



## E-MARKETING JASA LAUNDRY DENGAN METODE SOSTAC

Prabowo<sup>1</sup>, Damayanti<sup>2</sup>

Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia<sup>1,2</sup>

[2222prabowo@gmail.com](mailto:2222prabowo@gmail.com)<sup>1</sup>, [damayanti@teknokrat.ac.id](mailto:damayanti@teknokrat.ac.id)<sup>2</sup>

Received: (10 Desember 2021) Accepted: (17 Desember 2021) Published: (31 Desember 2021)

### Abstract

*Laundry is a business that is engaged in service providers, laundry work includes washing clothes, and so on. In doing marketing, they are still promoting through social sites such as Facebook and WhatsApp. This promotion method is quite effective in the social circle of producers, but is quickly forgotten, because Facebook users only use these sites to interact with relatives or provide opinions on current issues in their social sphere, not to find and buy crafts. There is no information about the laundry packages offered. Shaka Laundry also faces problems in terms of ordering, namely ordering service products using only the telephone or coming directly to Shaka Laundry. In addition, the system that runs is still limited to the environment of colleagues or relatives, so a wider place is needed to be able to promote Shaka Laundry services. This research uses a prototype method and will be implemented using the PHP and MySQL programming languages as databases. This system will be tested using black box testing and ISO 25010. With the construction of this system, it can provide benefits to Shaka Laundry to market laundry services so as to attract customers to perform laundry services at Shaka Laundry, as well as generate reports needed by Shaka Laundry quickly. The results of the tests that have been carried out by involving 4 respondents that the conclusion of the quality of the feasibility of the resulting software has a percentage of success with a total average of 94.18%.*

*Keywords: E-marketing, SOSTAC, Prototype, Black Box, iso 25010*

### Abstrak

Laundry merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penyedia layanan jasa, pekerjaan laundry meliputi pencucian sebuah pakaian, dan lain sebagainya. Dalam melakukan pemasaran masih mempromosikan melalui situs-situs sosial seperti *facebook*, dan *whastapp*. Metode promosi tersebut cukup efektif dalam lingkup sosial produsen, namun cepat dilupakan, karena pengguna *facebook* hanya menggunakan situs-situs tersebut untuk berinteraksi dengan kerabat atau memberikan opini mengenai isu terkini dalam lingkup sosial mereka, bukan untuk mencari dan membeli kerajinan. Tidak adanya informasi mengenai paket laundry yang ditawarkan. Shaka Laundry ini juga menghadapi masalah dalam hal pemesanan yaitu pemesanan produk jasa hanya menggunakan telepon atau datang langsung ke Shaka Laundry. Selain itu sistem yang berjalan juga masih sebatas lingkungan rekan kerja atau kerabat, sehingga diperlukan tempat yang lebih luas untuk dapat mempromosikan jasa Shaka Laundry. Penelitian ini menggunakan metode *prototype* dan akan diimplementasikan menggunakan bahasa pemograman PHP dan *MySQL* sebagai *database*. Sistem ini akan diuji menggunakan *black box testing* dan ISO 25010. Dengan dibangunnya sistem ini dapat memberikan keuntungan kepada Shaka Laundry untuk memasarkan jasa laundry sehingga menarik pelanggan untuk melakukan jasa laundry yang ada pada Shaka Laundry, serta menghasilkan laporan yang dibutuhkan oleh Shaka Laundry secara cepat. Hasil pengujian yang telah dilakukan dengan melibatkan 4 Responden bahwa kesimpulan kualitas kelayakan perangkat lunak yang dihasilkan memiliki persentase keberhasilan dengan total rata-rata **94.18%**.

**Kata Kunci :** *E-marketing, SOSTAC, Prototype, Black Box, iso 25010*

**To cite this article:**

Prabowo, Damayanti. (2021). E-Marketing Jasa Laundry Dengan Metode Sostac. Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi, Vol (2), 1-6.

