



Sistem Informasi Perluasan Pangsa Pasar menggunakan Pendekatan Metode Bauran Pemasaran

Betty Kusumaning Tias^{1*}, Rusliyawati²

^{1*,2}Sistem Informasi, Universitas Teknokrat Indonesia, Lampung, Indonesia

Email: ¹bettykusumaningt01@gmail.com, ²rusliyawati@teknokrat.ac.id

Nama Penulis Korespondensi: Betty Kusumaning Tias

Submitted	Accepted	Published
17-February-2023	24-February-2023	15-March-2023

Abstrak—Toko Rizki Barokah Mesuji adalah toko yang menjual pakaian *branded* pria dan wanita dengan kualitas sangat baik. Permasalahan yang di hadapi pada toko ini yaitu pencatatan masih manual, seringnya kehilangan data, manipulasi data transaksi penjualan, proses pencarian data yang relatif lama. Masalah lainnya yaitu keterbatasan kemampuan dalam penyebaran informasi yang maksimal dan tidak efektif, maka dari itu dibutuhkan sistem informasi penjualan. Untuk membangun sistem, penulis menggunakan metode bauran pemasaran untuk memaksimalkan penjualan, lalu metode pengembangan sistem yaitu *extreme programming* untuk metode pengembangan sistem lalu untuk memodelkan sistem menggunakan *usecase diagram*, *activity diagram*, *class diagram* serta sistem ini dalam pembuatannya menggunakan bahasa pemrograman *PHP*, *HTML*, *Javascript*, *JQuery* dan *mysql*. Dengan adanya sistem penjualan ini membantu memberikan informasi mengenai barang-barang (pakaian) secara lengkap, menarik, cepat dan mudah serta sistem yang dapat memperluas pangsa pasar. Hasil dari penerapan buaran pemasaran konsep 4P di dalam sistem informasi penjualan pada Toko Rizki Barokah Mesuji ialah *Place*; memperluas pemasaran dengan membangun *website* sistem informasi penjualan. *Product*; mampu menampilkan daftar produk. *Price*; penginputan harga jual pada *master* barang untuk ditampilkan pada pelanggan yang mengunjungi *website*. *Promotion*; penulis membuat suatu *website* penjualan yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk.

Kata Kunci: Sistem Informasi; Penjualan; Website; Bauran Pemasaran; UML.

Abstract—Rizki Barokah Mesuji shop is a shop that sells branded men's and women's clothing with very good quality. The problems faced in this store are manual recording, frequent data loss, manipulation of sales transaction data, the relatively long data search process. Another problem is the limited ability to disseminate information optimally and not effectively, therefore a sales information system is needed. To build the system, the author uses the marketing mix method to maximize sales, then the system development method is extreme programming for the system development method and then to model the system using use case diagrams, activity diagrams, class diagrams and this system in its manufacture uses the PHP, HTML, Javascript programming languages. , JQuery and mysql. With this sales system, it helps to provide complete, attractive, fast and easy information about goods (clothing) as well as a system that can expand market share. The results of the application of the 4P concept marketing mix in the sales information system at the Rizki Barokah Mesuji Store are *Place*; expand marketing by building a sales information system website. *Products*; able to display a list of products. *Prices*; inputting the selling price on the master item to be displayed to customers who visit the website. *Promotions*; the author makes a sales website that can be used to promote products.

Keywords: Information System; Sales; Website; Marketing Mix; UML.

1. PENDAHULUAN

Dalam perkembangan teknologi informasi dan sistem informasi yang begitu pesat pula, sangat menuntut kita untuk terus melangkah maju dan melakukan inovasi[1]–[3]. Salah satu cara menghadapi persaingan pasar dan pesatnya perlombaan inovasi, dengan meningkatkan penjualan serta perluasan pangsa pasar melalui beberapa upaya yang sering disebut sebagai strategi pemasaran[4]. Strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya[5].

