

**PERANCANGAN WEB
PEMASARAN DAN PELAYANAN
ONLINE PADA
CV. JAKARTA PUTRA GRAFIKA
JAKARTA**

**Bagus Karokaro
Tino Dwianto**

PERANCANGAN WEB PEMASARAN DAN PELAYANAN ONLINE PADA CV. JAKARTA PUTRA GRAFIKA JAKARTA

Bagus Karokaro dan Tino Dwiantoro

Abstrak. Informasi merupakan salah satu factor utama dalam marketing strategi, dengan menguasai informasi maka para pelaku bisnis dapat mengambil keputusan yang tepat untuk bisnisnya tersebut. berkembangnya teknologi saat ini maka pendistribusian informasi menjadi sangat mudah, efektif, bersifat global, dan internet adalah factor utamanya. Intenet ialah sebuah media yang sangat membantu para pelaku bisnis, dalam mengembangkan strategi baru dalam bisnisnya sehingga bisnisnya pun menjadi lebih lancar dan efektif.

Pada dasarnya e-commerce adalah melakukan bisnis online. Dalam bentuknya yang paling jelas, e-commerce menjual produk kepada konsumen secara online, tapi faktanya jenis bisnis apa pun yang dilakukan secara elektronik adalah e-commerce. Sederhananya e-commerce adalah membuat, mengelola dan meluaskan hubungan komersial secara online. Usaha e-commerce yang sukses mungkin melibatkan pembayaran, pengembangan dan perencanaan produk, mengelol produksi atau manufaktur. Pemasaran, penjualan, layaran, kolaborasi antara sesama bisnis. Dan mungkin semua jenis bisnis yang belum dipikirkan.

0000000

1. Pendahuluan

Dengan adanya sebuah media internet maka informasi yang distribusikan akan semakin efisien dan persaingan bisnis pun menjadi semakin seimbang. Inilah yang dialami pada CV. JAKARTA PUTRA GRAFIKA menjalankan kegiatan usahanya masih dilaku-kan dengan cara konvensional sehingga tidak dapat mengembangkan usahanya dengan tepat dan cepat. CV.

JAKARTA PUTRA GRAFIKA adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang desain grafis, setting, dan Periklanan yang sedang berkembang dengan pesat. Maka pemasaran online merupakan salah satu factor yang dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam mengembangkan usahanya dan memberikan layanan terbaik untuk para pelanggan.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menganalisa, merancang dan

juga mengusulkan suatu Perancangan Program Aplikasi Web Untuk Strategi Pemasaran dan pelayanan Online Pada CV. JAKARTA PUTRA GRAFIKA yang mampu menyajikan informasi guna mempertahankan, meningkatkan daya saing, meningkatkan pelayanan kepada pelanggan pengguna jasa Periklanan dari CV. JAKARTA PUTRA GRAFIKA.

2. Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan penulis melakukan penulisan karya ilmiah ini adalah:

- Mempermudah bagi CV. JAKARTA PUTRA GRAFIKA dalam menyebarkan informasi tentang usahanya. Guna meningkatkan usahanya tersebut.
- Membantu pemasaran CV. JAKARTA PUTRA GRAFIKA dalam menganalisa perkembangan perusahaan dalam bidang pemasaran mengenai kegiatan usahanya.
- Menganalisa kebutuhan informasi pemasaran CV. JAKARTA PUTRA GRAFIKA mengenai kegiatan pemasaran dalam bidang usahanya tersebut.
- Sebagai salah satu contoh penerapan website sebagai media informasi dan komunikasi suatu perusahaan.

3. Permasalahan dan Alternatif Pemecahan Masalah

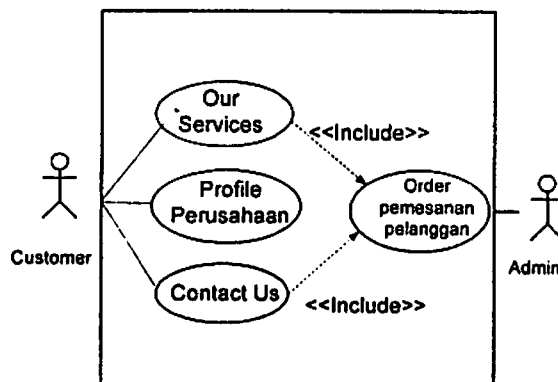
Sebagai Perusahaan yang sedang berkembang, maka perlu menciptakan iklim persaingan yang kompetitif agar dapat bertahan dan memajukan bisnisnya tersebut. Solusi yang terbaik bagi perusahaan ini adalah melakukan publikasi khususnya dengan media internet, media internet adalah media yang populer saat ini dan dalam segi biaya publikasi internet sangat terjangkau. Dengan diciptakannya website untuk perusahaan ini diharapkan dapat menciptakan peluang bisnis dan dapat memberikan pelayanan yang efektif untuk para pelanggan.

