian bisa lebih mudah dipahami[10]–[13]. Tahapan penelitian digunakan sebagai bentuk penjabaran dari kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada Gambar 1.

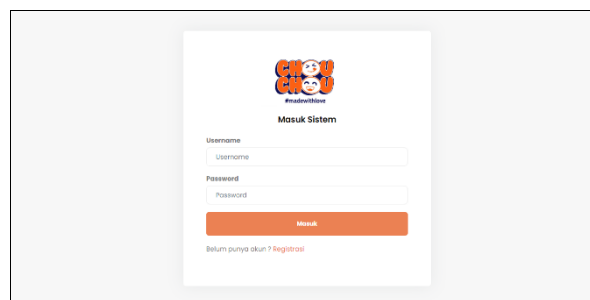


Gambar 1. Tahapan Penelitian

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

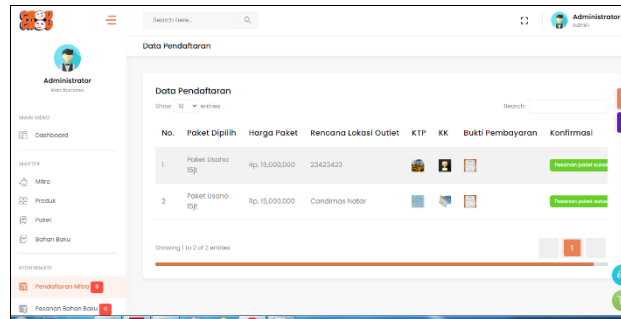
Implementasi merupakan tahap penerapan dan sekaligus pengujian bagi sistem baru serta merupakan tahap dimana aplikasi siap dioperasikan pada keadaan yang sebenarnya, efektifitas sistem baru akan diketahui secara pasti, juga untuk semua kelebihan dan kekurangan sistem dari program aplikasi[14], [15].

Tampilan pada menu *login* merupakan bagian untuk dapat masuk kebagian berikutnya yang dapat dilihat pada Gambar 2.



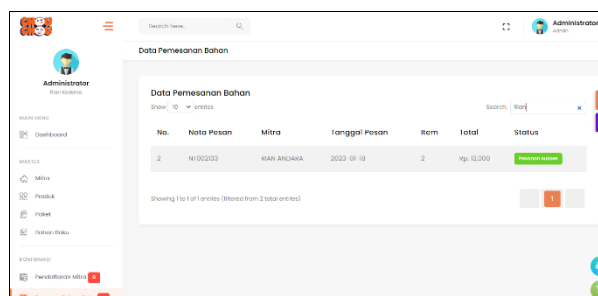
Gambar 2. Tampilan Menu *Login*

Tampilan pada menu konfirmasi pendaftaran mitra merupakan tampilan yang digunakan untuk menerima atau menolak pendaftaran mitra baru, seperti pada Gambar 3.



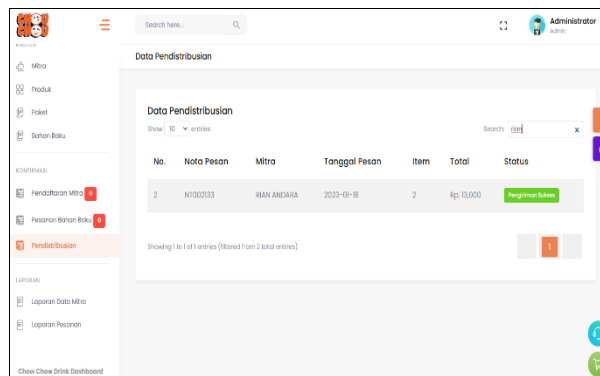
**Gambar 3.** Tampilan Menu Konfirmasi Pendaftaran Mitra

Berdasarkan gambar tersebut terdapat masukan data seperti paket dipilih, harga paket, rencana lokasi outlet, KTP, KK dan bukti pembayaran. Terdapat tombol konfirmasi terima jika data dan pembayaran valid serta tombol tolak jika tidak valid. Tampilan pada menu konfirmasi pemesanan bahan baku merupakan tampilan yang digunakan untuk menerima atau menolak pemesanan, seperti pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Tampilan Menu Konfirmasi Pemesanan Bahan Baku

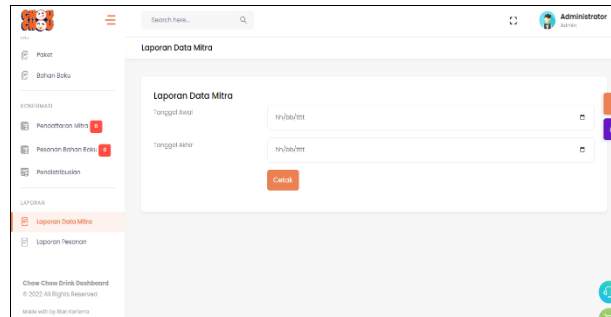
Berdasarkan gambar tersebut terdapat masukan data seperti nama mitra, nomor pemesanan, tanggal pesan, item, total dan status. Terdapat tombol konfirmasi terima jika data dan pembayaran valid serta tombol tolak jika tidak valid. Tampilan pada menu pendistribusian digunakan untuk mengkonfirmasi data status pesanan yang dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Tampilan Menu Pendistribusian

Berdasarkan gambar tersebut terdapat informasi data pesanan dan admin dapat melakukan proses pengemasan, pengiriman dan konfirmasi terima pesanan. Tampilan

pada menu laporan data mitra digunakan untuk mencetak data hasil pendaftaran mitra baru berdasarkan priode yang dipilih, dilihat pada Gambar 6.