Marketing mix merupakan strategi pemasaran yang memiliki variabel yang meliputi *product*, *price*, *place* dan *promotion*[6]. Pada dewasa ini memperluas pangsa pasar dengan konsep *marketing mix* haruslah memanfaatkan *internet* agar lebih maksimal[7], [8]. Konsep *marketing mix* tersebut dirasa sudah efektif dan efisien jika penjualan dapat memperluas aspek produk, harga, tempat, serta promosi terhadap pelanggan/pembeli. Konsep *marketing mix* untuk memperluas pangsa pasar mampu

memberikan nilai/*value* yang lebih serta menawarkan solusi untuk pelanggan didalam memperluas produk, memberikan harga, letak dan promosi (Lupi & Nurdin, 2016). Fungsi *marketing mix* bertanggung jawab mengidentifikasi, mengantisipasi dan memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan/pembeli demi memungkinkan perusahaan atau organisasi menciptakan serta mendistribusikan produk-produk dan informasi yang memberikan keuntungan bagi perusahaan serta pembeli (Hadi, Kumadji, & Yulianto, 2015).

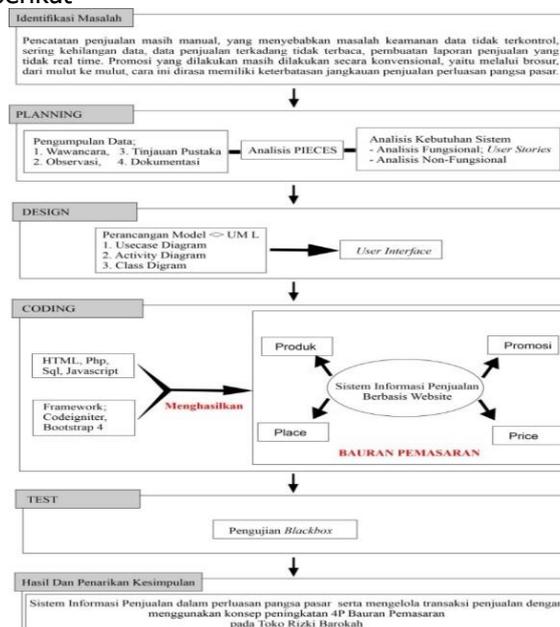
Website memiliki mesin pencari (*search engine*) yang memudahkan pelanggan dalam pencarian produk, dan fitur *direktory* yang dimanfaatkan sebagai *katalog* belanja didalam penjualan [9], [10]. Konsep strategi bauran promosi dengan pemanfaatan *internet/website* mampu memberikan tempat komunikasi antara penjual dengan pembeli memperkenalkan, membujuk, mempengaruhi dan mendorong pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan serta dapat juga digunakan untuk membangun citra perusahaan dimata pembeli. Dengan adanya sistem online/*website* pembeli tidak perlu datang langsung sehingga menghemat biaya, tenaga dan waktu [11]–[13].

Toko Rizki Barokah yang didirikan di desa Muara Tenang Timur, kecamatan Tanjung Raya, kabupaten Mesuji merupakan sebagai salah satu toko yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian *branded* pria dan wanita. Toko Rizki Barokah jadi satu-satunya yang menjual pakaian *branded* buatan lokal dengan kualitas sangat baik dan dapat dipercaya. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti pada Toko Rizki Barokah diketahui bahwa proses pencatatan yang dilakukan memiliki beberapa kelemahan yang dicatat dibuku besar yaitu masalah keamanan data yang tidak terkontrol terbukti dengan seringnya kehilangan data, manipulasi data transaksi penjualan, proses pencarian data yang relatif lama karena kesalahan pengisian data dan pencatatan tidak terbaca serta tidak diketahuinya pendapatan penjualan. Saat ini Toko Rizki Barokah melakukan penjualan dan promosi secara manual dengan media promosi melalui brosur dan dari mulut ke mulut, karena sistem yang ada masing menggunakan cara konvensional. Tidak maksimalnya penjualan pakaian yang dihasilkan dimana cara ini memiliki keterbatasan kemampuan dalam penyebaran informasi yang maksimal dan tidak efektif. Maka dari itu dibutuhkan sistem informasi penjualan berbasis *web* yang dapat memberikan informasi mengenai barang-barang (pakaian) secara lengkap, menarik, cepat dan mudah serta sistem yang dapat memperluas pangsa pasar.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