4. Arsitektur Web

4.1 Unified Modeling Language (UML)

UML disini digunakan untuk mendokumentasikan sistem piranti lunak dari permasalahan yang dibahas. Untuk itu penulis akan menggunakan 9 diagram yaitu sebagai berikut :

A. Use Case Diagram



Tabel III.1. dokumentasi use case Our Services

Use case	Our Services
<i>Brief Description</i>	Use case ini memungkinkan para Pelanggan untuk melihat jasa pelayanan yang ditawarkan dan dapat melakukan pemesanan langsung terhadap jasa pelayanan tersebut.
<i>Actor</i>	Pelanggan
<i>Precondition</i>	Pelanggan pelanggan membuka situs tersebut dan ingin mengetahui jasa pelayanan apa saja yang tersedia, untuk bisa membantu Pelanggan
<i>Main Flow</i>	Use case ini dimulai saat pelanggan membuka situs tersebut dan content melihat jasa pelayanan tersebut.
<i>Alternatif Flow</i>	Pelanggan juga bisa memilih menu kembali ke main menu atau melakukan pemesanan
<i>Postcondition</i>	Pelanggan dapat memesan jenis pelayanan yang diinginkan.

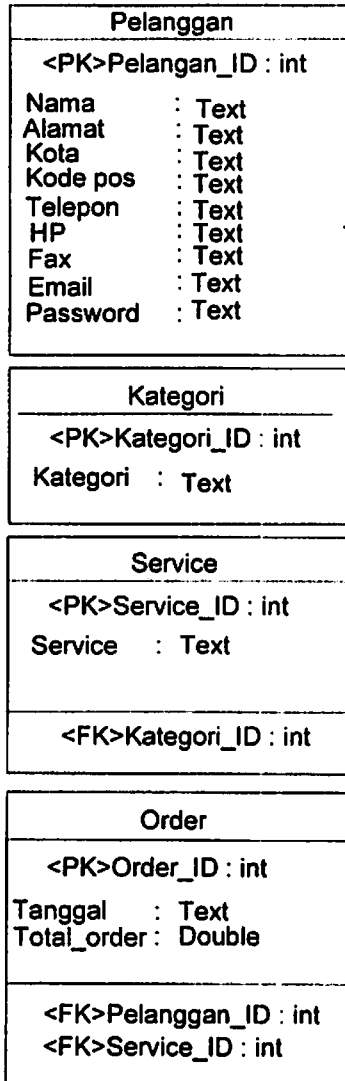
Tabel III.2. dokumentasi use case Profile

Use case	Profile
<i>Brief Description</i>	Use case di gunakan sebagai informasi mengenai perusahaan CV. Jakarta Putra grafika. Berisi tentang sejarah perusahaan, data Pelanggan dan lain-lain.
<i>Actor</i>	Pelanggan
<i>Precondition</i>	Pelanggan ingin mengetahui informasi tentang CV. Jakarta Putra Grafika
<i>Main Flow</i>	Use case ini dimulai saat pelanggan membuka situs tersebut dan ingin melihat content Profile tersebut.
<i>Alternatif Flow</i>	Pelanggan juga bisa memilih menu kembali ke main menu
<i>Postcondition</i>	Pelanggan mendapatkan informasi tentang perusahaan tersebut.