## 1. Pendahuluan

Teknologi Informasi adalah suatu alat untuk menyajikan informasi sedemikian rupa sehingga bermanfaat bagi penerimanya. Pesatnya perkembangan teknologi informasi, banyak perubahan yang terjadi dalam cara hidup manusia. Pada saat ini peradaban dunia telah menunjukkan adanya perkembangan teknologi, seiring dengan kemajuan teknologi tersebut, manusia dituntut untuk bekerja dengan lebih efektif dan efisien guna memperoleh hasil yang lebih cepat, tepat dan akurat [1]. Hal ini menuntut manusia untuk senantiasa menyesuaikan pola hidupnya dengan perkembangan teknologi. Sama halnya dengan perusahaan-perusahaan, mulai dari perusahaan kecil hingga perusahaan berskala internasional. Berbagai bidang perusahaan saat ini bersaing untuk menguasai pasar dengan bantuan teknologi informasi. Kegunaan teknologi informasi adalah dapat meningkatkan kinerja organisasi, meningkatkan efektivitas dan efisiensi waktu, tenaga, biaya, meningkatkan produksi, penjualan dan pemasaran (*e-marketing*) [2].

*E-marketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet dengan website sebagai mediatornya. Konsep *e-marketing* sebenarnya hampir sama dengan pemasaran secara tradisional, yang membedakan adalah medianya. Jika *e-marketing* sudah memanfaatkan media online bisa berupa website, jejaring sosial, email, blog dan aplikasi yang lainnya. Dengan *e-marketing* mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan menjaring pelanggan lebih banyak, *e-marketing* bisa diartikan sebagai bagian dari *e-commerce* yang merupakan aktivitas perusahaan dalam mengelola kegiatan komunikasi, melakukan kegiatan promosi dan melakukan kegiatan jual beli produk baik barang maupun jasa melalui internet[3]. *E-marketing* dapat dikembangkan di perusahaan maupun didunia industry salah satunya pada bidang jasa laundry.

Laundry merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penyedia layanan jasa meliputi pencucian pakaian, setrika, dan lain sebagainya. Dalam era zaman sekarang ini usaha laundry sangat berkembang pesat diberbagai kota-kota besar maupun kecil. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha laundry ini menjadi sangat pesat akhir-akhir ini, diantaranya banyaknya keluarga yang tidak memiliki banyak waktu banyak untuk menyelesaikan pekerjaan rumah masing-masing [4]

Shaka Laundry adalah bisnis yang berjalan dibidang pelayanan jasa cuci pakaian, karpet, dan boneka dengan mesin cuci maupun mesin pengering otomatis dengan menggunakan cairan pembersih dan pewangi khusus.

Shaka Laundry terletak di Jalan Serdang, Desa Serdang IIB Kecamatan Tanjung Bintang Lampung Selatan. Layanan cuci kiloan yang tersedia pada Shaka Laundry diantaranya cuci komplit (cuci kering, dan setrika), cuci kering, ataupun setrika saja yang terdiri dari dua jenis paket yaitu reguler dan express. Harga jasa laundry ditentukan berdasarkan berat atau jumlah satuan pakaian.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Shaka Laundry dalam melakukan pemasaran masih mempromosikan melalui situs-situs sosial seperti *facebook*, dan *whatsapp*. Metode promosi tersebut cukup efektif dalam lingkup sosial produsen, namun cepat dilupakan, karena pengguna *facebook* hanya menggunakan situs-situs tersebut untuk berinteraksi dengan kerabat atau memberikan opini mengenai isu terkini dalam lingkup sosial mereka, bukan untuk mencari dan membeli. Tidak adanya informasi mengenai paket laundry yang ditawarkan. Shaka Laundry ini juga menghadapi masalah dalam hal pemesanan yaitu pemesanan produk jasa hanya menggunakan telepon atau datang langsung ke Shaka Laundry. Selain itu sistem yang berjalan juga masih sebatas lingkungan rekan kerja atau kerabat, sehingga diperlukan tempat yang lebih luas untuk dapat mempromosikan jasa Shaka Laundry.