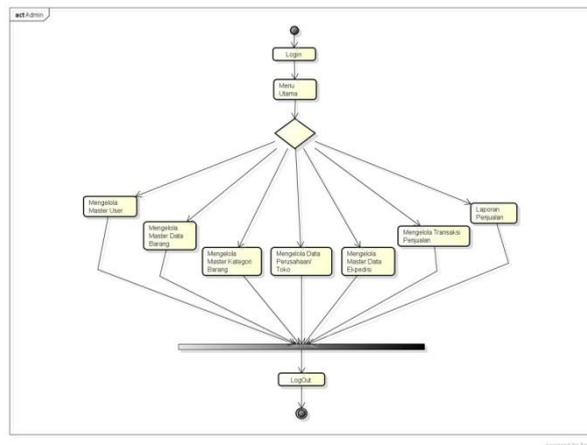
Penelitian yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan, dimana setiap tahapan merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari penelitian tersebut [14]–[16]. Adapun tahapan yang dilakukan pada penelitian adalah sebagai berikut



Gambar 1. Tahapan Penelitian

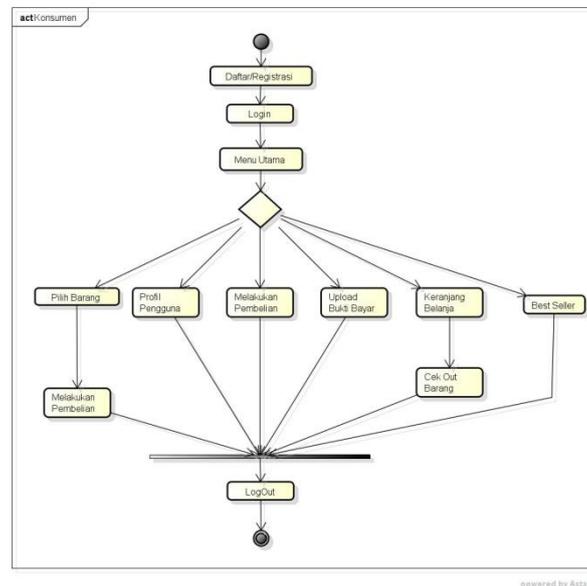
3.2. Activity Diagram

Activity diagram menggambarkan berbagai aliran aktivitas dalam sistem yang dirancang, dimulai dari bagaimana setiap aliran berawal, keputusan yang mungkin terjadi dan bagaimana aliran berakhir. Sebuah aktivitas dapat terealisasi oleh satu *use case* atau lebih. Aktivitas menggambarkan proses yang berjalan, sementara *use case* menggambarkan bagaimana aktor menggunakan sistem untuk melakukan aktivitas. Berikut ini aktivitas sistem informasi penjualan yang diakses oleh admin dan konsumen dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 3. Activity Diagram Admin

Adapun aktivitasnya sistem informasi penjualan yang diakses oleh konsumen/pembeli dapat dilihat pada gambar 4.