Tabel III.3. dokumentasi use case Contact US

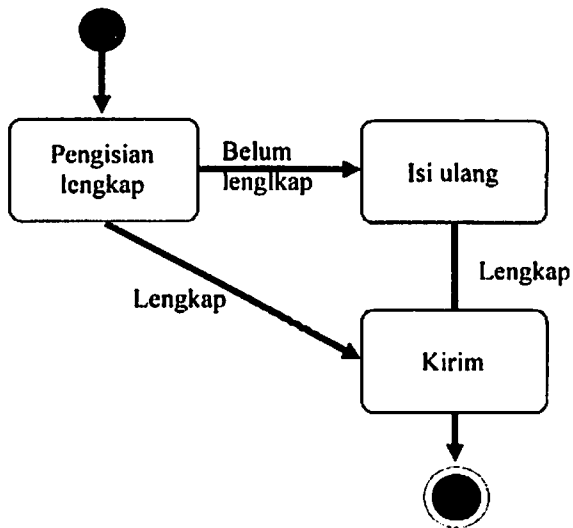
Use case	Contact US
<i>Brief Description</i>	Use case ini memungkinkan para Pelanggan melakukan pemesanan langsung terhadap jasa pelayanan tersebut.
<i>Actor</i>	Pelanggan
<i>Precondition</i>	pelanggan membuka situs tersebut dan ingin mengetahui jasa pelayanan apa saja yang tersedia, untuk bisa membantu Pelanggan
<i>Main Flow</i>	Use case ini dimulai saat pelanggan membuka situs tersebut dan ingin content melihat Contact US tersebut.
<i>Alternatif Flow</i>	Pelanggan juga bisa memilih menu kembali ke main menu atau melakukan pemesanan
<i>Postcondition</i>	Pelanggan dapat memesan jenis pelayanan yang diinginkan.

B. Class Diagram

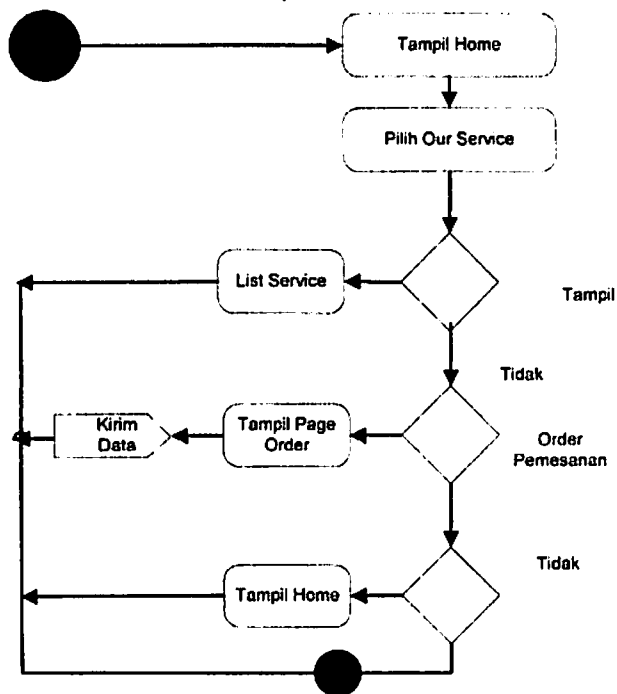


No	Requirement	Class Entity
1	Data Pelanggan	Pelanggan
2	Daftar Kategori	Kategori
3	Daftar services	service
4	order	order