Alternatif masalah diatas yaitu membuat sistem *e-marketing* jasa laundry pada Shaka Laundry dengan menerapkan analisis SOSTAC yaitu *situation analysis, objective, strategy, tactics, action* dan *control*, diharapkan dapat memberikan output dari *design e-marketing* yang *user friendly* seperti memudahkan pelanggan dan penjual dengan tampilan yang mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Sistem ini akan dilakukan testing fungsional secara keseluruhan, dan dengan adanya sistem ini penjual mendapatkan keuntungan finansial yang semakin baik, dan bagi pelanggan dapat lebih menghemat waktunya untuk mencari informasi yang ingin dibeli dan menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Dengan dibangunnya sistem ini dapat memberikan keuntungan kepada Shaka Laundry untuk memasarkan jasa laundry sehingga menarik pelanggan untuk melakukan jasa laundry yang ada pada Shaka Laundry, serta menghasilkan laporan yang dibutuhkan oleh Shaka Laundry secara cepat.

## 2. Tinjauan Pustaka

### A. Pemasaran

Pemasaran adalah menggambarkan usaha-usaha perusahaan untuk menginformasikan, berkomunikasi,

mempromosikan dan memasarkan produk dan jasanya melalui internet [5].

Pemasaran merupakan penggambaran usaha-usaha perusahaan untuk menginformasikan, berkomunikasi, mempromosikan dan memasarkan produk dan jasanya [6].

Pemasaran adalah sebuah sistem keseluruhan dari kegiatan suatu bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa [15].

## B. SOSTAC

Strategi proses model untuk perancangan *E-Marketing* menggunakan pengembangan SOSTAC® dan perbedaan tahapan yang akan terlibat dalam strategi pemasaran dari pengembangan strategi untuk implementasi. Tahapan yang terlibat dapat diringkas sebagai berikut:

- A. *Situation analysis*  
Chaffey (2007) “*Situation analysis* adalah analisis lingkungan dan meninjau dari proses internal dan sumber daya untuk menginformasikan strategi”. Tujuan dari *Situation analysis* adalah untuk memahami lingkungan saat ini dan masa depan dimana perusahaan beroperasi agar tujuan strategis adalah realistis mengingat apa yang terjadi di pasar.
- B. *Objectives efektif* perencanaan *E-Marketing* didasarkan pada tujuan yang jelas karena ini akan menginformasikan strategi dengan taktik dan membantu dalam mengkomunikasikan tujuan strategi untuk tenaga kerja dan investor [7]
- C. *Strategy unsur strategy* dari perencanaan *EMarketing* mengidentifikasi bagaimana *E-Marketing* mengidentifikasi bagaimana *E-Marketing* mencapai tujuan (Chaffey, 2007). Beberapa komponen kunci dari strategi pemasaran adalah dengan cara berpedoman pada STOP (*Segmentation, Target, Online Value, Product*) and SIT (*Stage, Integration, And Tools*).
- D. Tactic merupakan penerapan strategi dan tujuan secara tradisional yang didasarkan pada elemen dari marketing mix”. Marketing mix – 4P dari *product, price, place, dan promotion* yang awalnya diusulkan oleh Jerome yang digunakan sebagai bagian penting dari penerapan strategi pemasaran oleh para praktisinya. 4P telah diperpanjang menjadi 7P dengan memasuki tiga elemen lebih lanjut yang lebih mencerminkan pelayanan: *people, proces and physical evidence*.
- E. *Action* menurut Chaffey (2007) “tindakan komponen perancangan *E-Marketing* adalah kegiatan yang dilakukan untuk melaksanakan rencana tersebut”. 1. *Blueprint* 2. *Database* 3. *UML* 4. *Wireframe*
- F. *Control* menurut Chaffey (2007) “Elemen *Control* dari rencana *E-Marketing* dapat dicapai melalui kombinasi teknik tradisional seperti riset pemasaran untuk mendapatkan pandangan dan pendapat

pelanggan. Fungsi *Control* disini adalah mengetahui apakah *E-Marketing* yang diterapkan dan sudah berjalan dengan baik atau belum, fungsional implementasi sistem secara keseluruhan.

