

Abstract

In industrial warehouse production that produces salted fish or or dried fish in the Gudang rejeki Keramat in Tanjung Balai can produce salted fish. As much as two tons a day and under certain conditions there is often fish production that accumulates in the warehouse because the processing is still using traditional methods. This method is related to food storage resilience that must be done is by accelerating the distribution of salted fish to customers, namely by utilizing information technology in marketing such as e-commerce, convenience is often an attraction such as easy access to choice of goods, ease of purchasing. Ease of payment to ease of getting goods or delivery of goods. The internet that allows store access from anywhere is one simple example of the convenience that e-commerce providers offer. Prospective buyer can now access the store from anywhere and when consumers find it easy to purchase product online, then security is compromised when making payments, including shipping goods that arrive properly, then convenience can be created. Convenience will bring customer satisfied, of course they will come back to buy online.

Keywords: salted fish commerce, e-commerce, marketing, information system design

Abstrak

Produksi gudang industri penghasil ikan asin atau ikan kering pada Gudang rejeki Keramat di Tanjung Balai dapat menghasilkan ikan asin sebanyak dua ton sehari dan dalam beberapa kondisi tertentu sering terjadi produksi ikan yang bertumpuk di dalam gudang penyimpanan dikarenakan pengolahannya masih menggunakan cara tradisional. Cara ini berkaitan dengan ketahanan penyimpanan makanan dan solusi yang harus dilakukan adalah dengan cara mempercepat penyaluran ikan asin kepada para pelanggan yaitu dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran seperti e-commerce, kemudahan sering menjadi daya Tarik seperti kemudahan mengakses pilihan barang, kemudahan dalam melakukan pembelian, kemudahan pembayaran sampai dengan kemudahan mendapatkan barang atau pengiriman barang. Internet yang memungkinkan akses toko dari mana pun adalah salah satu contoh sederhana dari kemudahan yang ditawarkan penyedia e-commerce. Calon pembeli kini bisa mengakses toko dari mana saja dan ketika konsumen merasa mudah dalam melakukan pembelian produk secara online, lalu keamanan pun terjamun ketika melakukan pembayaran termasuk pengiriman barang yang sampai dengan baik, maka kenyamanan pun bisa tercipta. Kenyamanan akan membawa kepuasan pelanggan, jika pelanggan puas, tentunya mereka akan kembali membeli secara online.

Keywords: penjualan ikan asin, e-commerce, marketing, perancangan sistem informasi

1. Pendahuluan

Gudang Rejeki Keramat yang beralamat di jalan Sekretariat Kel. Pematang Pasir Kec. Teluk Nibung Kota Tanjungbalai merupakan gudang industri penghasil produk Ikan

Asin atau ikan kering. Dalam satu hari gudang ini bisa menghasilkan ikan asin sampai dua ton sehari. Dalam kondisi tertentu produksi ikan bisa bertumpuk di penyimpanan gudang ini.

Ikan asin yang diolah di gudang ini masih menggunakan cara tradisional dalam pengolahannya menambahkan beberapa bahan alami seperti garam dan tawas dalam pengawetannya dan menggunakan sinar matahari. Cara seperti ini bisa mengakibatkan ketahanan simpan berkurang [1]. Seperti halnya produk berbahan dasar ikan, ketahanan penyimpanan di suhu ruang sangat rendah [2]. Oleh karena itu salah satu solusi yang dilakukan adalah mempercepat penyaluran ikan asin ke tangan pelanggan atau pembeli. Sehingga ikan tersebut diterima oleh pelanggan atau pembeli sebelum masa kadaluarsanya. Selain itu, ikan asin merupakan produk yang cukup digemari oleh Indonesia [3].

Salah satu cara untuk mempercepat penjualan menggunakan teknologi informasi. Salah satu teknologi informasi dalam pemasaran adalah e-commerce. e-commerce digunakan sebagai penghubung dalam transaksi penjualan. selain itu e-commerce mampu menurunkan biaya operasional penjualan, melebarkan jangkauan penjualan. e-commerce juga mempermudah pencatatan transaksi [4].

e-commerce merupakan sebuah aplikasi menggunakan vasilites elektronik yang memuat pertukaran informasi melalui jaringan global tentang produk/layanan, transaksi jual dan beli. Dengan adanya e-commerce, keinginan perusahaan, konsumen, manajemen dalam memangkas service cost ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan bisa dipangkas. [5][6].

Keuntungan – keuntungan e-commerce yaitu terbukanya aliran pendapatan baru (revenue stream) yang lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistim transaksi tradisional, meningkatkan market exposure, menurunkan biaya operasional (operating cost), melebarkan jangkauan (global reach), meningkatkan kesetiaan pelanggan (customer loyalty), meningkatkan manajemen pemasok (supplier management), memperpendek waktu produksi dan meningkatkan rantai nilai (value chain)[7].