C. Statechart Diagram



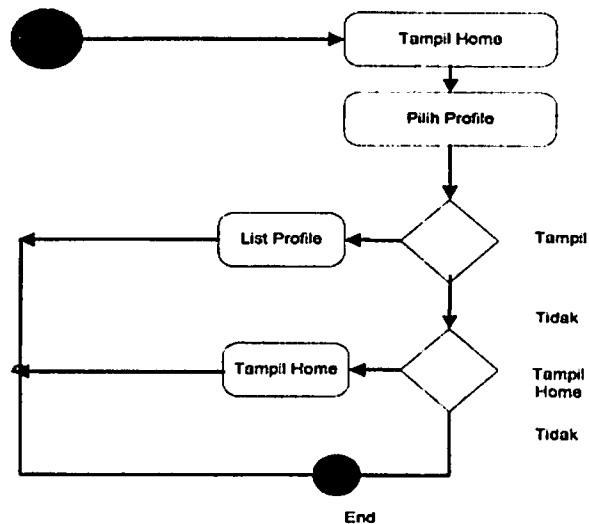
D. Activity Diagram



Gambar III.5 Activity Diagram Our Service

Tabel III.5 Dokumentasi Activity Diagram Our Services

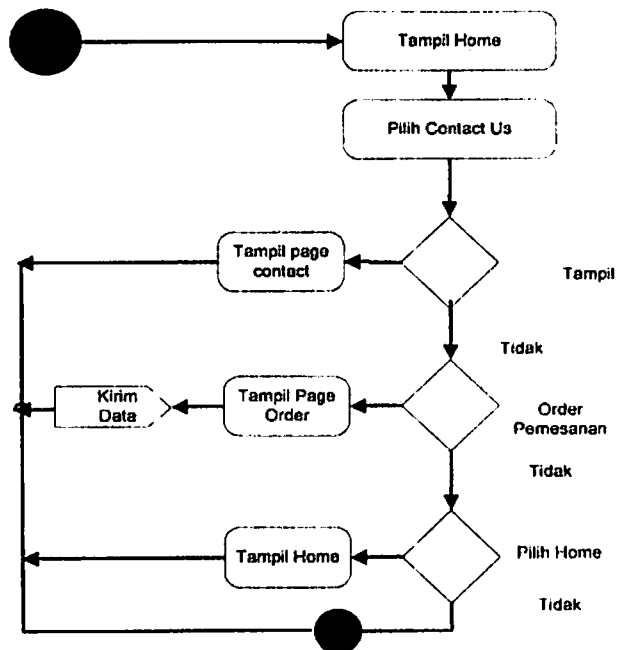
No	Use Case	Activity
1	Use Case dimulai ketika pelanggan masuk kedalam website maka akan tampil halaman our service, profile, contact us.	Homepage
2	Pada kondisi ini pelanggan memilih our service untuk melihat list data service	Our Service
3	Use Case dimulai ketika pelanggan masuk kedalam website maka akan tampil halaman our service, profile, contact us.	Home



Gambar III.5 Actifity Diagram Profile

Tabel III.6 Dokumentasi Activity Diagram Profile

No	Use Case	Activity
1	Use Case dimulai ketika pelanggan masuk kedalam website maka akan tampil halaman our service, profile, contact us.	Homepage
2	Use Case dimulai ketika pelanggan masuk kedalam website maka akan tampil halaman our service, profile, contact us.	Home

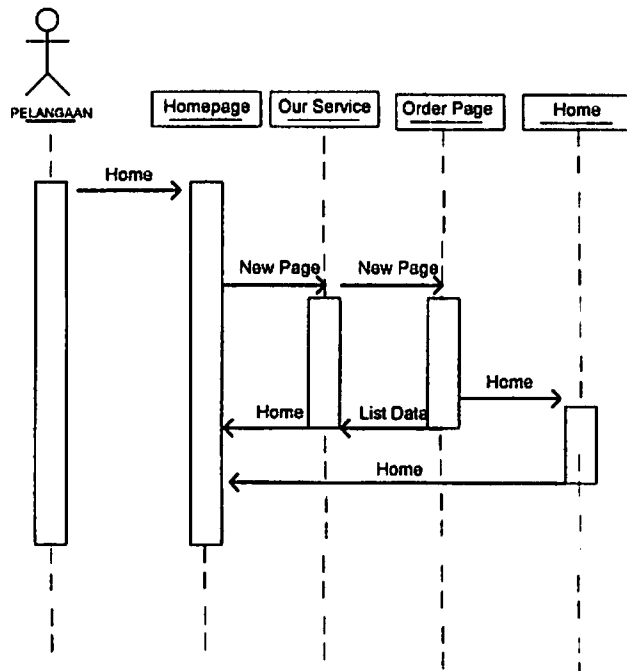


Gambar III.6 Activity Diagram Contact Us

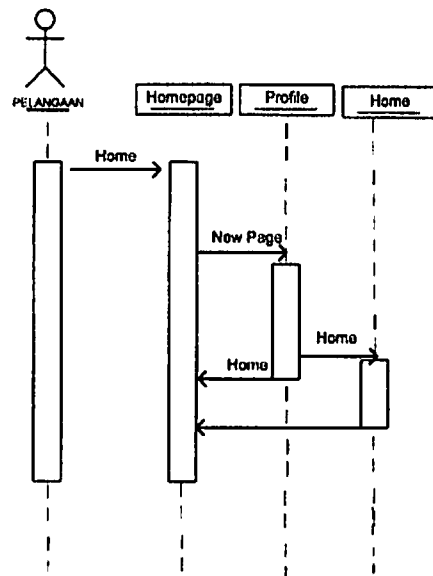
Tabel III.7 Dokumentasi Activity Diagram Contact US

