

# PERANCANGAN APLIKASI *DIGITAL & SOCIAL MEDIA SERVICES* BERBASIS WEBSITE PADA U-COMMERCE AGENCY

Ficho Aji Wibowo<sup>1</sup>, Theresiawati<sup>2</sup>

D-III Sistem Informasi / Fakultas Ilmu Komputer

email: [ficho.wibowo2@gmail.com](mailto:ficho.wibowo2@gmail.com)<sup>1</sup>, [theresiawati@upnvj.ac.id](mailto:theresiawati@upnvj.ac.id)<sup>2</sup>

Jl. Rs. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450, Indonesia

## Abstrak

Abstrak. Meningkatnya usaha modern di Indonesia memberikan dampak besar akan perkembangan usaha di Indonesia. *Digital Marketing* merupakan sebuah metode yang diterapkan untuk banyak usaha modern saat ini. Aplikasi *digital* dan *social media services* merupakan sebuah aplikasi yang memanfaatkan sebuah teknologi dalam menunjang layanan mengenai penanganan *digital* dan *social media*. Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah aplikasi *digital* dan *social media services* berbasis *website* pada sebuah lembaga semi-corporate U-Commerce Agency yang dapat melakukan pengelolaan data dimana data tersebut berupa informasi tentang perusahaan dan melakukan pemesanan. Aplikasi ini dibuat menggunakan bahasa markah pembuatan halaman web yaitu HTML dan CSS beserta bahasa pemrograman yang digunakan yaitu PHP dan sedikit JavaScript serta MySQL sebagai server basis data. Selain itu aplikasi ini dirancang menggunakan metode *prototyping*. Aplikasi *digital* dan *social media services* ini dapat membuat pengelolaan data informasi mengenai perusahaan menjadi lebih mudah.

**Kata Kunci :** *Digital Marketing, Social Media, Website, Prototyping.*

## 1 PENDAHULUAN

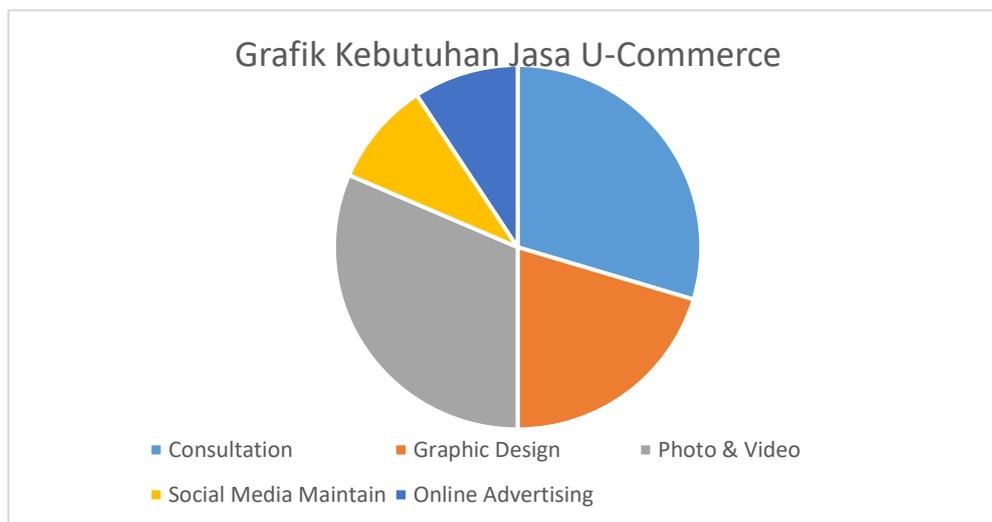
Pesatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia tidak lain disebabkan oleh banyaknya mayoritas masyarakat yang mendirikan suatu usaha. Usaha yang dihasilkan di Indonesia tidak bisa dibilang sedikit, karena faktanya pengusaha yang terdapat di Indonesia hampir menyentuh angka 27 juta. Ini merupakan sebuah kemajuan Indonesia di tahun 2019 karena meningkatnya angka kemudahan melakukan usaha. Meningkatnya angka usaha di Indonesia tidak lain disebabkan oleh beberapa indikator, indikator yang membuat mayoritas masyarakat memulai suatu bisnis dikarenakan mudahnya menggunakan teknologi *internet*.

*Digital Marketing* merupakan metode yang penerapannya akan sangat membantu perusahaan dalam menentukan segmentasi pelanggan secara tepat dan efisien (Strauss dan Frost, 2009). Salah satu perusahaan yang penulis jadikan sebagai bahan penelitian merupakan perusahaan yang menangani permasalahan *digital* dan *social media*, perusahaan tersebut bernama U-Commerce Agency. Perusahaan ini menyediakan jasa untuk menangani berbagai masalah dimana pelanggannya memiliki masalah dalam *digital marketing*. Permasalahan *digital marketing* yang ditangani U-Commerce seperti mengurus segala sosial media, menyediakan jasa foto dan video, membuat grafik desain, menangani periklanan online, dan konsultasi strategi pemasaran.

Berdasarkan analisis sistem yang dilakukan penulis, terdapat kendala dimana informasi mengenai perusahaan ini masih hanya mengandalkan *platform social media* sebagai media informasi utama. Dalam waktu jangka pendek, prosedur yang masih berjalan pada perusahaan ini hanya

mengandalkan teknologi *internet* dan ponsel genggam. Sistem yang diterapkan perusahaan ini juga masih terlalu bergantung pada *social media* dan sistem pencatatan pemesanan pelanggan masih manual dan resiko kehilangan data bisa terjadi kapan pun.

Dari pernyataan diatas bahwa perusahaan U-Commerce ini harus memiliki sebuah teknologi yang dapat membuat semuanya dapat mengetahui informasi mengenai perusahaan dan menjadikan teknologi tersebut sebagai sarana informasi mengenai perusahaan agar para pelanggan mengetahui jasa layanan yang ingin mereka pesan dan menyediakan platform pemesanan sebagai media penghubung dengan pelanggan. Kebutuhan akan penggunaan internet di Indonesia dalam sebuah media yang digunakan untuk melakukan sebuah pemasaran memang sudah tidak bisa dihitung lagi. Mulai dari perusahaan multinasional sampai perusahaan mikro pun banyak yang berlomba-lomba ingin mendapatkan pelanggan melalui media internet (Muljono, 2018). Maka Perusahaan U-



**Gambar 1. Grafik Kebutuhan Jasa pada U-Commerce**

Commerce ingin membuat sebuah aplikasi berbasis *website yang* merupakan halaman yang dapat menampilkan semua yang mengandung konten yang dibuat dan disimpan pada halaman tersebut (Suryana dan Koesheryatin, 2014) yang nantinya dapat melakukan pengelolaan data informasi perusahaan mengenai kebutuhan jasa layanan *digital marketing* dan dapat melihat dengan detail latar belakang, seluruh hasil kerja atau portofolio atau informasi perusahaan agar mereka dapat lebih mengetahui dan mempercayai lagi mengenai perusahaan dan menjadikan aplikasi tersebut sebagai platform pemesanan sehingga makin banyak yang tertarik untuk menggunakan jasa.

## 2 METODOLOGI PENELITIAN

Dalam melakukan sebuah penelitian, tentunya terdapat metode yang digunakan. Metode penelitian yang digunakan pada pembahasan ini yaitu metode *prototyping.* Prototyping merupakan metode pengujian yang cepat terhadap model kerja pada sebuah aplikasi dengan proses interaksi dan berulang-ulang. Banyak user yang kesulitan dalam menyampaikan keinginan mereka untuk membuat aplikasi yang mereka inginkan. Kesulitan tersebut dapat diselesaikan dengan analisis memahami keinginan dan kebutuhan user dan menerjemahkannya pada metode ini. Proses ini terus diawasi dan diperbaiki sampai user merasa kebutuhannya sudah terpenuhi (Joanda dan Priyandi, 2014).

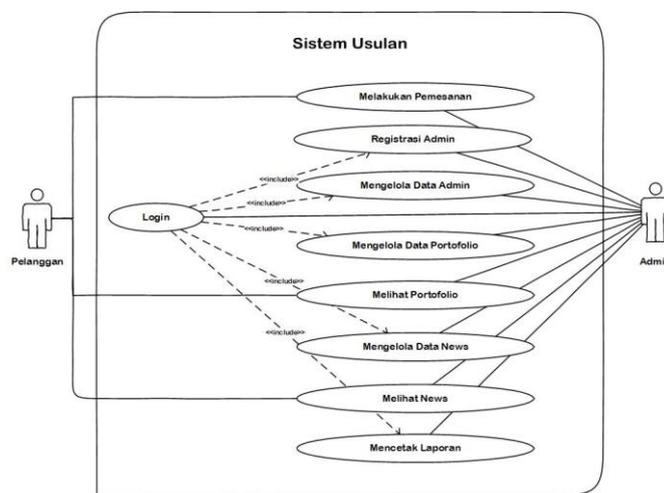
Selain mengumpulkan dan mencari data, penulis melakukan tahapan tahapan klasifikasi terhadap kebutuhan user terhadap aplikasi yang akan dirancang dan sampai semua aplikasi dirasa cukup dan memuaskan untuk user, semua tahapan yang digunakan pada metode ini dapat menentukan masalah yang ingin ditemukan dan menjelaskan keseluruhan permasalahan yang ditemukan pada penelitian ini.

### 3 HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Alternatif Penyelesaian Masalah

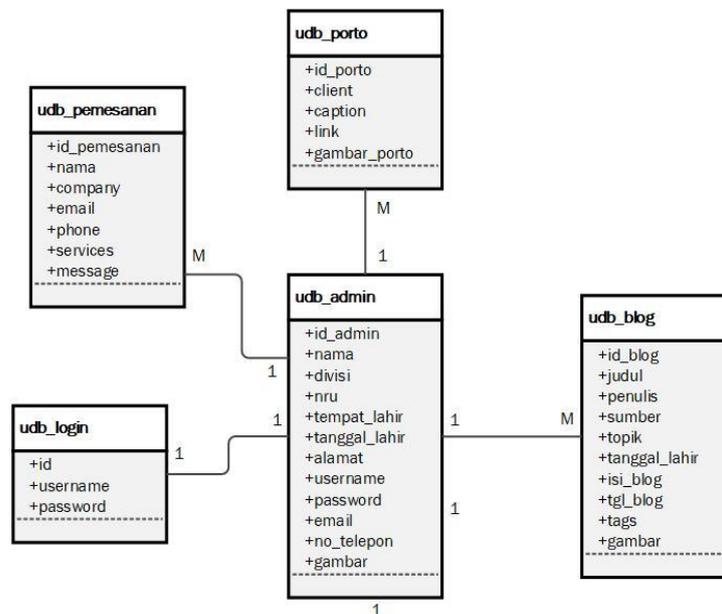
Berdasarkan permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini maka penulis memberikan alternative penyelesaian masalah, yaitu merancang sebuah sistem yang dapat dijadikan sebagai platform perusahaan itu sendiri untuk dijadikan sebagai sarana informasi untuk perusahaan U-Commerce dan tersedia fitur pemesanan yang dapat menghubungkan pelanggan dengan pihak perusahaan untuk melakukan kerja sama atau pemesanan jasa layanan *digital marketing*.

#### 3.2 Use Case



Gambar 2. Use Case Sistem Usulan U-Commerce

#### 3.3 Class Diagram



Gambar 3. Class Diagram Sistem Usulan U-Commerce

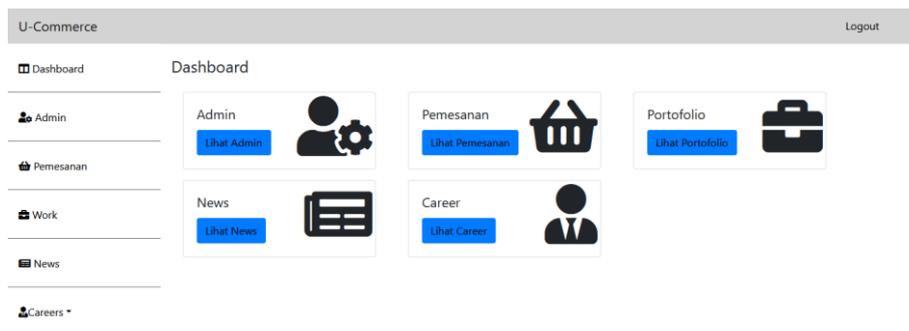
### 3.4 Tampilan Interface

#### 1. Halaman Home



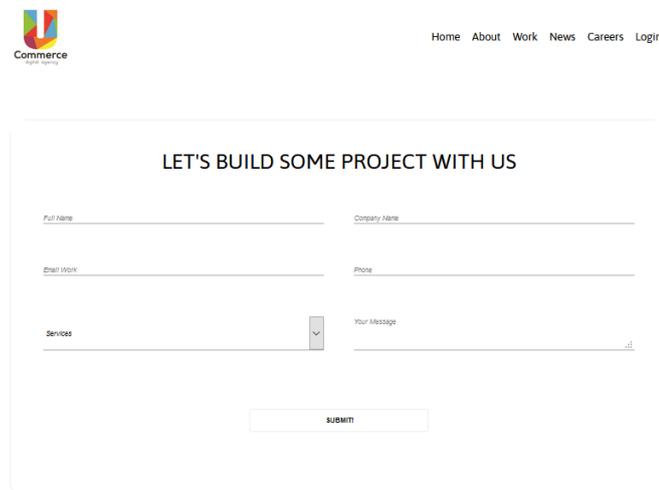
Gambar 4. Halaman Home

#### 2. Halaman Dashboard



Gambar 5. Halaman Dashboard

#### 3. Halaman Pemesanan



Gambar 6. Halaman Pemesanan

### 3.5 Pengujian dengan *Black Box Testing*

Pada tahap uji coba sistem menggunakan *Black Box Testing* merupakan tahapan-tahapan pengujian pada sistem yang dirancang apakah sudah berjalan sesuai keinginan. *Black Box Testing* merupakan jenis percobaan sistem dimana sistem yang akan dibuat belum diketahui kerjanya dan para pengguna sistem tersebut beranggapan bahwa itu seperti “kotak hitam” dimana tidak terlalu dipentingkan isi nya tetapi memiliki memiliki proses eksternalnya. Pada pemrosesan *black box testing*, sistem akan diuji bisakah perangkat tersebut sudah memenuhi kebutuhan pengguna sesuai dengan tahap pertama perancangan (Salamah & Khasanah, 2017).

**Table 1. Uji Coba *Black Box Testing***

| No. | Nama Proses               | Aktor     | Tindakan  | Hasil yang Diharapkan                                     | Hasil    |
|-----|---------------------------|-----------|---|---|----------|
| 1.  | Login                     | Admin     | Proses input username & password                                    | Masuk ke dalam sistem                                     | Berhasil |
| 2.  | Registrasi Admin          | Admin     | Proses registrasi admin mengisi form registrasi admin               | Dapat menambahkan admin baru                              | Berhasil |
| 3.  | Mengelola Data Admin      | Admin     | Proses pengelolaan data <i>read, update, delete</i> data admin      | Berhasil menambahkan, mengubah, menghapus data admin      | Berhasil |
| 4.  | Mengelola Data Portofolio | Admin     | Proses pengelolaan data <i>read, update, delete</i> data portofolio | Berhasil menambahkan, mengubah, menghapus data portofolio | Berhasil |
| 5.  | Mengelola Data News       | Admin     | Proses pengelolaan data <i>read, update, delete</i> data news       | Berhasil menambahkan, mengubah, menghapus data news       | Berhasil |
| 6.  | Pemesanan                 | Pelanggan | Proses pelanggan melakukan pemesanan harus mengisi form pemesanan   | Berhasil melakukan pemesanan                              | Berhasil |

#### 4 KESIMPULAN

1. Berdasarkan permasalahan atau kendala pada sistem berjalan, media promosi dan informasi mengenai perusahaan ini hanya sebatas menggunakan sosial media dan belum banyak diketahui banyak orang. Lalu, sistem pemesanan dilakukan menggunakan sosial media dan pencatatan pemesanan yang manual hanya mengandalkan aplikasi sederhana seperti Microsoft Exel dan resiko kehilangan data cukup besar.
2. Dengan digunakannya metode *prototyping* pada Aplikasi *digital & social media services* berbasis *website* ini dapat membantu perancangan. Hubungan antara perancang dan pengguna pada metode ini sangat diperlukan agar aplikasi dapat dibuat sesuai kebutuhan dan keinginan dimana aplikasi dapat melakukan pengelolaan data yang sebelumnya masih menggunakan sistem yang manual.
3. Aplikasi *digital & social media services* berbasis website ini berfungsi menajadi media promosi & informasi mengenai perusahaan, pemesanan jasa layanan. Selain itu aplikasi ini dapat melakukan pengelolaan data serta memudahkan segala pengarsipan data yang diinput.

#### Referensi

- Joanda, Destha, A., Priyandi, Y., & Zakaria, R. (2014). *Perancangan Sistem Informasi Manajemen Layanan Jasa Teknologi dan Kerjasama di Lembaga DEF*. Journal of Information Systems, 10(2).
- Muljono, Ryan Kristo. 2018. *Digital Marketing Concept: Penggunaan Konsep Dasar Digital Marketing Untuk Membuat Perubahan Besar*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Salamah, U., & Khasanah, F. N. (2017). *Pengujian Sistem Informasi Penjualan Undangan Pernikahan Online Berbasis Web Menggunakan Black Box Testing*. Journal Information Management for Education And Professionals, 2(1), 35–44.
- Strauss, J., & Frost, R. (2009). *E-Marketing* (5<sup>th</sup> edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Suryana, Taryana, Koesheryatin. 2014. *Aplikasi Internet Menggunakan HTML, CSS & JavaScript*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.