**Gambar 6.** Tampilan Menu Laporan Data Mitra

Berdasarkan gambar tersebut terdapat masukan data seperti pilihan priode cetak dari tanggal dan sampai tanggal, terdapat tombol cetak untuk memproses laporan. Jika terdapat kolom yang kosong maka muncul pemberitahuan bahwa bidang tidak boleh kosong.

## 4. KESIMPULAN

Proses membangun E-marketing sebagai sistem informasi layanan kepada mitra berbasis website dilakukan dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database Mysql, penerapan sistem dilakukan menggunakan suatu framework yaitu codeigniter yang dapat menghasilkan sistem yang lebih fleksibel dan efisien dalam pembangunannya. Hasil dari sistem yang telah dibangun berupa promosi menggunakan website seperti pemasaran produk chou-chou drink dan pendaftaran mitra baru sesuai paket yang dipilih. Sistem yang dihasilkan dapat memberikan layanan pemesanan bahan baku kepada mitra secara online, sehingga mitra dapat melakukan pemesanan dengan memilih bahan baku yang diinginkan dan dapat menampilkan informasi data pesanan bahan baku kepada pihak admin perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian *Black box testing* diperoleh hasil sebesar 98,09% berdasarkan keseluruhan pengujian terhadap fungsi sistem dapat disimpulkan bahwa responden menilai sistem yang dibangun telah sesuai dengan fungsinya.

## 5. REFERENCES

- [1] A. M. Sari, D. Darwis, and D. Dartono, "E-MARKETING PADA DEALER MOTOR TVS CABANG UNIT 2 BERBASIS WEB," *J. Ilm. Infrastruktur Teknol. Inf.*, vol. 2, no. 1, 2021.
- [2] T. D. Rosmalasari, M. A. Lestari, F. Dewantoro, and E. Russel, "Pengembangan E-Marketing Sebagai Sistem Informasi Layanan Pelanggan Pada Mega Florist Bandar Lampung," *J. Soc. Sci. Technol. Community Serv.*, vol. 1, no. 1, pp. 27–32, 2020.
- [3] F. P. Evaryanti, N. M. Estiyanti, and S. Lavianto, "Analisis Strategi E-Marketing Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Travel Agent Online mybaliwisata.com," *J. Appl. Informatics Comput.*, vol. 3, no. 1, pp. 12–17, 2019, doi: 10.30871/jaic.v3i1.1154.
- [4] S. Hartono, "Perancangan Sistem Informasi Marketing Berbasis Website Pada Perusahaan Distributor PT. SBM," *Infotech J. Technol. Inf.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–6, 2019, doi: 10.37365/jti.v6i1.64.
- [5] A. F. O. Pasribu and A. D. Wahyudi, "Used Car Sale Application Design in Car Showroom Using Extreme Programming," *Chain J. Comput. Technol. Comput. Eng. Informatics*, vol. 1, no. 1, pp. 21–26, 2023.
- [6] R. D. Gunawan and F. Ariany, "Implementasi Metode SAW Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Plano Kertas," *J. Artif. Intell. Technol. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 29–38, 2023.



- [7] F. Hamidy and I. Yasin, "Implementation of Moving Average for Forecasting Inventory Data Using CodeIgniter," *J. Data Sci. Inf. Syst.*, vol. 1, no. 1, pp. 17–23, 2023.
- [8] T. Ardiansah and D. Hidayatullah, "Penerapan Metode Waterfall Pada Aplikasi Reservasi Lapangan Futsal Berbasis Web," *J. Inf. Technol. Softw. Eng. Comput. Sci.*, vol. 1, no. 1, pp. 6–13, 2023.
- [9] Y. Sisca and F. Trisnawati, "Rancang Bangun Sistem Informasi Pemasaran Secara Digital Berbasis E-Marketing," *J. Dunia Bisnis*, vol. 1, no. 1, pp. 1–11, 2021.
- [10] S. Setiawansyah, A. T. Priandika, B. Ulum, A. D. Putra, and D. A. Megawaty, "UMKM Class Determination Support System Using Profile Matching," *Bull. Informatics Data Sci.*, vol. 1, no. 2, pp. 46–54, 2022.
- [11] D. Alita, S. Setiawansyah, and A. D. Putra, "C45 Algorithm for Motorcycle Sales Prediction On CV Mokus Rawajitu," *J. SISFOTEK Glob.*, vol. 11, no. 2, pp. 127–134, 2021.
- [12] A. Aldino, A. Saputra, A. Nurkholis, and S. Setiawansyah, "Application of Support Vector Machine (SVM) Algorithm in Classification of Low-Cape Communities in Lampung Timur," *Build. Informatics, Technol. Sci.*, vol. 3, no. 3 SE-Articles, Dec. 2021, doi: 10.47065/bits.v3i3.1041.
- [13] R. Nuraini, Y. Daniarti, I. P. Irwansyah, A. A. J. Sinlae, and S. Setiawansyah, "Fuzzy Multiple Attribute Decision Making Menggunakan TOPSIS Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Wireless Router," *JURIKOM (Jurnal Ris. Komputer)*, vol. 9, no. 2, pp. 411–419, 2022.
- [14] S. Ahdan and S. Setiawansyah, "Pengembangan Sistem Informasi Geografis Untuk Pendonor Darah Tetap di Bandar Lampung dengan Algoritma Dijkstra berbasis Android," *J. Sains dan Inform. Res. Sci. Inform.*, vol. 6, no. 2, pp. 67–77, 2020.
- [15] I. Kurniawan, Setiawansyah, and Nuralia, "PEMANFAATAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY UNTUK PENGENALAN PAHLAWAN INDONESIA DENGAN MARKER," *J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 1, no. 1, pp. 9–16, 2020.