No	Use Case	Activity
1	Use Case dimulai ketika pelanggan masuk kedalam website maka akan tampil halaman our service, profile, contact us.	Homepage
2	Pada kondisi ini pelanggan memilih Contact untuk memasukkan data pelanggan dan memesan jasa pelayanan yang tersedia	Contact Us
3	Use Case dimulai ketika pelanggan masuk kedalam website maka akan tampil halaman our service, profile, contact us.	Home

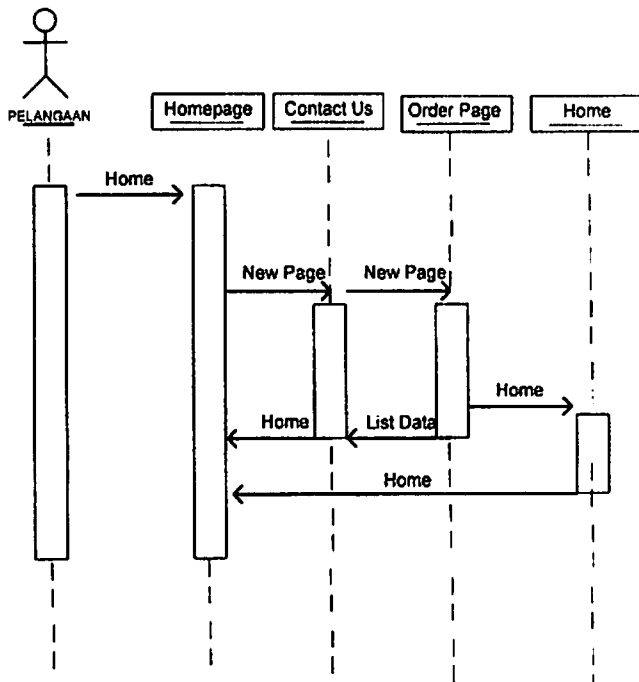
E. Sequence Diagram



Gambar III.7 Sequence Diagram Our Service

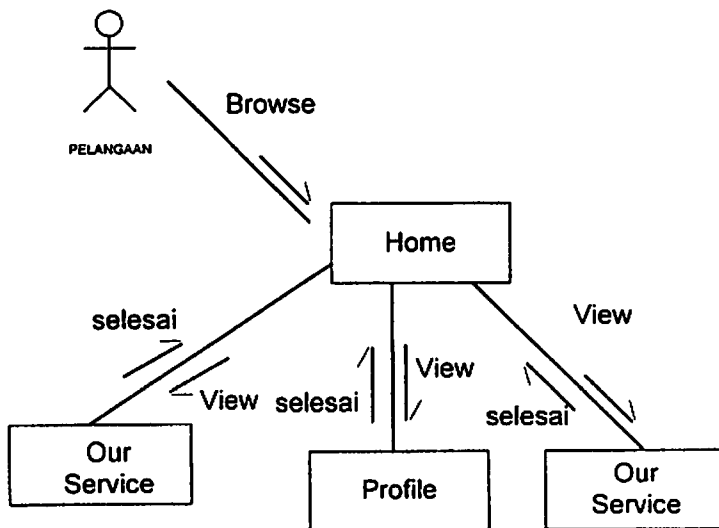


Gambar III.8 Sequence Diagram Profile



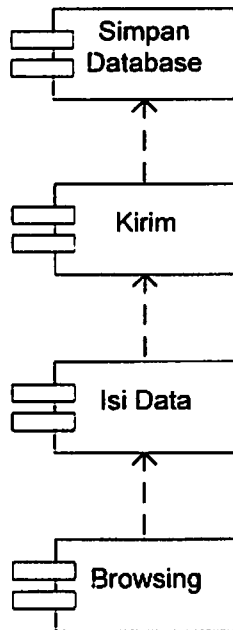
Gambar III.8 Sequence Diagram Contact Us