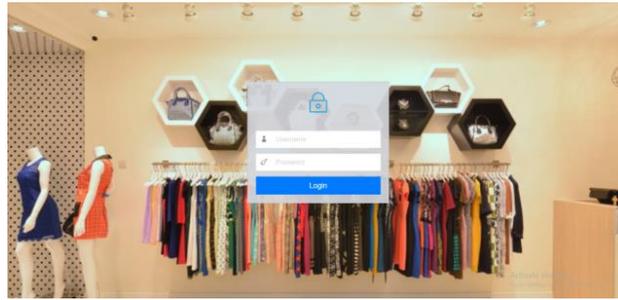


Gambar 4. Activity Diagram Konsumen

3.3. Implementasi

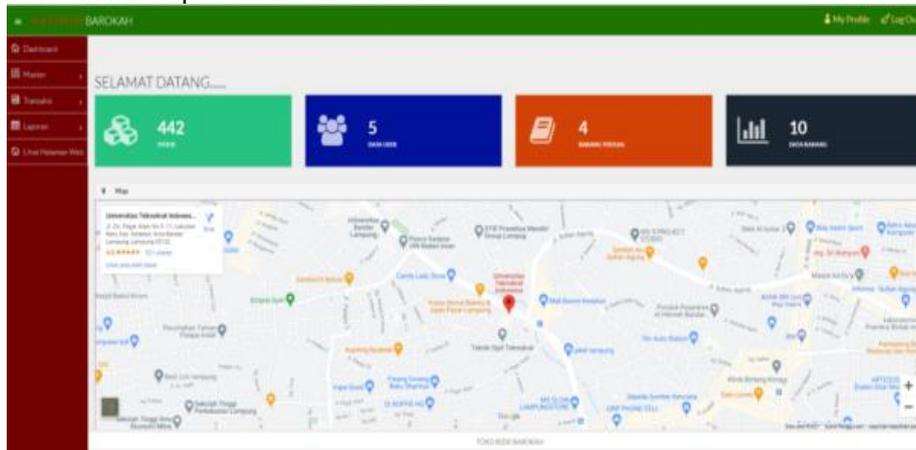
3.3.1. Tampilan Halaman Login

Tampilan halaman antarmuka *login* digunakan oleh *user* yang memiliki hak akses admin untuk melakukan/memasuki sistem informasi penjualan. Cara kerja antarmuka ini yaitu admin harus memasukan *user name* dan *password* yang *valid*, benar serta sesuai dengan *database* yang dipakai sehingga admin dapat mengakses sistem informasi penjualan. Tampilan halaman antarmuka *login* dapat dilihat dibawah ini.

**Gambar 5.** Halaman *Login*

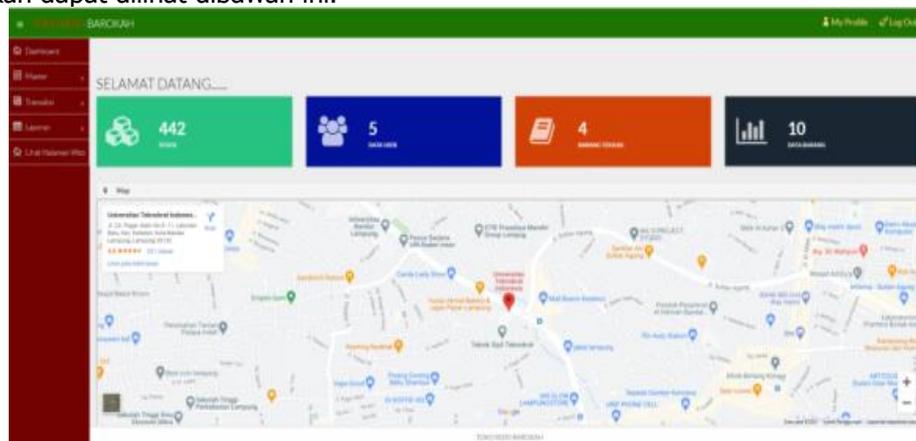
3.3.2. Tampilan Halaman *Menu Utama*

Tampilan halaman antarmuka *menu* utama digunakan seorang yang diberikan hak akses admin untuk melihat alur sistem yang telah dikembangkan, *menu* utama juga dapat memperlihatkan *fitur-fitur* apa saja yang diakses oleh admin. *Fitur-fitur* yang diakses oleh admin meliputi *master profil user*, *master perusahaan/toko*, *master user*, *master barang*, *master group* barang, *master ekspedisi*, *form* pengolahan transaksi penjualan, dan *fitur* cetak laporan transaksi penjualan. Tampilan halaman antarmuka *menu* utama dapat dilihat dibawah ini.