Manfaat yang dapat diperoleh dari e-commerce bagi organisasi menurut Suyanto (2003:50) dalam [7] adalah: Memperluas market place hingga ke pasar nasional dan internasional; Menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas; Memungkinkan pengurangan inventory dan overhead dengan menyederhanakan supply chain dan management tipe “pull”; Mengurangi waktu antara outlay modal dan penerimaan produk dan jasa; Mendukung upaya-upaya business process reengineering; Memperkecil biaya telekomunikasi; Akses informasi lebih cepat. Selain mempunyai manfaat bagi perusahaan, menurut Suyanto e-commerce juga mempunyai manfaat bagi konsumen, yaitu: Memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi dengan menggunakan fasilitas Wi-Fi; Memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan; Pengiriman menjadi sangat cepat; Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu; Memberi tempat bagi para pelanggan lain di electronic community dan bertukar pikiran serta pengalaman; Memudahkan persaingan yang ada pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial[7]. Selain manfaat terhadap organisasi, konsumen e-commerce juga mempunyai manfaat bagi masyarakat, antara lain: Memungkinkan orang untuk bekerja di dalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja sehingga menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara; Memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga lebih rendah; Memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa e-commerce. Manfaat yang dirasakan perusahaan khususnya untuk kepentingan pelanggan memperlihatkan bahwa ecommerce dapat memberikan manfaat : 1. Mendapatkan pelanggan baru. Studi yang

menyebutkan bahwa manfaat penggunaan e-commerce dalam bisnis adalah mendapatkan pelanggan baru dikemukakan oleh Hamill dan Gregory, 1997 dan Swatman, 1999 serta Hoffman dan Novak, 2000. Digunakannya e-commerce memungkinkan perusahaan tersebut mendapatkan pelanggan baru baik itu yang berasal dari pasar domestik maupun pasar luar negeri. 2. Menarik konsumen untuk tetap bertahan. Studi yang dilakukan oleh Daniel & Storey, 1997 di industri perbankan menemukan bahwa dengan adanya layanan e-banking membuat nasabah tidak berpindah ke bank lain. Selain itu bank juga akan mendapatkan pelanggan baru yang berasal dari bank-bank yang bertahan dengan teknologi lama. 3. Meningkatkan mutu layanan. Dengan adanya e-commerce memungkinkan perusahaan dapat meningkatkan layanan dengan melakukan interaksi yang lebih personal sehingga dapat memberikan informasinya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Studi yang menyebutkan bahwa penggunaan e-commerce dapat bermanfaat untuk meningkatkan mutu layanan ini dikemukakan oleh Gosh, 1998 4. Melayani konsumen tanpa batas waktu. Studi yang dilakukan oleh Daniel & Storey, 1997 menemukan bahwa adanya pelanggan dapat melakukan transaksi dan memanfaatkan layanan suatu perusahaan tanpa harus terikat dengan waktu tutup ataupun buka dari suatu perusahaan tersebut [7].

2. Metodologi penelitian

2.1. Metode Penelitian

Penelitian Pengembangan Sistem yang dilakukan merupakan jenis Penelitian Terapan (*Applied Research*). Hasil penelitian dapat langsung diterapkan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi. Dalam penelitian ini akan menerapkan teori analisis sistem dengan pendekatan berorientasi obyek, diimplementasikan menggunakan pemograman web dengan farmwork ci dan basis data my sql.

2.2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1). Metode Wawancara, Wawancara dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian. Teknik wawancara dilakukan dengan wawancara berstruktur. Dalam wawancara tersebut peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan prototipe. Pertanyaan-pertanyaan untuk mendapatkan data yang terkait dengan sistem yang sedang berjalan saat ini; 2). Metode Observasi, Observasi atau pengamatan langsung terhadap profil organisasi dan obyek penelitian. Teknik observasi dilakukan dengan observasi berstruktur dengan menyiapkan daftar kebutuhan data dan sumber data. Proses observasi dilakukan untuk mempelajari, tujuan dan struktur organisasi, proses bisnis dan kebijakan sistem informasi yang telah ada di Gudang ini; 3). Metode Studi Pustaka, Metode pengumpulan data yang diperoleh dengan mempelajari, meneliti, dan membaca buku, jurnal, skripsi, tesis yang berhubungan dengan pengembangan sistem.

2.3. Metode Pengembangan Sistem Informasi

Metode yang digunakan pada sistem ini adalah *prototype*. Hal tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan pemahaman beberapa sumber data terhadap perancangan sistem informasi. Sehingga sistem informasi berorientasi pengguna bisa dirampungkan dengan baik. Pada proses perancangan, teknik perancangan yang dilakukan adalah 1). Desain dimodelkan aplikasi dengan *Usecase Diagram* dan *Class Diagram*. 2) implementasi menggunakan pemograman web dengan framework ci3.