F. Collaboration Diagram



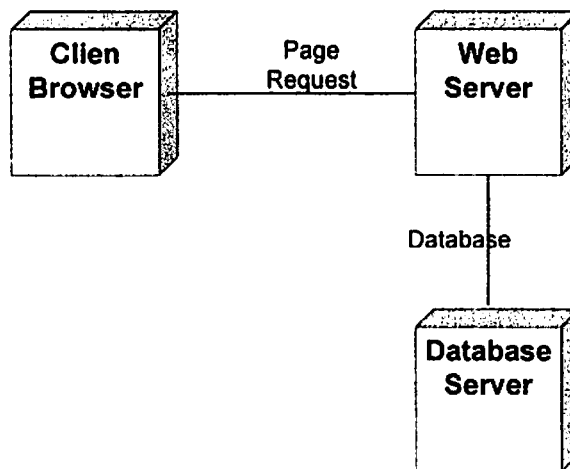
Gambar III.9 Collaboration Diagram

G. Component Diagram



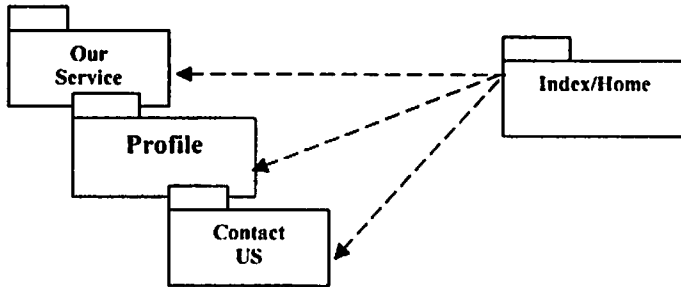
Gambar III.10 Componen Diagram

H. Deployment Diagram



Gambar III.11 Deployment Diagram

I. Package Diagram



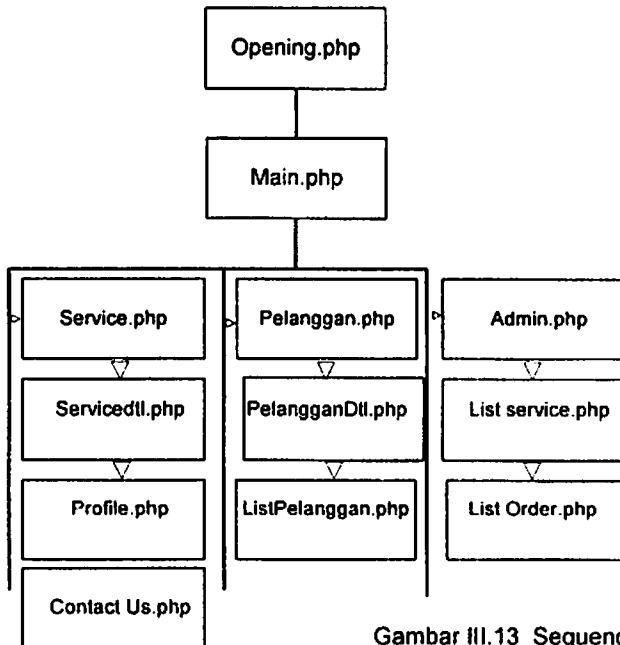
Gambar III.12 Sequence Diagram

5. Manajemen User

Aplikasi web ini mendukung multi user tanpa batasan jumlah user yang menggunakannya. ketika user atau pelanggan ingin melakukan pemesanan maka mereka harus memasukan data – data mereka terlebih dahulu. Setelah teregistrasi maka pelanggan mendapatkan username dan password, yang berguna untuk melakukan transaksi pemesanan tersebut.

6. Modul- Modul Web

Aplikasi Web ini dibuat untuk sarana publikasi dan pelayanan kepada para pelanggan. Adapun mapnya adalah sebagai berikut.

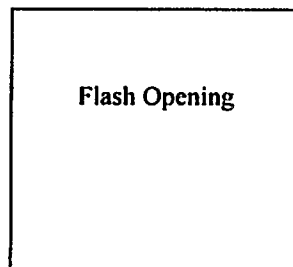


Gambar III.13 Sequence Diagram

7. Konstuksi Web

Aplikasi web ini memiliki beberapa file flash yang digunakan untuk mempecantik penampilan dan file java script untuk menampilkan menu dan validasi terhadap data. Isi disimpan ke dalam database dan ditampilkan dengan menggunakan files berbasis PHP dalam bentuk halaman web yang terdiri dari :

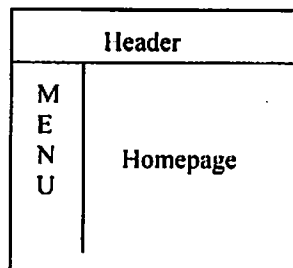
A. Halaman Opening.php



Gambar III.14. Opening.php

B. Halaman Main.php

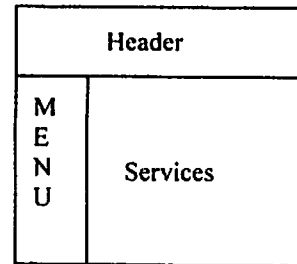
Halaman ini berfungsi sebagai halaman Home dan menampilkan pilihan menu dalam situs ini.



