

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PT. SINAR LAUT MANDIRI BERBASIS WEB

Indra Hiswara¹⁾, Rahmad Fitri²⁾, Cecep Cahyadi³⁾

^{1,2,3}Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi, ITB Swadharma Jakarta

Correspondence author: Indra hiswara, indrahiswara@swadharma.ac.id, Jakarta, Indonesia

Abstract

The development of information media in the field of computerization, especially multimedia, is increasing globally, where many parties are involved either directly or indirectly in the process of delivering and receiving information. Information is provided through promotional media containing product descriptions, product prices, and company contacts. The product description contains various products, sizes, and product uses and benefits. The purpose of this study was to develop promotional media at PT. Sinar Laut Mandiri by designing a catalog with more complete product information using the Adobe Photoshop application. This promotional media is expected to make it easier for customers to see the goods that will be sold by the company. The result of this research is the creation of a Web Browser-Based Promotional Media Application Using Adobe Photoshop.

Keywords: *photoshop, promotional media, web browser*

Abstrak

Perkembangan media informasi dibidang komputerisasi khususnya multimedia meningkat secara global, dimana banyak pihak yang terlibat baik berhubungan secara langsung atau tidak langsung dalam proses penyampaian maupun penerimaan informasi. Pemberian informasi dilakukan dengan media promosi yang berisi tentang penjelasan produk, harga produk, sampai dengan kontak perusahaan. pada penjelasan produk berisi macam-macam produk, ukuran, dan kegunaan serta manfaat produk. Tujuan penelitian ini untuk mengembangkan media promosi pada PT. Sinar Laut Mandiri dengan cara mendesain katalog dengan informasi produk yang lebih lengkap menggunakan aplikasi adobe photoshop. Media promosi ini diharapkan dapat mempermudah bagi para pelanggan untuk melihat barang yang akan dijual oleh perusahaan. Hasil penelitian ini adalah terciptanya sebuah Aplikasi Media Promosi Berbasis Web Browser Menggunakan Adobe Photoshop.

Kata Kunci: photoshop, media promosi, web

A. PENDAHULUAN

Perkembangan media informasi dibidang komputerisasi khususnya multimedia meningkat secara global,

dimana banyak pihak yang terlibat baik berhubungan secara langsung atau tidak langsung dalam proses penyampaian maupun penerimaan informasi (Zaliluddin & Rohmat, 1861). Selain itu model dan

sistem penyampaian informasi ini juga mempermudah keleluasaan pemasaran produk agar sampai dengan cepat kepada masyarakat secara efektif dan efisien (Ismael, 2019). Pemberian informasi dengan model dan sistem penyampaian yang baik merupakan suatu usaha yang dibutuhkan dalam pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan kecil maupun perusahaan besar.

Pemberian informasi ini dapat dilakukan melalui aplikasi multimedia. Dengan menggunakan adobe photosop yaitu software yang dapat mengolah gambar digital dengan kualitas, efek dan berbagai macam perubahan yang dapat diatur sesuai dengan harapan perusahaan dalam memasarkan produk (Ipinuwati, 2014).

Pemberian informasi dilakukan dengan media promosi yang berisi tentang penjelasan produk, harga produk, sampai dengan kontak perusahaan (Wibisono & Susanto, 2015). pada penjelasan produk berisi macam-macam produk, ukuran, dan kegunaan serta manfaat produk. Kemudian pada harga produk berisi harga jual dari produk tersebut (Zaliluddin & Rohmat, 2018). Terakhir adalah kontak perusahaan yang dapat dihubungi serta alamat perusahaan tersebut. Apabila terdapat media sosial atau website dari perusahaan juga dapat ditampilkan dalam katalog ini, bertujuan agar konsumen/pembeli dapat dengan mudah menghubungi perusahaan tersebut (Fajarina, 2021).