**Gambar 6.** Halaman *Menu Utama*

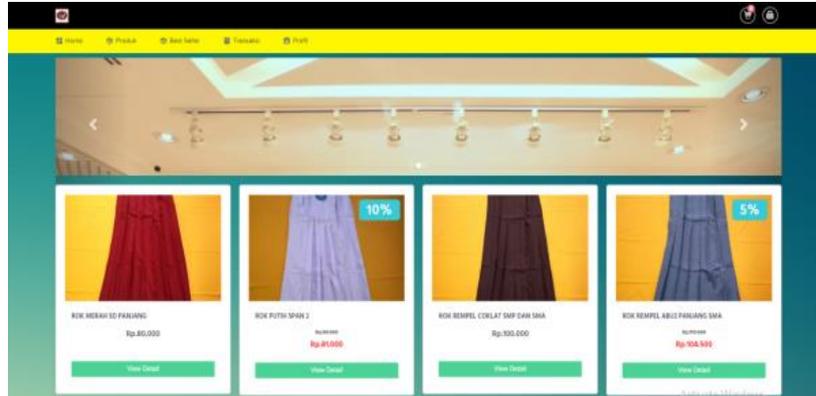
3.3.3. Tampilan Halaman Transaksi Penjualan

Tampilan halaman antarmuka transaksi penjualan digunakan seorang yang diberikan hak akses admin untuk menambah, mengubah dan menghapus data-data transaksi penjualan jika terjadi penjualan pada pembeli/konsumen. Tampilan ini dapat mengelola nomor transaksi, mengelola tanggal transaksi, mengelola konsumen, mengelola pengiriman ikan, mengelola pembayaran, mengelola ongkos angkut ikan, dan pencatatan untuk keterangan jika diperlukan. Tampilan halaman antarmuka transaksi penjualan ikan dapat dilihat dibawah ini.

**Gambar 7.** Halaman Transaksi Penjualan

3.3.4. Tampilan Halaman Produk

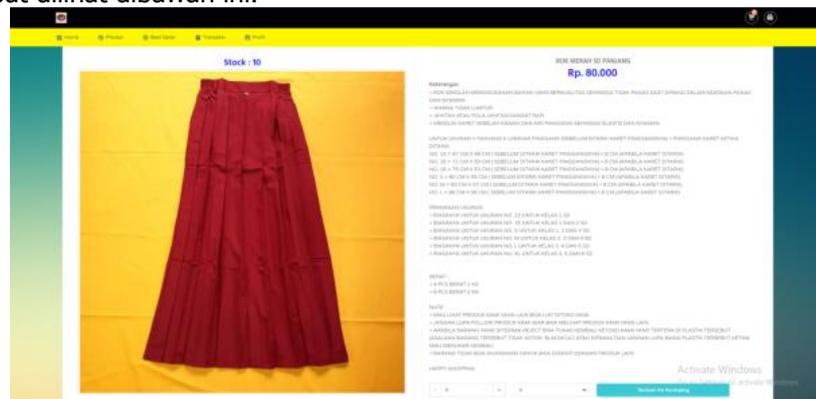
Tampilan halaman antarmuka produk digunakan seorang yang diberi hak akses konsumen agar dapat melihat produk-produk apa saja yang akan diperjual belikan. Tampilan halaman antarmuka produk dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 8. Halaman Produk

3.3.5. Tampilan Halaman *View* Produk

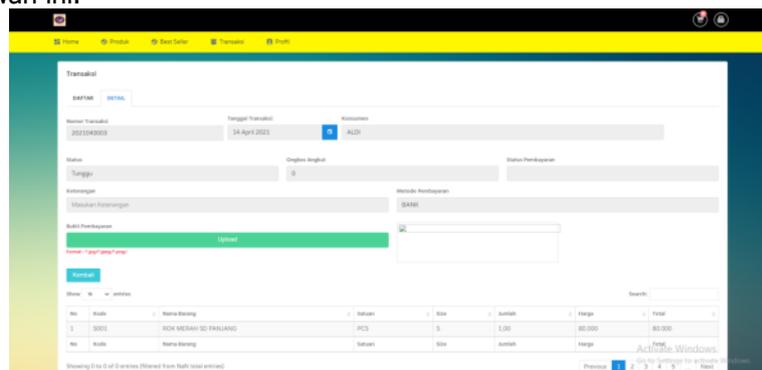
Tampilan halaman antarmuka *view* produk digunakan seorang yang diberi hak akses konsumen untuk melihat deskripsi produk-produk yang dijual pada Toko Rizki Barokah. Tampilan halaman antarmuka *view* produk dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 9. Halaman *View* Produk

3.3.6. Tampilan Halaman Transaksi Pembelian

Tampilan halaman antarmuka transaksi pembelian digunakan seorang yang diberikan hak akses konsumen untuk menambah, mengubah data-data transaksi pembelian konsumen jika terjadi pembelian. Tampilan ini dapat mengelola nomor transaksi, mengelola tanggal transaksi, mengelola konsumen, mengelola pengiriman ikan, mengelola pembayaran, mengelola ongkos angkut ikan, dan pencatatan untuk keterangan jika diperlukan. Tampilan halaman antarmuka transaksi penjualan ikan dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 10. Halaman Transaksi Pembelian

3.3.7. Tampilan Laporan Penjualan

Tampilan laporan penjualan digunakan seorang yang diberikan hak akses admin untuk melihat laporan penjualan berdasarkan periode yang telah dipilih. Laporan penjualan ini berisi mengenai tanggal transaksi, nomor transaksi, nama konsumen atau pembeli, nama barang/ikan yang terjual, jumlah barang/ikan yang terjual, hingga total transaksi penjualan. Tampilan halaman antarmuka laporan penjualan ikan dapat dilihat dibawah ini.

TOKO RIZKI BAROKAH

LAPORAN Penjualan Barang

Periode : 2021-04-01 S/D 2021-04-30

No	Tanggal	No Faktur	Konsumen	Nama Barang	Qty	Price	Total
1	2021-04-01	2021040001	ADI	ROK MERAH SD PANJANG	1	80000	80000
2	2021-04-08	2021040002	ALDI	ROK MERAH SD PANJANG	1	80000	80000
Grand Total					2		160000

Bandar Lampung, 14 Apr 2021

Mengetahui

Pimpinan,

Gambar 11. Laporan Penjualan

4. KESIMPULAN

Sistem informasi penjualan dapat membantu proses pencatatan yang dicatat dibuku besar menjadi terkomputerisasi, keamanan data yang tidak terkontrol dapat teratasi, mengatasi masalah seringnya kehilangan data pada sistem sebelumnya, manipulasi data transaksi penjualan dapat diketahui melalui *level user access* transaksi serta semua data dapat dilihat *history*-nya, proses pencarian data yang lebih cepat serta dalam penyebaran informasi produk dapat dilakukan secara maksimal dan efektif karena sistem dapat di akses secara *online*. Hasil dari penerapan buaran pemasaran konsep 4P di dalam sistem informasi penjualan pada Toko Rizki Barokah Mesuji ialah *Place*; pada penelitian ini penulis membuatkan sistem penjualan berbasis *online* untuk memperluas pemasaran serta menarik pelanggan lebih banyak lagi. Jadi kesimpulannya adalah konsep *place* pada 4P yang diterapkan oleh penulis adalah membangun *website* sistem informasi penjualan. *Product*; pada sistem penjualan Toko Rizki Barokah Mesuji mampu menampilkan daftar produk. Produk yang dijual adalah kelengkapan baju pakaian pria dan wanita. *Price*; penulis membuat suatu *website* penjualan telah menyediakan penginputan harga jual pada *master* barang untuk ditampilkan pada pelanggan yang mengunjungi *website*. *Promotion*; penulis membuat suatu *website* penjualan yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk.