Gambar III.15. Main.php

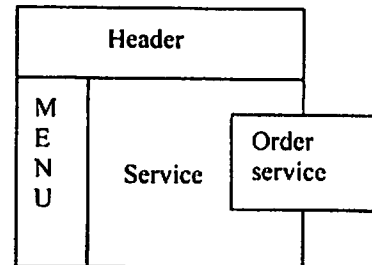
C. Halaman Service.php

Halaman ini berfungsi sebagai halaman Services dan menampilkan pilihan menu service dalam situs ini.



Gambar III.16. Service.php

D. Halaman servicedtl.php
Halaman ini berfungsi sebagai halaman Services dan menampilkan pilihan detail service dalam situs ini.



Gambar III.16. Servicedtl.php

8. Manajemen File

- a. Tabel Pelanggan
Tabel ini berisi file data pelanggan
- b. Tabel Service
Tabel ini berisi file data service
- c. Tabel kategori
Tabel ini berisi file data kategori
- d. Tabel order
Tabel ini berisi file data order

9. Rancangan Keamanan Web

Didalam perancangan suatu web sangat diperlukan rancangan keamanan yang baik sehingga data-data yang ada pada database akan aman dari orang – orang yang tidak bertanggung jawab. Masuknya seseorang dalam sistem dikarenakan adanya pintu atau celah. Untuk itu sistem pembayarannya ini masih menggunakan sistem tradisional. Karena

untuk tingkat keamanan yang bagus. Diperlukan perusahaan ketiga (*ThirdParty*) dan itu memerlukan biaya yang tidak sedikit.

10. Publikasi Web

Dalam strategi pemasaran antara e-commerce dan tradisional hampir tidak jauh berbeda dalam hal pemasarannya. Dalam promosi tradisional, modus operasinya adalah interupsi, iklan menginterupsi televise, radio, media cetak, dan (dalam bentuk billboard, iklan taksi dan perhentian bus). Akan tetapi strategi promosi dalam internet. Interupsi bukanlah teknik yang paling efektif. Pengguna membenci email komersial yang tidak dikehendaki, mereka jengkel terhadap gangguan dalam kelompok diskusi, dan mereka tidak menghendaki iklan. Untuk membuat pesan anda melintasi banyak tempat di internet yang jauh lebih efektif daripada interupsi. Adapun cara-cara yang efektif untuk strategi pemasaran e-commerce dalam segi promosi adalah sebagai berikut :

- a. Mendaftarkan Situs Anda
Daftarkan situs anda didalam mesin pencarian otomatis seperti *yahoo* atau *google* agar orang-orang dapat menemukan situs anda tersebut.
- b. Membuat Pihak Lain Link Ke Situs Anda
anda harus memiliki banyak titik entri atau jalan masuk ke situs anda dengan cara mendapatkan backlink ini adalah hasil langsung dari menyediakan sesuatu yang bernilai bagi pihak lain, tetapi hal ini juga mencakup bujukan, perundingan, dan kadang perdagangan.
- c. Membentuk Kemitraan dan Bergabung dalam Serikat Kemitraan dan serika bisa mempunyai banyak bentuk, tentang daqri kesepakatan sederhana dalam bertukar link, atau iklan

hingga program perserikatan dan sponsorship.

- d. Menawarkan atau Mencapai Penghargaan
Pertimbangkan untuk memasukan situs anda dalam sayembara berhadiah. Dalam hal ini tercakup penghargaan rancangan, isi dan presentasi,
- e. Membuat Afiliasi
Dalam menyusun program afiliasi, anda menyediakan insentif bagi situs lain yang mengirim pengguna, lead, atau penjualan. Afiliasi anda akan memasang link di situs mereka yang mengarah kembali ke situs anda. Dan anda akan memberikan imbalan atau komisi.
- f. Menggunakan Iklan Banner
Iklan adalah usaha yang mahal. Untuk iklan premium bertaraf nasional di situs web terpadang dan memasukan iklan tersebut diperlukan anggaran \$ 40.000 sebulan. Namun ada cara untuk beriklan, tidak peduli berapapun anggaran Anda. Anda bisa beriklan melalui iklan banner di situs yang ditargetkan.