Aplikasi adobe photoshop dapat mempermudah perusahaan dalam membuat sebuah desain gambar untuk mempromosikan produknya dengan lengkap sesuai kebutuhan konsumen (Ningtyas, Efendy, & Yusuf, 2021). Analisa system dilakukan dengan metode PIECES (Nurhayati, Sucahyo, & Selawati, 2021). Dengan kebutuhan manusia yang sangat meningkat, dibutuhkan teknologi informasi yang dapat membantu mempermudah poses penerimaan informasi dengan cepat (Putra, Sopian, & Ratnasari, 2021).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam

penelitian ini adalah bagaimana merancang media promosi berbasis web browser (Fajarina, 2021).

Tujuan penelitian ini untuk mengembangkan media promosi pada PT. Sinar Laut Mandiri dengan cara mendesain katalog dengan informasi produk yang lebih lengkap menggunakan aplikasi adobe photoshop. Kegunaan Hasil Penelitian media promosi pada PT. SinarLaut Mandiri adalah mempromosikan barang-barang yang ada di jual agar lebih dikenal oleh masyarakat. Mempermudah para karyawan dalam memberi informasi kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi website yang sudah disediakan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan melakukan pengumpulan data di lapangan dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara:

Observasi merupakan pengamatan langsung ke lapangan untuk meneliti terhadap objek-objek dan dokumen-dokumen yang diamati, untuk mendapatkan informasi tentang dokumen yang digunakan, dan laporan yang diperlukan, serta data lain yang diperlukan untuk perancangan dan pengembangan sistem aplikasi yang akan dikembangkan.

Pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan para karyawan, pemilik dan pelanggan yang terkait dengan proses penawaran dan informasi barang, beberapa pertanyaan yang diajukan antara lain:

Sistem seperti apa yang dibutuhkan diperusahaan, Apa saja kendala yang ada diperusahaan dalam mempromosikan produknya. Bagaimana proses promosi saat ini. Laporan apa saja yang dibutuhkan Perusahaan. Siapa saja yang diperlukan untuk mengoprasikan system.

Saat ini sistem yang sedang berjalan pada PT. Sinar Laut Mandiri masih

melakukan pencatatan pada dokumen – dokumen, dan sampai pada pembuatan laporan persediaan barang.

Analisa Permasalahan Sistem

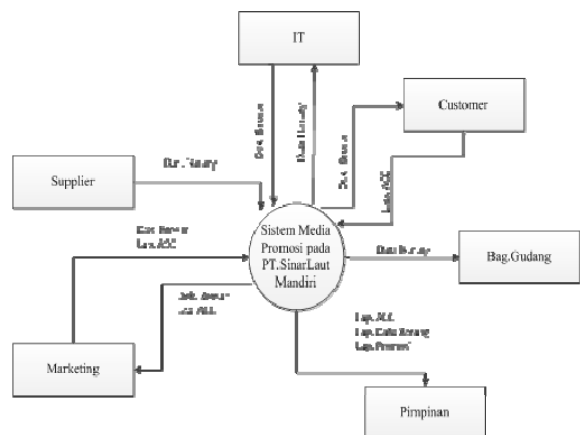
Permasalahan yang ditemukan dengan metode PIECES (Performance, Information, Economic, Control, Efficiency, dan Service) sebagai berikut:

1. Performance dari sistem yang sedang berjalan
Kinerja sistem yang sedang berjalan hasil belum bisa mempromosikan barang secara up to date customer/pelanggan karena masih dilakukan secara manual.
2. Information (informasi yang disajikan)
Sistem yang berjalan belum dapat menghasilkan informasi promosi barang yang akurat dalam satu aplikasi.
3. Economic (keuntungan yang dapat diraih)
Mempermudah mempromosikan barang secara lebih cepat kepada Customer/pelanggan, tetapi perhitungan belum lengkap.
4. Control (keamanan promosi)
IT dapat bebas menggunakan aplikasi ini untuk mempromosikan barang, dan data belum aman dikarenakan belum memiliki database dan untuk pengaksesan tersebut bisa di gunakan oleh pengguna lain.
5. Efficiency (efisiensi orang dan proses)
Sistem lama belum dapat membantu IT dalam proses mempromosikan barang, karena data promosi yang di tampilkan masih berupa gambar biasa dan tidak semua item barang di tampilkan untuk dilihat oleh customer.
6. Service (Pelayanan yang diberikan)
Customer/pelanggan belum bisa mengetahui langsung tentang barang, ukuran barang dan harga barang dari aplikasi promosi tersebut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem berjalan merupakan sebuah proses atau langkah - langkah yang menunjukkan perjalanan data atau dokumen pada suatu sistem atau proses keluar masuknya berkas yang terjadi pada suatu sistem yang sedang berjalan atau berlangsung. Sistem yang sedang berjalan pada PT. Sinar Laut Mandiri menggunakan sistem berkas dalam melakukan pencatatan pada dokumen – dokumen sampai pada pembuatan laporannya.

Pada proses serah terima barang pihak PT. SinarLaut Mandiri menerima data barang dari supplier. Pada proses pembuatan Brosur, dari bagian gudang memberikan data barang ke bagian IT, lalu bagian IT mengedit dokumen brosur lalu menyerahkan ke divisi marketing. Pada proses promosi jual beli, dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, trading stamp (promosi penjualan dengan memberikan cap dagang atau merk), ikut serta dalam mengadakan event, serta melaksanakan survei daya beli sebelum menjual. Pada proses laporan, sales menerima laporan ACC dari customer dan dokumen brosur dari marketing, kemudian memberi laporan ke pimpinan yaitu: laporan promosi, laporan ACC, laporan data barang. Untuk lengkapnya dapat dilihat dari diagram berikut ini.



Gambar 1. Diagram Konteks yang sedang Berjalan pada PT. SinarLaut Mandiri

Analisis Kebutuhan Informasi

Analisa kebutuhan informasi menjelaskan atau menggambarkan tentang analisis yang berhubungan dalam pembuatan media promosi yang akan dibangun. Analisa kebutuhan informasi terbagi menjadi dua yaitu: kebutuhan fungsional dan kebutuhan non fungsional.

Analisis Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional berisi proses-proses apa saja yang dikerjakan oleh sistem. Maka dapat disimpulkan bahwa sistem yang di butuhkan dalam perancangan media promosi berbasis web browser dengan menggunakan adobe photoshop ini adalah sebagai berikut:

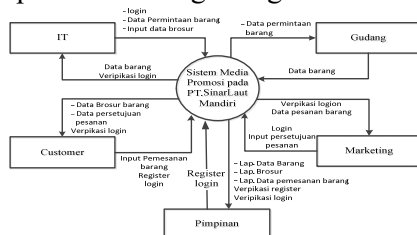
1. Sistem yang digunakan harus kompatibel, baik dari software dan hardware agar memudahkan user dalam menggunakan aplikasi.
2. Sistem yang dibuat harus dimengerti oleh pengguna
3. Sistem yang dibuat dapat lebih mudah untuk tampilan maupun penyajian media promosi.

Analisis Non Fungsional

Kebutuhan non fungsional adalah kendala pada pelayanan promosi seperti kendala waktu, kendala proses pengembangan standart, dll.