## C. Pengujian Black Box

Pengujian *black-box* berfokus pada persyaratan fungsional perangkat lunak. Dengan demikian, pengujian *black-box* memungkinkan perencana perangkat lunak mendapatkan serangkaian kondisi input yang sepenuhnya menggunakan semua persyaratan fungsional untuk suatu program [8]. Pengujian *black-box* berusaha menemukan kesalahan dalam kategori sebagai berikut:

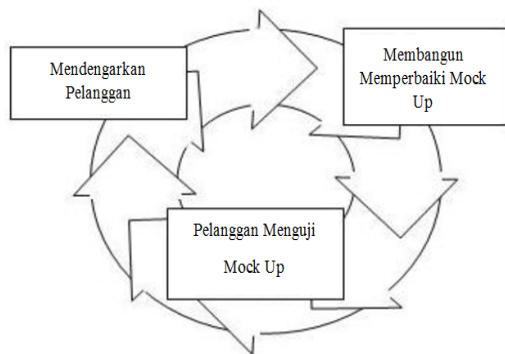
- a. Fungsi – fungsi yang tidak benar atau hilang,
- b. Kesalahan *interface*
- c. Kesalahan dalam struktur data atau akses eksternal
- d. Kesalahan kinerja
- e. Inisialisasi dan kesalahan terminasi

## D. ISO 25010

Model ISO-25010 merupakan bagian dari *Software product Quality Requirements and Evaluation (SQuaRE)*, yang merupakan pengembangan dari model kualitas perangkat lunak sebelumnya yaitu ISO-9126. Model ISO-25010 ini digunakan untuk melihat kualitas suatu perangkat lunak yang digunakan oleh perusahaan, instansi ataupun organisasi [9]. Metode ISO 25010 ini dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas sistem perangkat lunak secara spesifik berdasarkan dua dimensi umum, yaitu dimensi *product quality*, dimana prosesnya mengacu pada karakteristik intrinsik dari sebuah produk perangkat lunak, memiliki beberapa elemen antara lain meliputi *functional suitability, reliability, operability, performance efficiency, security, compatibility, maintainability* dan *transferability*. *Quality in use* dan *product quality*. Sedangkan pada *dimensionality in use*, terdapat beberapa karakteristik relatif yang ditinjau dari perspektif *user* antara lain *Usability in use, Flexibility in use, dan Safety* [10] [11] [14].

## E. Metode Prototype

Model *prototype* dapat digunakan untuk menyambung ketidakpahaman pelanggan mengenai hal teknis dan memperjelas spesifikasi kebutuhan yang diinginkan pelanggan kepada pengembang perangkat lunak [12]. Model *prototype* dapat dilihat pada Gambar 1.

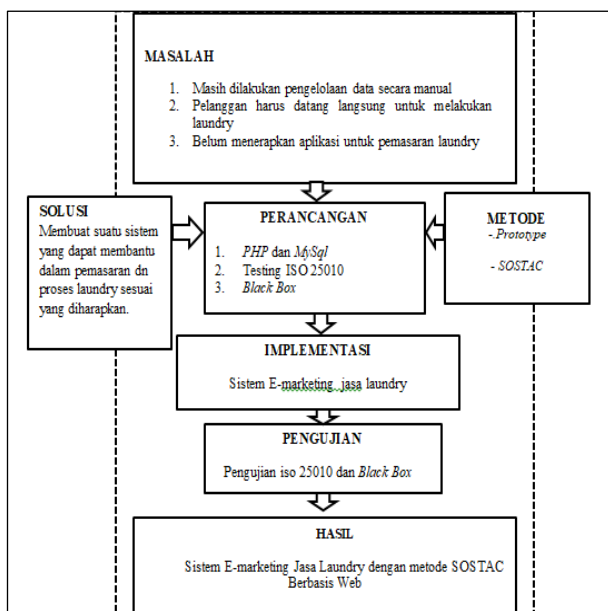


Gambar 1. Tahapan *Prototype* [13]

### 3. Metode Penelitian

Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan seluruh aktifitas yang dilakukan dalam mengembangkan aplikasi.