REFERENCES

- [1] L. Fatmawati, A. T. Priandika, and A. D. Putra, "Application of Website-Based Fieldwork Practice Information System," *J. Inf. Technol. Softw. Eng. Comput. Sci.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–5, Dec. 2022, doi: 10.58602/itsecs.v1i1.2.
- [2] S. Purnama, D. A. Megawaty, and Y. Fernando, "Penerapan Algoritma A Star Untuk Penentuan Jarak Terdekat Wisata Kuliner di Kota Bandar Lampung," *J. teknoinfo*, vol. 12, no. 1, pp. 28–32, 2018.
- [3] D. Damayanti and H. Sulistiani, "Sistem Informasi Pembayaran Biaya Sekolah Pada SD Ar-Raudah Bandar Lampung," *J. Teknoinfo*, vol. 11, no. 2, pp. 25–29, 2017.
- [4] P. Vitasari and G. Setiawan, "Metode 4P sebagai salah satu cara dalam meningkatkan strategi penjualan pada industri kain tradisional," in *Prosiding Seminar Nasional Teknik Industri, Lhokseumawe*, 2019.
- [5] M. Saprijal, "Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan (studi pada s-mart swalayan pasir pengaraian)," *Cano Ekon.*, vol. 3, no. 1, pp. 41–56, 2014.
- [6] E. H. Sya'idah and T. Jauhari, "Pengaruh marketing mix terhadap loyalitas pelanggan," *Ekonika J. Ekon. Univ. kadiri*, vol. 3, no. 23, 2018.
- [7] R. Fitriana, W. Kurniawan, and S. Sarah, "Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Online Pengrajin di Bekasi (Studi Kasus: BM)," *J. Metris*, vol. 17, no. 02, pp. 63–70, 2016.
- [8] D. A. Megawaty, "Penerimaan Layanan Keuangan Dalam Belanja Online Berdasarkan Tingkatan Generasi." Institut Technology Sepuluh Nopember, 2015.
- [9] D. A. Megawaty, "SISTEM MONITORING KEGIATAN AKADEMIK SISWA MENGGUNAKAN WEBSITE," *J. Tekno Kompak*, vol. 14, no. 2, pp. 98–101, 2020.
- [10] S. Ahdan and S. Setiawansyah, "Android-Based Geolocation Technology on a Blood Donation System (BDS) Using the Dijkstra Algorithm," *IJAIT (International J. Appl. Inf. Technol.*, pp. 1–15, 2021.



- [11] H. Sulistiani, A. Yuliani, and F. Hamidy, "Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Upah Lembur Karyawan Menggunakan Extreme Programming," *Technomedia J.*, vol. 6, no. 01 Agustus, 2021.
- [12] D. Darwis, A. F. Octaviansyah, H. Sulistiani, and Y. R. Putra, "Aplikasi Sistem Informasi Geografis Pencarian Puskesmas Di Kabupaten Lampung Timur," *J. Komput. dan Inform.*, vol. 15, no. 1, pp. 159–170, 2020.
- [13] A. Surahman, A. F. Octaviansyah, and D. Darwis, "Teknologi Web Crawler Sebagai Alat Pengembangan Market Segmentasi Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Pada E-Marketplace," *J. Komput. dan Inform.*, vol. 15, no. 1, pp. 118–126, 2020.
- [14] 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.
- [15] M. N. D. Satria, "Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Staff Administrasi Menggunakan Metode VIKOR," *J. Artif. Intell. Technol. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 39–49, 2023.
- [16] 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.