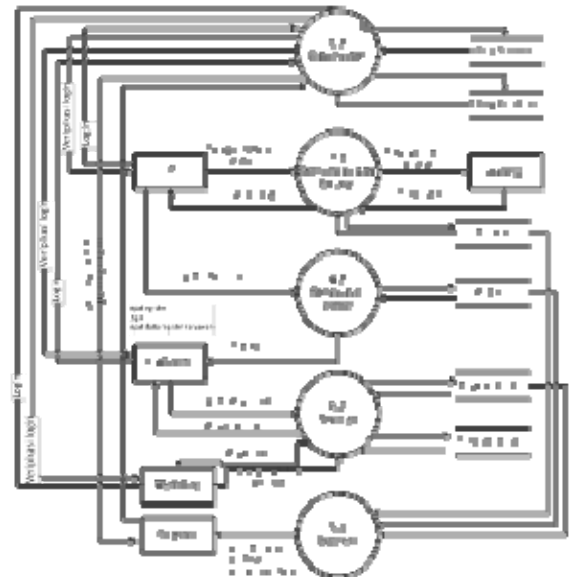
Diagram Sistem Usulan

Untuk mendukung perancangan sistem media promosi, penulis menggambarkan data flow diagram pada PT. SinarLaut Mandiri untuk dijadikan sebagai model yang nantinya akan digunakan dalam membuat program. Adapun diagram yang telah penulis rancang sebagai berikut :



Gambar 2. Diagram Konteks Usulan

Diagram Level 0 Sistem Usulan



Gambar 3. Diagram Level 0 Sistem Usulan

Use Case Diagram Media Promosi

Use Case mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang akan dibuat. Berikut ini adalah diagram uce case media promosi dari sistem usulan :

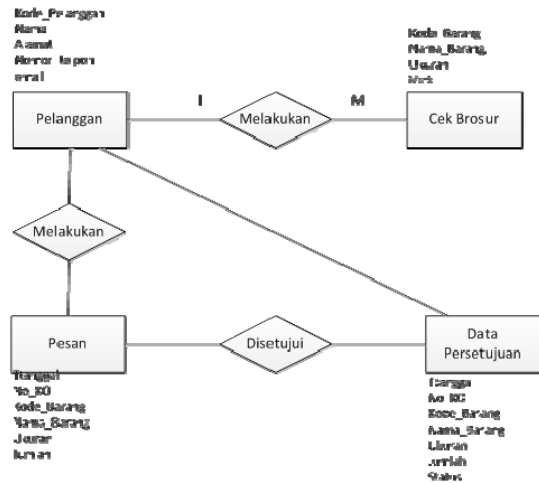


Gambar 4. Use Case Diagram

Rancangan Database

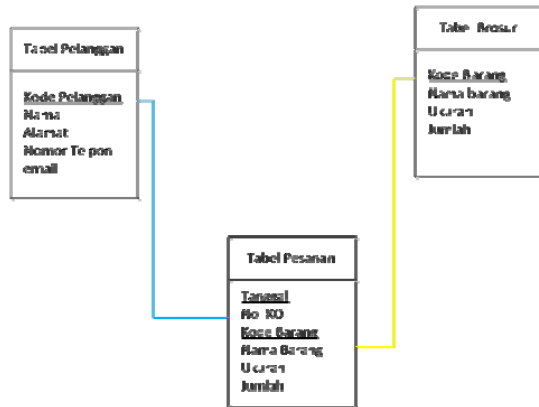
Entity Relationship Diagram (ERD)

Suatu alat dalam bentuk bagan yang menggambarkan relasi dan entitas suatu informasi. Entitas atas objek yang datanya dicetak atau direkam yang kemudian diolah.



Gambar 5. Entity Relationship Diagram (ERD)

Tranformasi dari ERD ke Logical Record Struktur



Gambar 6. Tranformasi dari ERD ke Logical Record Struktur

Hasil Rancangan Implementasi

Berisi semua rancangan layar yang dibuat beserta format:

Hasil Rancangan Halaman Login



Gambar 7. Rancangan tampilan halaman Login

Hasil Rancangan Layar Halaman Home



Gambar 8. Rancangan tampilan halaman home

Hasil Rancangan Layar Halaman About



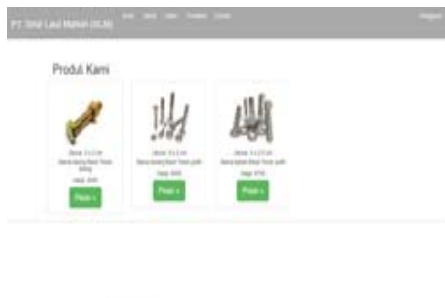
Gambar 9. Rancangan tampilan halaman About