10.1 Nama Domain

Dalam pemberian nama domain kita harus mengacu pada Perusahaan tersebut. Karena untuk mempermudah dalam pencarian situs atau web tersebut. Adapun nama domain yang diberikan pada situs tersebut ada www.jpg.com.

10.2 Kapasitas Hosting

Kapasitas hosting yang diperlukan tidak terlalu besar. Karena website ini hanya menyajikan atau mempresentasikan portofolio dari perusahaan ini. Dan penggunaan database myql untuk pelanggan dan order penggunaan jasa. Adapun kapasitas hosting yang diperlukan minimal 219 Mb

10.3 Analisa Biaya

Biaya yang diperlukan untuk mempublikasikan web ini tidak terlalu besar, karena website ini tidak memerlukan banyak *space/* tempat untuk filenya. Adapun rincian biaya adalah sebagai berikut.

No	Fitur	Keterangan
1	Space	219 mb
2	Bandwith /bln	6.500 mb
3	PHP	Support
4	Mysql	Unlimited
5	CGI	Support
6	SubDomain	Unlimeted
7	FTP	Unlimeted
8	Mail	Unlimeted
9	Cpanel	Support
10	Fantastico	Support
11	Wap	Support
12	Harga/Bln	13.000
13	Harga/Thn	156.000
13	Harga Domain.com	74.000

11. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya, penulis mencoba untuk menarik kesimpulan mengenai Perancangan Aplikasi Web Strategi Pemasaran dan Pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Penyajian informasi yang cepat, tepat dan tersebar luas, dapat meningkatkan kinerja dan profit perusahaan.
2. Dengan Adanya Internet Beban Publikasi yang harus dikeluarkan perusahaan berkurang dan Sistem informasi ini memiliki beberapa keuntungan , sebagai berikut:
 - a. Eksekutif dapat melihat total Pemesanan
 - b. Eksekutif dapat melihat pembelian dari pelanggan
 - c. Eksekutif dapat membandingkan harga dri para pesaing

12. Saran-saran

Dalam usaha melengkapi tercapainya keserasian, maka penulis mencoba memberikan saran-saran. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan dan mengefesiensikan kegiatan transaksi. Adapun saran-saran penulis adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan Perancangan maupun program aplikasi web yang telah penulis rancang ini dengan harapan pemasaran dapat lebih efektif dan efisien dengan pengolahan data yang lebih akurat dan cepat sesuai dengan kebutuhan menempatkan petugas operator komputer yang bertanggung jawab dengan dengan baik dalam hal disiplin kerja, pemeliharaan sistem dan mampu

mengoperasikan komputer dengan baik dan jujur.

2. Penulis juga mengharapkan agar para pembaca bisa mengembangkan lagi program aplikasi ini misalnya dengan memperluas cakupan informasi yang masih diperlukan para eksekutif yang belum ada tersedia di promram ini.

Demikian akhir dari penulisan ini yang dirangkum dalam kesimpulan dan saran. Harapan penulis semoga ada manfaatnya bagi pembaca, khususnya rekan-rekan yang mempunyai tanggung jawab dalam pembangunan bangsa indonesia yang kita cintai.

oooOooo

DAFTAR PUSTAKA

- HM, Jogiyanto. 2001. *Analisis dan Design Sistim Informasi pendekatan Terstruktur*. Edisi kedua. Andi Offset Yogyakarta.
- Irwanto, Djon. 2006. *Perancangan Object Oriented Software dengan UML*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler, Philip . 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid kedua. Edisi bahasa Indonesia. PT. Indeks kelompok Gramedia.
- McLeod, Raymond. 2001. *Management Information System. Seventh edition*. Prentice-Hall. Inc. New Jersey.
Diterjemahkan oleh Hendra Teguh, SE. AK. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Munawar. 2005. *Pemodelan Visual dengan UML*. Cetakan Pertama. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Business Plan; Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Kasus*. Edisi ketiga. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Turban, Efrain dan Potter, Jay E. 2001. *Decision Support Systems and expert system, Sixth edition*. Prentice-Hill, Inc, New Jersey.
- Betha, Sidik Ir. 2001. *Pemograman Web Dengan PHP, Edisi pertama*. Pt Informatika, Bandung
- Henky, Prihatna. 2005. *Kiat praktis menjadi webmaster profesional, Edisi pertama*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta