
Penerapan *E-Katalog* Sebagai Media Promosi Pada PT. Satria Pangan Sejati

Karina Gita Krisnanda*¹, I Wayan Gede Narayana ², Rifky Lana Rahardian³

^{*123} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Informatika dan Komputer

Institut Teknologi dan Bisnis (ITB), STIKOM Bali Denpasar Bali, Indonesia

Email: ^{*1}180030607@stikom-bali.ac.id, ²narayana@stikom-bali.ac.id, ³rifky@stikom-bali.ac.id

Abstrak

PT. Satria Pangan Sejati merupakan salah satu perusahaan pengolahan daging di Bali yang menggunakan katalog produk berupa katalog berkas untuk memperkenalkan produk yang dijual pada pembeli. Dalam pemesanan produknya, digunakan telepon, Whatsapp, dan email. Namun, seiring kemajuan teknologi, katalog produk konvensional mulai tergantikan dengan katalog elektronik (E-Katalog). Katalog elektronik dapat dibuat dengan berbasis website responsif sehingga akses menjadi lebih mudah, serta dapat mempermudah pemesanan produk dan dapat memenuhi kebutuhan pembeli akan informasi produk dengan lebih cepat. Dalam penelitian ini, digunakan metode waterfall agar pengembangan sistem dapat lebih terstruktur dan sistematis. Untuk membuat sistem, digunakan framework Materialize CSS dalam membuat interface website, bahasa pemrograman HTML, Javascript, dan PHP, serta database MySQL untuk mempermudah perubahan dan pembaharuan data dalam katalog. Serta telah dilakukan pengujian sistem dengan hasil penilaian sebanyak 94% responden menyatakan kualitas informasi yang ditampilkan sudah baik, sebanyak 94% responden menyatakan kemanfaatan sistem sudah baik, sebanyak 97% responden menyatakan kemudahan akses sistem sudah baik, 100% responden menyatakan tampilan sistem sudah baik, dan 100% responden menyatakan sistem sudah baik secara keseluruhan.

Kata kunci – *E-Katalog, Responsif, Materialize.*

Abstract

PT. Satria Pangan Sejati is one of the meat processing companies in Bali that uses product catalogs in the form of file catalogs to introduce products sold to buyers. In ordering the product, telephone, Whatsapp, and email are used. However, as technology advances, conventional product catalogs are being replaced by electronic catalogs (E-catalogs). Electronic catalogs can be made based on responsive websites so that access is easier, can make ordering products easier and can meet buyers' needs for product information more quickly. In this study, the waterfall method is used so that system development can be more structured and systematic. To create the system, the Materialize CSS framework is used to create website interfaces, and it also use HTML, Javascript, and PHP programming languages, as well as a MySQL database to make it easier to change and update data in the catalog. System has been tested and has been carried out with assessment results that as may as 94% of respondents stated that the quality of the information displayed was good, as many as 94% of respondents stated that the usefulness of the system was good, 97% of respondents stated that the ease of access to the system was good, 100% of respondents stated that the system display was good, and 100% of respondents said the system was good overall.

Keywords – *E-Catalogue, Responsive, Materialize.*

1. PENDAHULUAN

Pemasaran produk pada sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat vital untuk menunjang kemajuan dan berjalannya bisnis pada perusahaan tersebut. Pemasaran merupakan

salah satu strategi dalam bauran pemasaran (*Marketing Mix*) untuk menghasilkan respon dari konsumen, dimana terdapat 5 komponen dalam bauran promosi, yaitu *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), *Advertising* (Periklanan), *Sales Force* (Tim Penjualan), *Public Relations* (Hubungan Masyarakat), dan *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung) ^[1]. Dalam dunia bisnis selalu ada persaingan, sehingga perusahaan perlu memiliki sebuah strategi yang dapat menarik minat beli untuk dapat meningkatkan persebaran informasi produk yang dijual dan meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran dapat membentuk sikap dan persepsi konsumen secara positif, misalnya dengan adanya kemudahan mencari sebuah produk, keakuratan informasi yang diberikan perusahaan, dan kemudahan dalam bertransaksi. Dengan sikap dan respon positif dari konsumen tersebut, maka perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen hingga konsumen mau membeli produk yang dijual. ^[2]

PT. Satria Pangan Sejati merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pangan yaitu pengolahan daging. Jangkauan pemasaran perusahaan ini adalah hotel-hotel, restoran-restoran, serta konsumen individual atau perorangan yang kebanyakan terdapat di pulau Bali dan pulau Jawa. Perusahaan ini menggunakan katalog produk berupa katalog berkas untuk memasarkan produknya. Katalog berkas yang digunakan memiliki biaya dan cara perawatan yang cukup banyak dikarenakan katalog harus di desain kemudian dicetak terlebih dahulu dengan kertas A4 dan dikumpulkan dalam satu map. Dengan banyaknya produk yang diproduksi oleh PT. Satria Pangan Sejati, maka kertas dan map yang diperlukan juga banyak, sehingga menyebabkan bertambahnya biaya pengeluaran perusahaan dan kurang efektifnya proses pemasaran. Katalog berkas PT. Satria Pangan Sejati dapat dilihat oleh konsumen dengan cara mendatangi perusahaan ataupun dengan meminta dikirimkan melalui e-mail dan Whatsapp. Perusahaan ini juga memiliki social media namun tidak mencantumkan informasi produk secara detail, sehingga informasi yang didapat konsumen terbatas. Dalam melakukan proses pemesanan produk, konsumen harus menghubungi perusahaan terlebih dahulu menggunakan telepon, Whatsapp, dan e-mail, sehingga menyebabkan terbatasnya persebaran informasi produk kepada konsumen dan kurangnya efisiensi serta efektifitas pemesanan produk oleh konsumen.

Dengan kemajuan teknologi saat ini, katalog yang biasanya dibuat dalam bentuk buku, berkas, atau media cetak lainnya dapat diperbaharui dengan katalog dalam bentuk media digital yaitu katalog elektronik (*E-Catalogue*). *E-Katalog* dapat menjadi media elektronik untuk menyampaikan dan menyajikan informasi produk yang mencakup nama produk, detail produk, harga produk, gambar produk dan informasi produk lainnya melalui internet sehingga dapat memaksimalkan kegiatan pemasaran produk untuk memberi informasi dan meningkatkan minat beli konsumen dengan cara yang lebih efektif dan efisien ^[3]. *E-Katalog* dapat didistribusikan kepada konsumen dengan menggunakan *website* sehingga lebih mudah di akses oleh konsumen dikarenakan saat ini masyarakat sudah banyak yang menggunakan internet untuk mencari informasi. Menurut Data Reportal dari *survey* yang dilakukan pada Februari 2022, pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta orang atau sebanyak 73,7 persen dari total populasi. Jumlah ini meningkat hingga 2,1 juta orang atau 1 persen dibandingkan pada tahun 2021 ^[4]. Untuk lebih memudahkan akses *website*, saat ini banyak digunakan desain *website* responsif agar halaman *website* dapat menyesuaikan dengan bentuk tiap perangkat, resolusi layar, dan aspek rasio perangkat yang berbeda-beda. Desain *website* responsif juga akan menambah kenyamanan saat mengakses *website* karena user tidak perlu melakukan *zoom in*, *zoom out*, ataupun horizontal scrolling untuk melihat konten dan informasi dalam web ^[5].

Dengan meningkatnya akses internet saat ini dan adanya teknologi *responsive website*, pendistribusian *E-Katalog* melalui *website* akan lebih efisien untuk melakukan promosi dan menjangkau konsumen yang lebih banyak karena konsumen dapat mengakses katalog dengan mudah. Untuk menambah efektifitas dan efisiensi pemasaran pada PT. Satria Pangan Sejati, diterapkanlah *E-Katalog* berbasis *responsive website* sebagai media pemasaran dan sistem pemesanan produk yang dapat diakses melalui berbagai perangkat untuk membantu mendistribusikan informasi mengenai produk yang dijual seperti nama produk, harga produk, berat produk, dan gambar produk sehingga dapat menambah kenyamanan konsumen saat melihat

katalog produk dan mempermudah konsumen dalam mencari informasi produk karena website dapat di akses tanpa batasan ruang dan waktu.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Landasan Teori

E-Katalog merupakan media elektronik untuk mendistribusikan informasi produk yang mencakup nama produk, detail produk, harga produk, gambar produk, dan informasi lain yang menyangkut produk melalui internet sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen dan dapat meningkatkan pelayanan pelanggan dengan cepat dalam ketersediaan informasi produk [3].

Website adalah suatu program kumpulan dokumen berisi informasi-informasi yang disimpan dalam komputer yang dikenal dengan istilah *web server* dan kemudian dapat diakses oleh web client melalui aplikasi *web browser* yang saling terhubung dengan jaringan internet sehingga dapat melakukan pertukaran data dan informasi. *Website* pertama kali ditemukan pada 1989 oleh Tim Berners-Lee di *CERN (Conseil Europeen pour la Recherche Nucleaire / European Council for Nuclear Research)* dan mulai terbuka untuk publik pada 1991 [6]. *Website* memiliki dua jenis, yaitu *Website Statis* yaitu website yang isinya tidak diperbaharui secara berkala dan perubahan serta pengaturan isi *website* dilakukan secara manual menggunakan *coding*, dan *Website Dinamis* yaitu *website* yang isinya dapat diperbaharui setiap saat tanpa melakukan perubahan pada *coding* karena menggunakan *database* sehingga admin dapat melakukan perubahan data dengan mudah melalui halaman admin [7].