Hasil Rancangan Layar Halaman Gallery



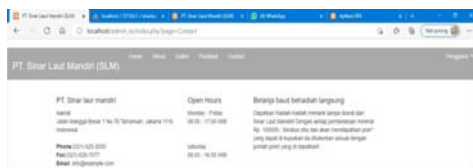
Gambar 10. Rancangan tampilan halaman Gallery

Hasil Rancangan Tampilan Halaman Product



Gambar 11. Rancangan tampilan halaman product

Hasil Rancangan Tampilan Halaman Contact



Gambar 12. Rancangan tampilan halaman Contact

Hasil Rancangan Tampilan Pesanan Pelanggan



Gambar 13. Rancangan tampilan Pesanan pelanggan

Hasil Rancangan Tampilan Form pesanan pelanggan



Gambar 14. Rancangan tampilan form Pesanan pelanggan

D. PENUTUP

Permasalahan yang terjadi pada sistem yang berjalan yaitu: Sistem yang berjalan pada PT. Sinar Laut Mandiri menggunakan system berkas. Pelanggan/customer kesulitan untuk melihat barang-barang yang akan dijual oleh perusahaan. Perancangan Sistem media promosi PT.Sinarlaut yang di usulkan terdiri dari: Input Master yaitu: Data Barang,Data Brosur, Data Pesanan Barang, Data Persetujuan, Data Register Karyawan, Data Register Customer. Proses yaitu: Data Master, Permintaan Data Barang, Pembuatan Brosur, Pesanan,

Laporan. Output yaitu: Laporan Data Barang, Laporan Data Brosur, Laporan Pesanan Barang. Database ada 4 tabel, yaitu: Tabel Pelanggan, Tabel Brosur, Tabel Pesan, Tabel Data Persetujuan.

Atas dasar permasalahan, analisis dan rancangan yang diuraikan pada bab-bab sebelumnya di sarankan hal-hal sebagai berikut: Mengganti sistem yang sedang berjalan dengan sistem yang diusulkan secara langsung untuk mempermudah mempromosikan barang. Disarankan setiap user agar dapat mempelajari terlebih dahulu dalam menggunakan aplikasi sistem media promosi, sehingga dalam pengelolaan promosi dilakukan dengan baik guna menghindari kesalahan dalam sistem mempromosikan tersebut.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Fajarina. (2021). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk Kerajinan Pada Masa Pandemi Covid-19 Oleh Ibu-ibu PKK di Jakarta Utara. *Jurnal Abdimas*, 7(3).
- Ipinuwati, S. (2014). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Minak Singa. *Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika*, 4(2), 12–20.
<https://doi.org/10.36448/jsit.v4i2.536>
- Ismael. (2019). Perancangan Sistem Informasi Penjualan dan Pemesanan Produk Alat Olah Raga Berbasis WEB pada CV Body Tech Padang. *J-Click*, 6(2), 201–207.
- Ningtyas, S., Efendy, A. A., & Yusuf, A. (2021). Penerapan metode cloud recognition pada aplikasi augmented reality pengenalan jenis buah-buahan 1. *Jurnal Elektro Dan Informatika Swadharma(JEIS)*, 1(1).
- Nurhayati, S., Sucahyo, N., & Selawati. (2021). Penerapan Metode Pieces Dalam Pengembangan Sistem E-Commerce Penjualan Produk Komputer. *JRIS: Jurnal Rekayasa Informasi Swadharma*, 1(1), 34–39.
- Putra, D. F. D., Sopian, A., & Ratnasari, D. (2021). Penerapan Metode PIECES Pada Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web PT Vallery. *Jurnal Rekayasa Informasi Swadharma(JRIS)*, 01(02), 7–11.
- Wibisono, G., & Susanto, W. E. (2015). Perancangan Website Sebagai Media Informasi dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo. *Jurnal Evolusi*, 3(2), 46–55.
- Zaliluddin, D., & Rohmat. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus Pada Newbiestore). *INFOTECH Journa*, 4(1), 24–27.