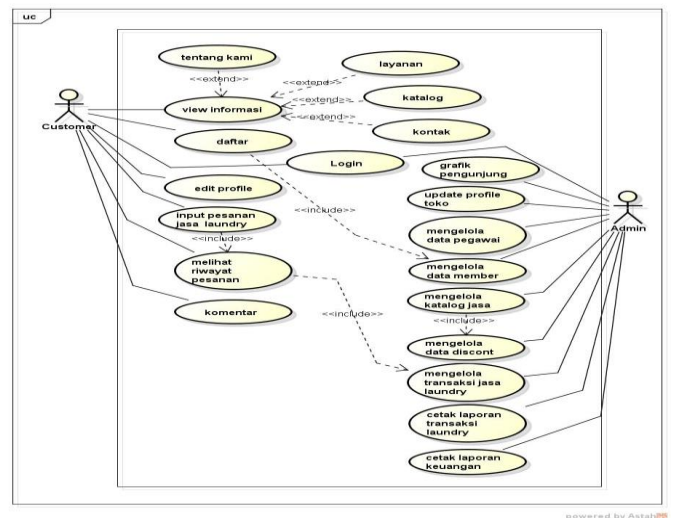
#### a. Kerangka Penelitian



Gambar 2. Kerangka Penelitian

#### b. Usecase Diagram

Diagram use case merupakan pemodelan untuk kelakuan (*behavior*) sistem informasi yang akan dibuat. Dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini:



Gambar 3. Usecase Diagram

### 4. Hasil dan Pembahasan

Tahap ini menjelaskan tentang implementasi pembuatan program yang dibangun, dengan memberikan contoh tampilan *form*, Implementasi merupakan tahap dimana sistem siap dioperasikan pada tahap sebenarnya, sehingga akan diketahui apakah sistem yang akan dibuat benar-benar dapat menghasilkan tujuan yang diinginkan. Berdasarkan tahapan diatas maka dapat dilihat dibawah ini adalah tampilan sistem yaitu:

#### A. Implementasi Menu Utama

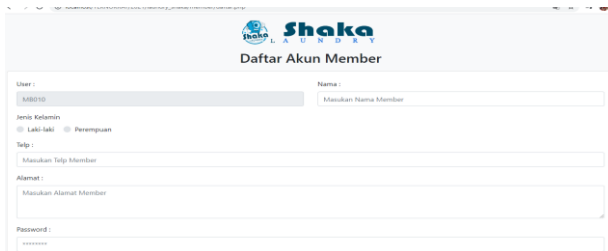
Pada halaman menu utama dalam *aplikasi* ini merupakan tampilan beranda mengenai Keseluruhan dan garis besar mengenai isi-isi juga konten didalam *aplikasi* untuk melihat jasa yang ditawarkan



Gambar 4. Form Menu Utama

#### B. Implementasi Menu Daftar

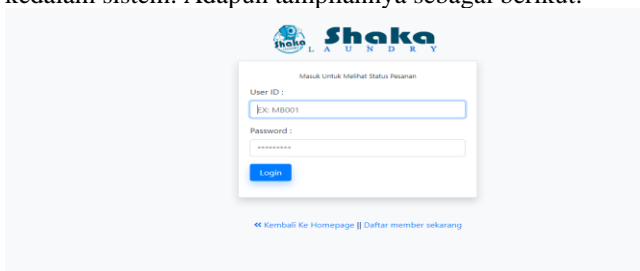
*Form* daftar yang dirancang untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pendaftaran pemesanan yang tertera dalam *aplikasi*. Pelanggan bisa langsung mengisi data diri yang telah disediakan melalui *form* pendaftaran dengan syarat dan ketentuan yang berlaku di dalam *form* pendaftaran. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 5. Implementasi Menu Daftar

**C. Implementasi Menu Login Pelanggan**

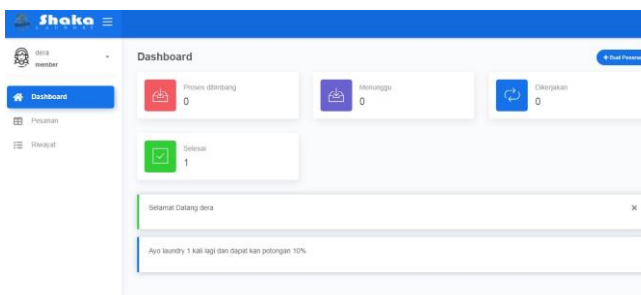
Menu login adalah tampilan untuk masuk kedalam sistem disini pelanggan dapat memasukan *username* dan *password* setelah mendaftar ataupun yang sudah terdaftar. Tombol login digunakan untuk masuk kedalam sistem. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 6. Implementasi Menu Login

