

# Rancang Bangun Internet Marketing pada Toko Mainan Pelangi Semarang

Erwin Aryanto, Ajib Susanto

Jurusan Teknik Informatika Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Nakula I No. 5-11, Jl. Imam Bonjol No. 207, Semarang 50131; Telp: 024-3517261

Fax: 024-3569684

Email: [kalanemi@hotmail.com](mailto:kalanemi@hotmail.com)

## ABSTRAK

Persaingan usaha dalam penjualan produk yang semakin ketat, memotivasi usaha-usaha sejenis untuk meningkatkan eksistensi diri. Kemenangan tidak hanya dalam hal modal yang besar tetapi kecepatan dalam menyediakan informasi ke pelanggan. Dengan kehadiran internet, semakin banyak orang dapat cepat memperoleh informasi. Hal ini memungkinkan untuk melakukan promosi barang dan jasa melalui internet atau yang dikenal dengan internet marketing. Dengan adanya internet marketing membuat Toko Mainan pelangi ingin meningkatkan penjualan. Perancangan situs ini menggunakan metode Web Engineering dengan beberapa tahapan yaitu, komunikasi dengan pengguna, perencanaan, pemodelan, analisis, desain dan konstruksi. Hasil dari penelitian ini adalah sebuah rancangan internet marketing dengan pendekatan framework 8C dan marketing mix 7P. Website ini juga dibuat dengan pemanfaatan SEO dan didukung dengan manajemen konten

Kata Kunci: 8C framework, internet marketing, Mainan, Marketing Mix

### 1. Pendahuluan

Persaingan dalam usaha penjualan produk yang semakin ketat, memotivasi usaha-usaha sejenis selalu meningkatkan diri agar eksistensi dapat dipertahankan. Kemenangan dalam persaingan tidak hanya bergantung pada modal yang besar, namun juga kecepatan dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk pelanggan.

Dalam hal ini, usaha dagang yang merupakan salah satu instansi membutuhkan pengolahan informasi dan transaksi yang optimal supaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi instansi lain maupun konsumen.

Keterbatasan yang dimiliki oleh pihak intern dalam penyajian informasi dan pemesanan akan membawa pada ketidakpuasan dan ketidaknyamanan bagi pengguna jasa perusahaan. Salah satunya adalah kehadiran internet, semakin banyak orang membutuhkan informasi yang cepat dan akurat.

### 2. Tinjauan Pustaka Internet Marketing

Menurut Rafi (2003) Internet marketing adalah proses membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan online untuk memfasilitasi pertukaran ide, produk, dan pelayanan yang memenuhi tujuan kedua belah pihak. Terdapat lima komponen dalam Internet Marketing: proses, membangun dan

Hal ini memungkinkan bagi dunia usaha untuk melakukan proses bisnis melalui internet seperti mempromosikan barang dan jasa yang dimiliki secara online melalui internet atau yang dikenal internet marketing. Internet Marketing sudah diterapkan oleh banyak perusahaan. Hal ini dikarenakan keuntungan serta manfaat yang diperoleh lebih banyak daripada pemasaran secara tradisional. Keuntungan tersebut diantaranya kemudahan akses informasi, kemudahan penyebaran informasi produk, kemudahan transaksi.

Untuk mendukung keinginan Toko Mainan Pelangi Semarang maka perlu melakukan pembaharuan dalam melakukan strategi pemasaran dengan pemanfaatan teknologi internet yaitu memanfaatkan sarana internet marketing yang nantinya dapat mempromosikan Toko Mainan Pelangi secara online yang dapat meningkatkan penjualan

mempertahankan hubungan dengan pelanggan, pertukaran, pemenuhan kepuasan kedua belah pihak.

### 8C Framework

Framework yang digunakan dalam mendesain sebuah website, Lanjutan dari framework 7C +1 Context, Content, Community, Customization, Communication, Connection, Commerce dan Collaboration

## **Product Value**

**Product Value** atau nilai-nilai produk/servis yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dicerminkan oleh faktor-faktor marketing mix khususnya 7P yaitu Product, Price, Promotion, Placement, People, Process, dan Physical Evidence. Penjelasan dari masing-masing marketing mix adalah sebagai berikut :

### **1. Product**

Strategi mengenai bagaimana produk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Produk usaha kita dapat dibedakan berdasarkan mutu / kualitas, ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan lebih dibandingkan pesaing.

### **2. Price**

Strategi mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya konsumen lebih tertarik kepada produk dengan harga yang lebih murah. Selainnya itu dari segi harga, kita dapat membedakan produk kita berdasarkan harga satuan dan harga grosir, syarat pembayaran, diskon/potongan harga, serta sistem buy 1 get 1 free.

### **3. Promotion**

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui beberapa cara :

#### **a. Advertising (Iklan)**

Beriklan dapat dilakukan melalui media berikut :

1. Media Cetak : Brosur, spanduk, poster, iklan majalah/koran.
2. Media TV dan Radio (Broadcast) : Iklan TV, Iklan Radio

#### **b. Sales Promotion**

Promosi melalui acara / pameran yang digelar di tempat keramaian dimana konsumen produk berada dan juga dilakukan penjualan ditempat.

#### **c. Personal Selling**

Promosi melalui penjualan langsung ke tempat konsumen berada dengan menawarkan dan kemungkinan untuk dapat mencoba produk secara langsung.

#### **d. Public Relation**

Cara promosi ini cenderung untuk membuat image perusahaan baik dimata konsumen bukan mempromosikan produk secara langsung. Umumnya dilakukan oleh perusahaan besar.

### **4. Placement**

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang dilakukan dapat secara langsung ke konsumen atau melalui pedagang perantara seperti *wholesaler* (pedagang besar) atau *retailer* (pedagang kecil).

### **5. People**

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung ataupun tidak langsung.

### **6. Process**

Proses yang ditampilkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap konsumen.

### **7. Physical Evidence**

Penampilan fisik serta keadaan dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. Seperti tempat yang menarik dan bersih untuk restoran.

## **3. Metode Penelitian**

### **Merancang Tampilan Untuk Konsumen**

Pendekatan 8C yang merupakan pedoman dalam merancang antarmuka pelanggan yang baik.

#### **a) Context**

Context berfokus pada dua hal, yaitu :

##### **Fungsi**

Pada halaman Link, situs Toko Mainan Pelangi mempunyai link ke fanspage facebook dan TIKI JNE, untuk mempermudah dalam komunikasi dan mengetahui harga pengiriman

##### **Estetika**

Warna background putih dengan tulisan hitam agar mudah dibaca, dan juga logo hitam dengan sedikit orange, dengan font arial karena mudah dipahami

### **b) Content**

- Halaman utama dari situs Toko Mainan Pelangi menampilkan slideshow, dan menu menu lainnya, seperti product, about us, dan faq, contact
- Halaman FAQ, berisi pertanyaan pertanyaan yang sering ditanya beserta syarat dan ketentuan
- Halaman Product menampilkan informasi gambar produk dan harga
- Halaman Contact menampilkan informasi kontak , jam kerja dan email

### **c) Community**

Mengingat pentingnya komunikasi antar konsumen dengan perusahaan, maka pada situs yang dirancang, ditambahkan testimonial, fanspage di facebook , dan juga menu pesan ke admin

### **d) Customization**

Di halaman My Profile, konsumen dapat merubah pengaturan dari halaman pribadi seperti Edit Profile,Change Password,

### **e) Communication**

Untuk meningkatkan komunikasi antara konsumenDigunakan dua macam jenis komunikasi, yaitu komunikasi satu arah dan dua arah. Komunikasi satu arah bisa dilakukan pada panel Information dan Contact Us dalam bentuk mengirim pesan Sedangkan Komunikasi 2 arah dapat melalui facebook atau yahoo messenger

### **f)Connection**

Koneksi yang dilakukan ke Tiki JNE dan facebook Toko Mainan Pelangi

### **g) Commerce**

Dalam memasarkan produk yang ditawarkan oleh Toko Mainan Pelangi situs ini mendukung proses pemesanan produk secara online. Setelah pengguna melakukan member registration, dan memilih barang produkproduk yang ingin dibeli, memasukkanya ke shopping chart. Pemesanan akan diproses lalu produk yang dipesan akan dikirim oleh jasa kurir ke rumah konsumen

### **h)Collaboration**

Dengan adanya testimonial dan komen positif akan meningkatkan citra Toko Mainan Pelangi

## **Perancangan Program Pemasaran**

Menggunakan Marketing Mix 7P

### **a)Product**

Produk yang ditampilkan berupa produk asli dengan foto,sehingga pelanggan dapat mencermati setiap gambar dan bentuk barang

### **b)Price**

Dari segi harga, mainan yang ditawarkan tergolong murah dan dapat dijangkau

### **c)Promotion**

Promosi yang digunakan menggunakan website sebagai media untuk promosi, dilengkapi dengan facebook dan fitur SEO

### **d)Placement**

Produk yang didistribusikan melalui pedagang kecil

### **e)People**

Selain karyawan toko, admin dalam website ini dan jasa pengiriman barang membantu dalam penjualan

### **f)Process**

Proses yang diberikan dengan layanan online sesuai jam kerja dan melayani pembelian langsung di tempat

### **g)Physical Evidence**

Selain produk ditampilkan secara jelas, Toko Pelangi memiliki alamat dan gambar fisik Toko secara jelas

## **Merancang Basisdata**

Berikut ini adalah beberapa tabel yang digunakan pada situs:

1. Tabel bank

Field	Type	Length
kd_bank	int	11
nm_bank	varchar	50

2. Tabel kategori

Field	Type	Length
id_kategori	int	3
nm_kategori	varchar	30
deskripsi	varchar	200

3. Tabel kios\_member

Field	Type	Length
user	varchar	20
pas	varchar	100
nmlnkap	varchar	50
telpon	varchar	70
alkap	varchar	70
altif	varchar	70

4. Tabel lap\_bayar

Field	Type	Length
id_orders	int	10
user	varchar	20
nominal	int	11
gambar	varchar	200
konfirmasi	int	2

5. Tabel orders

Field	Type	Length
id_orders	int	10
user	varchar	20
nmlnkap	varchar	50
alamat	text	
hp	varchar	20
email	varchar	50
kd_provinsi	int	10
kd_bank	int	11
transfer	int	20
status	int	5

6. Tabel orders\_detail

Field	Type	Length
id_orders	int	10

id_produk	char	20
-----------	------	----

7. Tabel produk

Field	Type	Length
id_produk	char	20
nama_produk	varchar	40
kategori	varchar	20
harga	int	11
foto	text	
stok	int	20

8. Tabel provinsi

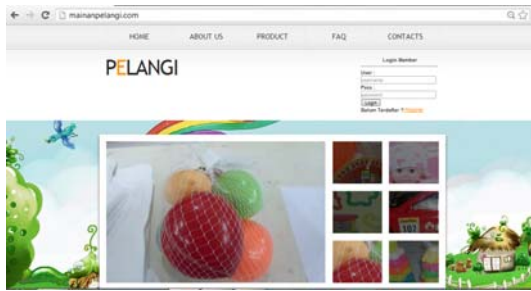
Field	Type	Length
kd_provinsi	int	11
nm_provinsi	varchar	50

9. Tabel tabelpesan

Field	Type	Length
nomor	int	10
idtransaksi	varchar	20
idproduk	char	20
jumlah	int	5
harga	double	
status	tinyint	4

### Hasil dan pembahasan

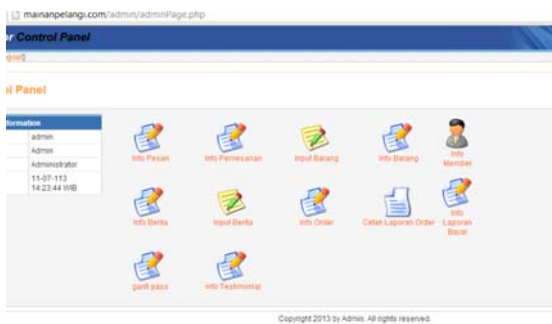
Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah situs Internet Marketing pada Toko Mainan Pelangi menggunakan bahasa pemrograman PHP dan basisdata MySQL. Situs ini dibagi dalam dua kelompok yakni situs bagi konsumen dan situs admin. Contoh tampilan situs bagi konsumen dapat dilihat pada Gambar 1, merupakan tampilan halaman home Gambar 2 merupakan tampilan halaman produk halaman produk Gambar 3 mengenai gambar halaman utama admin dan gambar 4 halaman admin dapat menambahkan produk



Gambar 1 Halaman Home



Gambar 2 Halaman Produk



Gambar 3 Halaman Utama Admin



Gambar 4 Halaman Tambah Produk

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Terciptanya sebuah metode penjualan dan pemasaran yang baru untuk Toko Mainan Pelangi yaitu berupa internet marketing yang dapat meningkatkan penjualan

## Saran

Diharapkan internet marketing yang dilakukan tidak hanya melalui website dan pencarian melalui SEO saja

## Daftar Pustaka

Kotler, P. (2005). *Marketing Management*. Pearson Education Limited, England

Rudy(2010) PERANCANGAN E-MARKETING BAGI PEMASARAN PRODUK KECANTIKAN ,1979-2328

T. Andrew Yang, Dan J. Kim, Vishal Dhalwani, Tri K. Vu University of Houston, Texas. "The 8C Framework as a Reference Model for Collaborative Value Webs in the Context of Web 2.0"

Enterprise, Jubilee. *Membuat Situs Company Profile Hemat Biaya*. Jakarta : Elex Media, 2011

Rafi, M. (2003). *Internet Marketing : Building Advantage in a Networked Economy*. Mc Graw Hill, United State of America.

Sukarno, Muhamad.2006.Membuat Website Dinamis Interaktif dengan PHP-MySQL. Jakarta : Eska Media