Desain Web Responsif merupakan desain web yang dapat menyesuaikan bentuk dan ukuran halaman *web* pada tiap perangkat keras yang dibangun dengan menggunakan *flexible grid-based layout*, *flexible images and media*, CSS media queries, dan HTML. Desain ini dapat menyesuaikan layout web dengan menyesuaikan ukuran *font*, gambar, dan komponen-komponen lain, sehingga dapat menghindarkan pengguna dari *horizontal scrolling* atau *zoom in* dan *zoom out* [8].

Metode *Waterfall* atau Metode Air Terjun merupakan metode sistematis dan terstruktur untuk mengembangkan dan membangun perangkat lunak (*software*) dengan melalui 5 tahapan alur yaitu Analisa Kebutuhan, Desain Sistem, Implementasi Sistem, Pengujian Sistem, dan Pemeliharaan Sistem [9].

Materialize CSS atau *Materialize* merupakan *framework* ciptaan Alvin Wang, Alan Chang, dan Alex Mark. *Framework* ini digunakan untuk membuat user interface dengan menggunakan filosofi material desain dari *Google* yang merupakan bahasa atau skema desain yang dikembangkan pada tahun 2014. *Materialize* menyediakan *grid layout* dan berbagai *widget* serta fungsionalitas JavaScript interaktif seperti transisi sehingga dapat menghasilkan desain tampilan yang responsif dan menarik [5].

000webhost merupakan *web hosting* yang dikeluarkan tahun 2007 oleh *Hostinger* [10]. *Web hosting* ini merupakan layanan yang tidak menampilkan iklan. Pada versi layanan hosting gratis akan diberikan layanan berupa ruang penyimpanan sebesar 300 MB, batas bandwidth sebesar 3 GB, PHP, MySQL database, fasilitas *Control Panel* untuk manajemen situs, layanan domain dan hosting. Untuk menambah kapasitas penyimpanan, dan upgrade layanan menjadi lebih baik, dapat dilakukan pembelian layanan hosting dengan memilih paket layanan yang telah tersedia pada web *000webhost* [11].

PHPMYAdmin merupakan perangkat lunak manajemen database MySQL berbasis *website*. *Software* ini dapat digunakan untuk membuat *database*, mengelola *database*, menghapus *database*, dan melakukan perintah-perintah seperti menambah data, menghapus data, mengurutkan data, dan lain-lain [12].

2.2. Objek Penelitian

Objek Penelitian yang menjadi fokus penelitian ini adalah memperbaharui cara pemasaran dan proses pemesanan produk pada PT. Satria Pangan Sejati yang didirikan pada 8 Maret 2000

dan beralamat di Jl. Kediri 36A, Tuban, Bali, sehingga pemasaran dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan mempermudah proses pemesanan produk dari konsumen.

2.3. Metode Pengumpulan Data

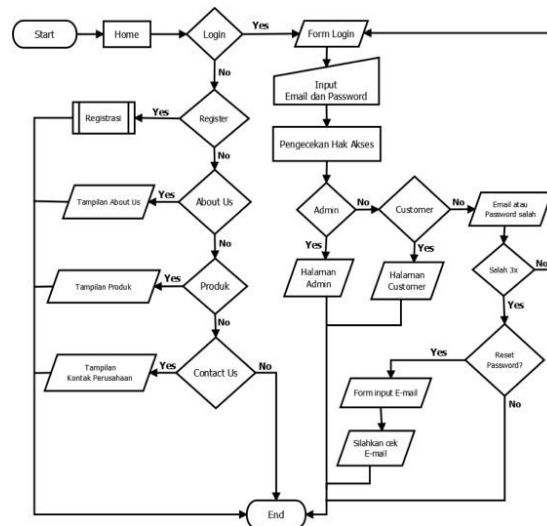
Metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapat data-data yang dibutuhkan dalam penelitian Penerapan *E-Katalog* sebagai Media Promosi pada PT. Satria Pangan Sejati, yaitu:

- 1) Observasi
Pada tahap ini, dilakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu PT. Satria Pangan Sejati yang terletak di Tuban, Bali. Pengamatan dilakukan terhadap proses pemesanan produk dan katalog produk yang digunakan.
- 2) Wawancara
Dilakukan wawancara secara langsung dengan manajer dari PT. Satria Pangan Sejati yaitu bapak Rafer Ibart Steven, terkait informasi mengenai perusahaan (pendiri perusahaan, tahun berdiri, produk yang dipasarkan, target pasar perusahaan, strategi dan cara pemasaran yang digunakan, dan cara pemesanan produk), serta perijinan untuk menggunakan data-data yang diperlukan dalam penelitian.
- 3) Studi Literatur
Dilakukan pengumpulan data dengan membaca dan mengkaji jurnal ilmiah, buku-buku, artikel ilmiah, dan dokumen-dokumen lain dalam bentuk cetak maupun dalam bentuk elektronik yang berkaitan dengan penelitian yang diangkat yaitu mengenai *E-Katalog*.

2.4. Metode Pengembangan Sistem

Pengembangan sistem yang dilakukan menggunakan sebuah metode *waterfall* sehingga pengembangan sistem lebih terstruktur dan sistematis. Pengembangan sistem dilakukan dengan tahapan sebagai berikut, yaitu:

- 1) Analisa Kebutuhan
Tahap analisa kebutuhan merupakan tahap awal yaitu untuk melakukan analisa kebutuhan fungsional dan non fungsional.
 - a) Kebutuhan Fungsional
Kebutuhan fungsional sistem meliputi proses yang akan tersedia dalam sistem yaitu login, sign up, pemesanan produk, menampilkan produk beserta harga dan keterangan berat produk, serta mengirimkan bukti pembayaran produk berupa foto bukti transfer pada menu *My Order*.
 - b) Kebutuhan Non Fungsional
Kebutuhan non fungsional sistem meliputi kebutuhan akan perangkat untuk mendukung berjalannya sistem yaitu laptop dengan spesifikasi minimal *processor intel CORE i3 7th Gen, RAM 4GB, Android* sistem versi 7.0 keatas, dan jaringan internet agar sistem dapat berjalan normal.
- 2) Desain Sistem
Dalam tahap desain, dilakukan pemodelan dari sistem yang akan dirancang untuk menggambarkan kebutuhan sistem dan bentuk dari sistem. Sistem akan dimodelkan menggunakan *Flowchart* dan *Data Flow Diagram*. Sedangkan untuk pemodelan basis data, digunakan *Entity Relationship Diagram*.
 - a) Flowchart Sistem
Untuk menggambarkan alur kerja pada dibuat sebuah diagram alir dari sistem secara umum yang akan dikembangkan yang dapat dilihat pada gambar berikut.

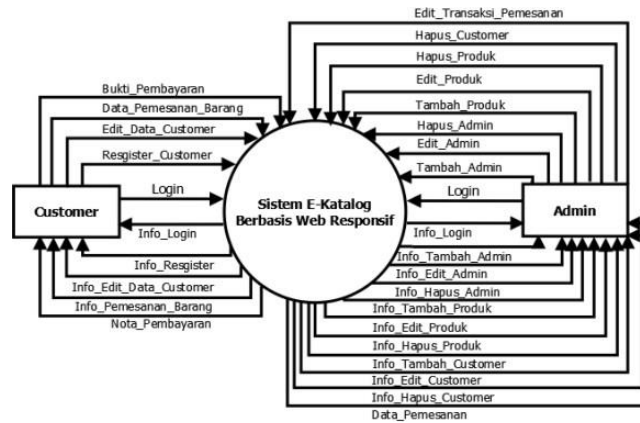


Gambar 1. Flowchart Sistem E-Katalog

Dalam *Flowchart* pada Gambar 1 diatas, dapat dilihat bahwa saat website dia akses maka akan muncul tampilan Halaman Utama (*Home*). *Website* memiliki 5 menu yaitu *Login*, *Register*, *About Us*, *Produk*, dan *Contact Us*. Saat pengguna memilih menu *Login*, maka pengguna akan diarahkan pada form login dan dapat melakukan *input* data berupa *e-mail* dan *password*. Setelah pengguna melakukan klik pada tombol *login*, maka sistem akan melakukan pengecekan hak akses. Jika *e-mail* dan *password* merupakan milik *admin*, maka pengguna akan diarahkan pada halaman admin dan jika *e-mail* dan *password* bukan merupakan milik admin, maka sistem akan mengecek apakah *e-mail* dan *password* merupakan milik *customer*. Jika *e-mail* dan *password* merupakan milik *customer*, maka pengguna akan diarahkan pada halaman *customer*. Namun, jika *e-mail* dan *password* salah maka pengguna akan memiliki 3 kali kesempatan untuk mengulang proses *login*, dan jika *e-mail* dan *password* yang dimasukkan sudah salah lebih dari 3 kali, maka sistem akan menawarkan *reset password* yang jika dipilih oleh pengguna akan mengeluarkan form input *e-mail* dimana pengguna akan dikirimkan *link* untuk melakukan *reset password* pada *e-mail*. Menu kedua yaitu *Register* yang jika dipilih akan mengarahkan pengguna pada halaman registrasi pengguna. Menu selanjutnya yaitu *About Us* yang akan mengarahkan pengguna pada bagian informasi mengenai perusahaan. Menu selanjutnya yaitu *Produk* yang akan mengarahkan pengguna pada pilihan produk yang dapat dilihat. Menu terakhir yaitu *Contact Us* yang akan mengarahkan pengguna pada link sosial media dan *Google Map* alamat perusahaan, serta form *feedback*.

b) Diagram Konteks

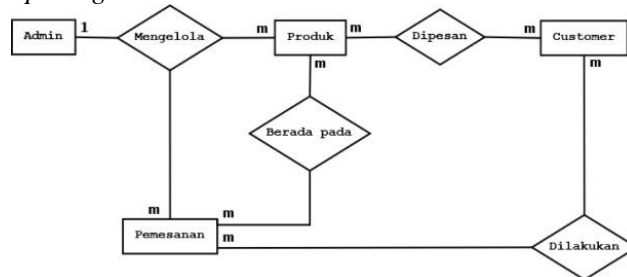
Untuk menggambarkan aliran data pada sistem (*input data* dan *output data*), digunakan Diagram Konteks untuk menggambarkan dengan lebih detail aliran data dari sistem. Diagram Konteks dari sistem adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Konteks Sistem *E-Katalog*

Dalam diagram konteks pada Gambar 2 diatas dapat dilihat terdapat dua entitas yaitu Admin dan Customer. Pada tahap ini Customer akan memasukkan data seperti e-mail dan password untuk login, data bukti pembayaran, dan lain-lain. Kemudian sistem akan memproses dan menyimpan data serta memberi info pada Customer bahwa data sudah tersimpan. Selanjutnya, Admin dapat mengakses data yang di input oleh Customer serta dapat menambah dan mengedit data lain seperti data produk berupa nama produk, harga produk, dan keterangan produk. Selanjutnya, sistem akan memberikan output bahwa data yang dimasukkan oleh Admin sudah disimpan.

c) *Entity Relationship Diagram* Sistem



Gambar 3. ERD Sistem *E-Katalog*

Dalam *ERD* pada Gambar 3 diatas, dapat dilihat bahwa terdapat empat entitas yang memiliki relasi satu sama lain. Admin memiliki relasi mengelola dengan Produk, dimana satu admin dapat mengelola banyak produk. Selanjutnya, Produk memiliki relasi berada pada Pemesanan, dimana banyak produk dapat berada pada banyak Pesanan. Kemudian Produk memiliki relasi dipesan dengan *Customer*, dimana banyak produk dapat dipesan oleh banyak *Customer*. Terakhir, Pemesanan memiliki relasi dilakukan dengan *Customer*, dimana banyak Pemesanan dapat dilakukan oleh banyak *Customer*.

2.5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian dengan kuesioner dan diperoleh data kuantitatif dari pengukuran penerimaan user terhadap *E-Katalog* sebagai media promosi. Pengukuran penerimaan user terhadap *E-Katalog* dilakukan dengan menggunakan metode Skala Likert. Metode ini sering digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap produk ataupun jasa yang telah dihasilkan [13]; dalam penelitian ini adalah *E-Katalog*. Setiap pertanyaan dalam kuesioner diberi skala 1-5 dengan kategori yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Kategori Skala Likert

Skala	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Sangat Setuju
3	Cukup
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Setelah responden mengakses web *E-Katalog* dan menjawab 22 pertanyaan pada kuesioner dengan google form, selanjutnya hasil yang telah didapat akan dijumlahkan sesuai dengan kategori pertanyaan, dimana terdapat lima kategori pertanyaan yaitu, Kualitas Informasi, Kemanfaatan Sistem, Kemudahan Akses Sistem, Tampilan Sistem, dan Penilaian Sistem Secara Keseluruhan. Hasil kuesioner yang didapatkan akan dihitung dengan Microsoft Excel dan dilakukan interpretasi dengan rumus berikut:

Y = skor tertinggi likert x jumlah pertanyaan

X = skor terendah likert x jumlah pertanyaan

Dimana Y untuk skor tertinggi skala likert yaitu 5 dan X untuk skor terendah skala likert yaitu 1. Kemudian dilakukan pencarian selisih antara harga minimum dan maksimum (Range) dengan cara:

$Range = Y - X$

Selanjutnya dilakukan pencarian rata-rata nilai dengan cara:

$Rata-rata = (Y+X)/2$

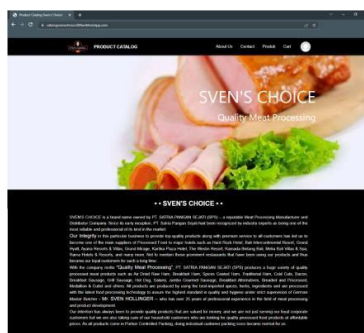
Kemudian dilakukan pencarian standar deviasi dengan rumus STDEV pada Microsoft Excel. Dan setelah didapat hasil perhitungan, data dikelompokkan menjadi tiga kelompok kategori yaitu, Buruk, Sedang, dan Baik dengan rumus COUNTIF pada Microsoft Excel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Antarmuka Sistem

Dalam penelitian ini, telah dihasilkan *E-Katalog* berbasis *web* dengan *framework* materialize CSS, yaitu sebagai berikut:

1. Antarmuka halaman *Home* pada *laptop* atau komputer.
2. Antarmuka halaman Produk pada *laptop* atau komputer.



Gambar 4. Halaman *Home* pada *laptop* / *computer*

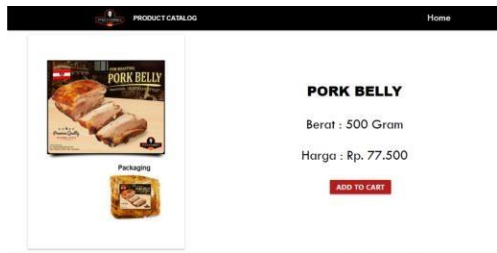
Gambar 4 menunjukkan tampilan utama atau *Home* saat pelanggan berhasil login.



Gambar 5. Halaman Produk pada *laptop* / *computer*

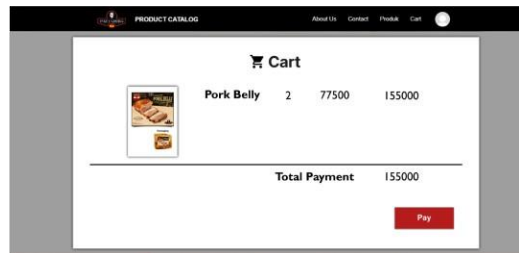
Gambar 5 menunjukkan tampilan menu Produk dengan sub menu Burger.

3. Antarmuka halaman Detail Produk pada *laptop* atau komputer.



Gambar 6. Halaman Detail Produk pada *laptop/ computer*

3. Antarmuka *Cart* pada *laptop* atau komputer.



Gambar 7. Halaman *Cart* pada *laptop/ komputer*

Gambar 6 menunjukkan tampilan halaman dari detail produk.

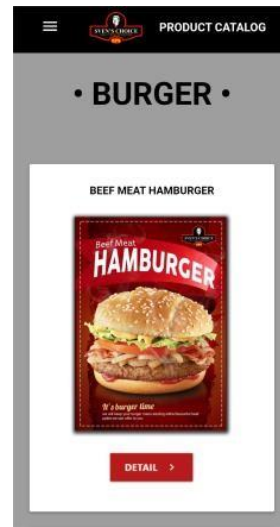
Gambar 7 menunjukkan tampilan menu *Cart* untuk pelanggan.

4. Antarmuka halaman Home pada *smartphone*.



Gambar 8. Halaman Home pada *smartphone*

6. Antarmuka halaman Produk pada *smartphone*.



Gambar 9. Halaman Produk pada *smartphone*

Gambar 8 menunjukkan tampilan utama atau *Home* saat pelanggan berhasil *login* dengan menggunakan *smartphone*.

Gambar 9 menunjukkan tampilan menu Produk dengan *sub menu* Burger pada *smartphone*, dimana *sub menu* dapat dilihat pada menu produk.

7. Antarmuka halaman Detail Produk pada *smartphone*. 8. Antarmuka halaman Cart pada *smartphone*.



Gambar 10. Halaman Detail Produk pada *smartphone*



Gambar 11. Halaman *Cart* pada *smartphone*

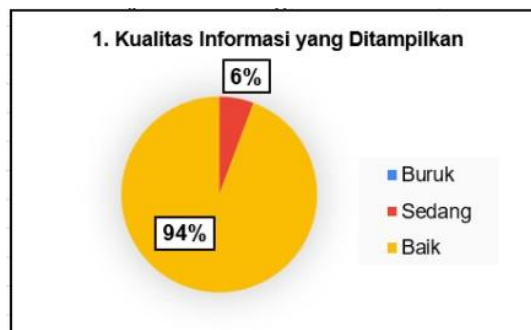
Gambar 10 diatas menunjukkan tampilan halaman dari detail produk pada *smartphone*. Detail produk dapat dilihat dengan melakukan klik pada tombol detail di halaman Produk.

Gambar 11 menunjukkan tampilan menu *Cart* pada *smartphone* untuk pelanggan.

3.2. Pengujian Sistem

Pengujian sistem dilakukan dengan metode kuesioner, yaitu dengan melakukan uji coba sistem dengan memberikan link sistem dan menyebarkan kuesioner pada 35 responden. Pengujian sistem dibagi menjadi lima kategori dan telah mendapat hasil, yaitu sebagai berikut:

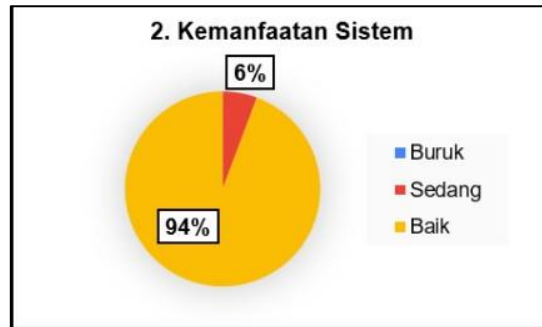
1) Pengujian Kategori Kualitas Informasi yang Ditampilkan Sistem



Gambar 12. Grafik Pengujian Kualitas Informasi yang Ditampilkan

Pada pengujian ini dilakukan pengujian apakah informasi yang disajikan dalam sistem sudah memenuhi kebutuhan pengguna atau belum. Sebanyak 0% responden menyatakan kualitas informasi buruk, 6% responden menyatakan informasi dalam sistem bersifat sedang (cukup baik), dan 94% responden menyatakan kualitas informasi baik.

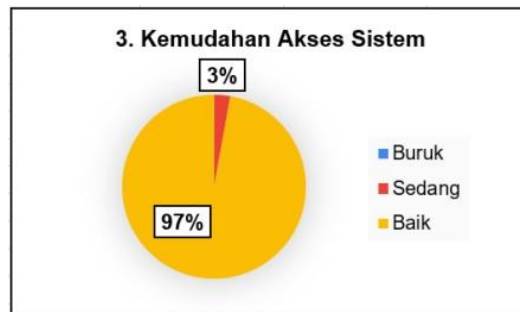
2) Pengujian Kemanfaatan Sistem



Gambar 13. Grafik Pengujian Kemanfaatan Sistem

Pada pengujian ini dilakukan pengujian apakah sistem sudah bermanfaat bagi pengguna atau belum; dalam hal ini adalah apakah sistem dapat digunakan untuk memesan produk. Sebanyak 0% responden menyatakan kemanfaatan sistem buruk, 6% responden menyatakan kemanfaatan system bersifat sedang (cukup baik), dan 94% responden menyatakan kemanfaatan sistem sudah baik.

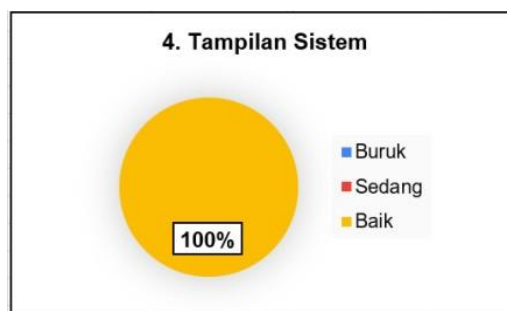
3) Pengujian Kemudahan Akses Sistem



Gambar 14. Grafik Pengujian Kemudahan Akses Sistem

Pada pengujian ini dilakukan pengujian apakah sistem mudah diakses atau belum, baik melalui PC/laptop maupun handphone. Sebanyak 0% responden menyatakan akses sistem buruk, 3% responden menyatakan akses sistem bersifat sedang (cukup baik), dan 97% responden menyatakan akses sistem sudah baik.

4) Pengujian Tampilan Sistem



Gambar 15. Grafik Pengujian Tampilan Sistem

Pada pengujian ini dilakukan pengujian apakah tampilan sistem baik jika diakses melalui PC/laptop maupun handphone. Sebanyak 0% responden menyatakan tampilan sistem buruk, 0% responden menyatakan tampilan sistem bersifat sedang (cukup baik), dan 100% responden menyatakan tampilan sistem sudah baik.

5) Pengujian Keseluruhan Sistem



Gambar 16. Grafik Pengujian Sistem Secara Keseluruhan

Pada pengujian ini dilakukan pengujian apakah keseluruhan sistem sudah baik saat dijalankan baik melalui PC/laptop maupun *handphone*. Sebanyak 0% responden menyatakan sistem buruk, 0% responden menyatakan sistem bersifat sedang (cukup baik), dan 100% responden menyatakan sistem sudah baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan pembahasan mengenai *E-Katalog* sebagai Media Promosi pada PT. Satria Pangan Sejati, yaitu telah dibangun sistem *E-Katalog* berbasis web responsif yang dengan hosting menggunakan *000webhost*. Sistem dapat diakses melalui *personal computer (PC)/ laptop* dan *handphone*. Pengujian sistem telah mendapat hasil penilaian sebanyak 94% responden menyatakan kualitas informasi yang ditampilkan sudah baik, sebanyak 94% responden menyatakan kemanfaatan sistem sudah baik, sebanyak 97% responden menyatakan kemudahan akses sistem sudah baik, 100% responden menyatakan tampilan sistem sudah baik, dan 100% responden menyatakan sistem sudah baik secara keseluruhan.

5. SARAN

Penelitian yang telah dilakukan masih memerlukan pengembangan dan pembaharuan lebih lanjut sehingga dapat memaksimalkan pelayanan oleh sistem. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran yang diajukan, yaitu diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dihasilkan versi aplikasi dari sistem *E-Katalog* ini dan diharapkan pada penelitian selanjutnya, sistem dilengkapi dengan fitur payment gateway untuk mempermudah pembayaran pesanan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Kotler and K.L. Keller, "*Defining Marketing for the 21st Century*", Marketing Management, Ed. 14. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2012, hal. 25.
- [2] C. Irawan, "*Analisis E-Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online*", Journal of Business and Banking, vol. 9, no. 2, hal. 250, 2020.

- [3] J.A. Putra dan A. Rahmanto, “*Rancang Bangun E-Catalog Guna Meningkatkan Layanan Kualitas Promosi Berbasis Web (Kasus: Bakpia Mino 904 Yogyakarta)*”, Jurnal Informasi Interaktif, vol. 5, no. 3, hal. 123, 2020.
- [4] S. Kemp, “*Digital 2022: Indonesia*”, Data Reportal, 2022.
- [5] Novianty, “*Review Konsep Responsive Design Dengan Framework Materialize Pada Website*”, Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan, vol. 2, no. 1, hal. 41-42, 2017.
- [6] P. Hidayatullah dan J.K. Kawistara, “*Pemrograman Web*”, ed. 2. Bandung: Penerbit Informatika, 2020, 3.
- [7] E. Noviana, O. Kurniaman, dan M.N. Huda, “*Pengembangan Aplikasi Bimbingan Tugas Akhir Mahasiswa Berbasis Website Pada Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP Universitas Riau*”, Jurnal Primary Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau, vol. 7, no. 1, hal. 4, 2018.
- [8] M.Y. Putra, “*Responsive Web Design Menggunakan Bootstrap Dalam Merancang Layout Website*”, Jurnal Sistem Informasi, vol. 5, no. 1, hal. 62, 2020.
- [9] Hendra, “*Perancangan Sistem Informasi Produk Katalog Berbasis Web pada CV. Eklesia Sentrum Gloria*”, Jurnal Ilmiah Core IT, vol. 9, no. 1, hal. 22-23, 2021.
- [10] A. Sutanto, B. Hartono, D. A. Diartono, H. Murti, “*Pelatihan Dasar Full-Stack Website Developer Bagi Komunitas Pembelajar Web*”, Jurnal Pengabdian Masyarakat, vol. 1, no. 1, hal. 33, 2021.
- [11] Yunus, A. Mulyana, A. Novianti, “*Sistem Penjadwalan Sidang Proyek Akhir D3 Teknologi Telekomunikasi Menggunakan Metode Sekuensial Linier Berbasis Website*”, e-Proceeding of Applied Science, vol. 5, no. 2, hal. 1764-1765, 2019.
- [12] W. Andrianti, T. H. Sinaga, E. Hadinata, “*Penerapan Framework Materialize CSS Dalam Sistem Pelayanan Dan Controlling Waralaba (Franchise) Fresh Milk Susu Ninja*”, Journal of Information Technology Research, vol. 2, no. 2, hal. 124-129, 2021.
- [13] R.A. Setyawan, W.F. Atapukan, “*Pengukuran Usability Website E- Commerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert*”, vol. 7, no. 1, hal. 56, 2018.