**D. Implementasi Menu Utama Pelanggan**

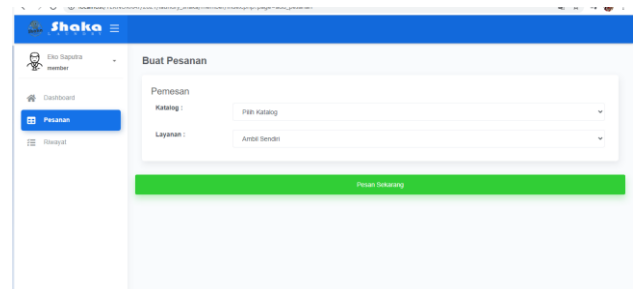
Menu utama adalah tampilan yang menampilkan tampilan awal program pelanggan dapat melihat produk yang ditawarkan dan jenis jasa yang ditawarkan. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 7. Implementasi Menu Utama

**E. Implementasi Menu Pemesanan Jasa Laundry**

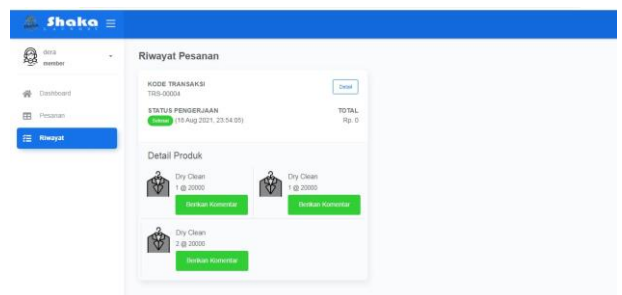
Menu pemesanan adalah tampilan yang menampilkan untuk melakukan informasi pemesanan terhadap jasa yang akan dipesan. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 8. Implementasi Menu Pemesanan Jasa Laundry

**F. Implementasi Menu Riwayat Pemesanan**

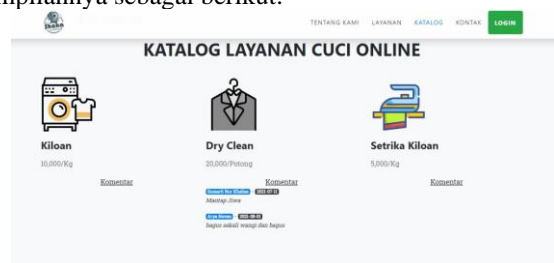
Menu Riwayat pemesanan adalah tampilan yang menampilkan tampilan pemesanan yang sudah dilakukan pelanggan. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 9. Implementasi Riwayat Pemesanan

**G. Implementasi Menu Komentar**

Menu komentar adalah tampilan yang menampilkan tampilan untuk melakukan komentar pelanggan. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 10. Implementasi Menu Komentar

Sistem yang dibangun dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi bagaimana cara melakukan pemesanan jasa laundry. Menu pada sistem terdapat menu riwayat pesanan, update status dan status pesanan yang dapat diakses pelanggan secara cepat. Selanjutnya sistem diuji menggunakan pengujian ISO 25010. Berikut hasil pengujian secara keseluruhan pada aplikasi dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Hasil Keseluruhan Pengujian

Aspek	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kriteria
<i>Functonality</i>	261	280	93,21	Sangat Baik
<i>Reliability</i>	112	120	93,33	Sangat Baik
<i>Black Box</i>	64	64	100,00	Sangat Baik
<b>Total</b>	437	464	94,18	Sangat Baik

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan melibatkan 4 Responden bahwa kesimpulan kualitas kelayakan perangkat lunak yang dihasilkan memiliki persentase keberhasilan dengan total rata-rata **94.18%**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai persentase yang diperoleh menunjukkan kualitas perangkat lunak secara keseluruhan mempunyai skala **“Sangat Baik”**.

### 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perancangan dan pembangunan sistem *e-marketing* pada Shaka Laundry menggunakan metode pengembangan sistem *prototype* dan diimplementasi menggunakan *PHP* dan *MySQL* dengan *input*-an data karyawan, data pemesanan, katalog petunjuk, member, transfer, riwayat pesanan, update status dan status pesanan. Sistem juga menghasilkan *output* yaitu bukti transaksi dan laporan pemesanan. Hasil pengujian yang dilakukan menggunakan metode pengujian *black box* dan *ISO 25010* memiliki persentase keberhasilan dengan total rata-rata **94.18%** disimpulkan bahwa nilai persentase yang diperoleh menunjukkan kualitas perangkat lunak secara keseluruhan mempunyai skala **“Sangat Baik”** yang artinya bahwa sistem yang di bangun dapat diterapkan pada Shaka Laundry.
2. Sistem yang dibangun memberikan informasi dengan mudah kepada pelanggan tentang jasa yang tersedia dan informasi dalam melakukan pemesanan jasa laundry secara cepat dengan menerapkan menu yang ada di sistem yang dibangun.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Damayanti And H. Sulistiani, (2017) “Sistem Informasi Pembayaran Biaya Sekolah Pada Sd Ar-Raudah Bandar Lampung,” *J. Teknoinfo*, Vol. 11, No. 2, Pp. 25–29.
- [2] H. S. Budi, W. Pujiasmoro, And H. Wijaya, (2013). “Analisis Dan Perancangan Sistem E-Marketing Pada Pt Nordic Lift Truck,” *Comtech*, Vol. 4, No. 9, Pp. 76–90,
- [3] N. Susanti, (2018) “Perancangan E-Marketing Umkm Kerajinan Tas,” *J. Simetris*, Vol. 9, No. 1, Pp. 717–722.
- [4] F. Irvansyah, Setiawansyah, And Muhaqiqin, (2020) “Aplikasi Pemesanan Jasa Cukur Rambut Berbasis Android,” *J. Ilm. Infrastruktur Teknol. Inf.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 26–32.
- [5] R. Mcload, (2017), *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu,.
- [6] Kotler And Keller, (2016), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga,.
- [7] Chaffey, (2013), *E-Business Dan E-Commarce Management, Strategy, Implementation*. New Jersey: Practice,.
- [8] W. E. Howden, (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Andi,.
- [9] Rusliyawati, W. Oktavia, And A. Sucipto, (2021). “Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Untuk Produk Titik Media Reklame Perusahaan Periklanan ( Studi Kasus : P3i Lampung ),” *J. Teknol. Dan Sist. Inf.*, Vol. 2, No. 2, Pp. 8–14.
- [10] Alfian, (2010), “An Application Of The Iso / Iec 25010 Standard In Of An Online Health Awareness System,” *Ijsn*, Vol. 5, No. 77, Pp. 9–13,.
- [11] F. Isnaini And R. K. Sari, (2021) “Perancangan Sistem Monitoring Persediaan Stok Es Krim Campina Pada Pt Yunikar Jaya Sakti,” *J. Inform. Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, Vol. 2, No. 1, Pp. 151–159,.
- [12] M. Shalahuddin Dan Rosa A.S, (2015), *Web Programming*. Yogyakarta: Andi Offset,.
- [13] Alfiah And Damayanti, (2020), “Aplikasi E-Marketplace Penjualan Hasil Panen Ikan Lele (Studi Kasus: Kabupaten Pringsewu Kecamatan Pagelaran),” *J. Teknol. Dan Sist. Inf.*, Vol. 1, No. 1, Pp. 111–117,
- [14] A. S. Puspaningrum, S. Rochimah dan R. J. A. , “Functional Suitability Measurement using Goal-Oriented Approach based on ISO/IEC 25010 for Academics Information System,” *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence* , vol. 3, no. 2, pp. 68 - 74, 2017.
- [15] H. Sulistiani and D. Darwis, “Penerapan Metode Agile Untuk Pengembangan Online Analytical Processing (Olap) Pada Data Penjualan (Studi Kasus: Cv Adilia Lestari),” *J. Coreit*, Vol. 6, No. 1, Pp. 50–56, 2020.