2.3. Analisis Data dan Sistem

Berdasarkan data disimpulkan aliran Sistem informasi berjalan meliputi rangkaian kerja: 1) Kepala kerja mencatat ikan asin yang merupakan hasil produksi; 2) Konsumen/pelanggan menanyakan ketersediaan ikan asin setelah itu menyampaikan pesanan pada pekerja secara langsung atau via telfon; 3) Pekerja mencatat pesanan pada faktur penjualan; 4) Pekerja mengecek pembayaran jika ditransfer melalui bank ataupun tunai, lalu mempacking ataupun pesanan konsumen/pelanggan, dan mengirimkan sesuai dengan pesanan pelanggan bersama faktur penjualan; 5) Kepala pekerja merekap semua faktur penjualan pada sebuah buku besar; 6) Pemilik melihat laporan penjualan dari buku besar untuk diproses selanjutnya

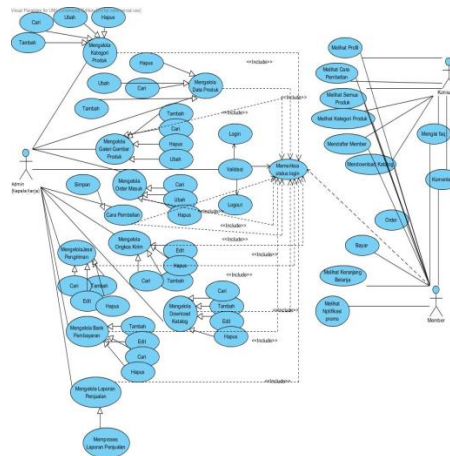
Dari sistem lama yang sedang berjalan, peneliti menemukan masih banyak kekurangan yang ada. Dari analisis sistem berjalan tersebut dapat dilihat bahwa gudang tersebut belum tersentuh teknologi informasi dalam pengolahan data, terutama data penjualan. Dengan demikian, gudang ini juga belum memanfaatkan *internet* sebagai media promosi dan penjualan serta pemesanan secara *online* atau pemasaran yang dilakukan masih konvensional, keterbatasan informasi melalui sms dan dari mulut ke mulut, terbatasnya jangkauan wilayah promosi, penjualan produk yang kurang optimal dan lambatnya penanganan terhadap proses penjualan

Analisis kebutuhan sistem meliputi analisis terhadap segala kebutuhan yang terkait dengan perangkat lunak yang akan dikembangkan, termasuk di dalamnya kegunaan dan batasan perangkat lunak agar dapat sesuai dengan kebutuhan dari pengguna (user). Analisis kebutuhan dilaksanakan dengan cara wawancara terhadap pemilik dan beberapa pihak terkait di Gudang rejeki keramat. Selain itu, analisis kebutuhan juga dilakukan dengan mencari informasi dengan studi literatur mengenai perangkat keras maupun perangkat lunak yang dapat menjalankan aplikasi. Hasil dari analisis kebutuhan berupa spesifikasi perangkat dan kebutuhan software yang dibutuhkan dalam pengembangan perangkat lunak. Sistem yang dirancang ini dapat digunakan oleh pengguna atau *User* yang memiliki hak akses tersendiri seperti bagian lanangan, kepala kerja, pemilik. Pada gudang rejeki keramat. Analisis pengguna atau *User* sebagai berikut: Kepala Kerja, Pemilik, Pelanggan, Konsumen.

Berdasarkan analisis tersebut, permasalahan ditanggulangi dengan sistem informasi baru. Sehingga seluruh pengolahan data penjualan pada gudang rejeki kramat bisa ditangani dengan cepat. Seluruh desain yang ada dalam sistem informasi akan diterapkan menggunakan pemrograman web. Dengan demikian seluruh lapisan yang terlibat dalam sistem informasi penjualan ini bisa lebih dinamis. Selain itu, pelanggan bisa mengaksesnya dari dimanapun dan kapanpun. Aliran sistem informasi baru dapat dijabarkan secara rinci melalui keterangan berikut: 1) Kepala kerja menginputkan stok ikan asin yang merupakan hasil produksi; 2) Konsumen/*member* (*pelanggan*) mengunjungi website, kemudian melihat-lihat ketersediaan; 3) produk ikan asin yang diinginkan; 4) Jika konsumen/*member* ingin membeli ikan asin, maka Konsumen/*member* harus mengorder produk dengan memilih *link* beli; 5) Setelah produk yang diinginkan telah diorder, produk akan masuk kekeanjang belanja dan apabila selesai belanja, Konsumen/*member* akan diarahkan ke *form* pendaftaran *member*; 6) Setelah selesai mendaftar dan menjadi *member*, Konsumen/*member* dapat *login* untuk melihat data orderan di *form* orderan; 7) Kemudian Konsumen/*member* memilih *link* selesai belanja dan selanjutnya melakukan transaksi pembayaran ke rekening yang disarankan; 8) Lalu kepala kerja melihat daftar orderan dan mencetak daftar orderan serta mengecek rekening untuk melihat Konsumen/*member* yang telah membayar dan menandai data orderan. Lalu mencetak kwitansi dua rangkap dan memberikan kwitansi yang sudah ditanda tangani tersebut kepada pekerja agar melakukan packing sesuai dengan kwitansi dan mengirimkannya kepada konsumen/*member*; 9) Jasa Pengiriman membuat tanda terima untuk diberikan ke kepala kerja dan Konsumen/*member*. Kemudian Jasa Pengiriman mengirimkan barang beserta tanda

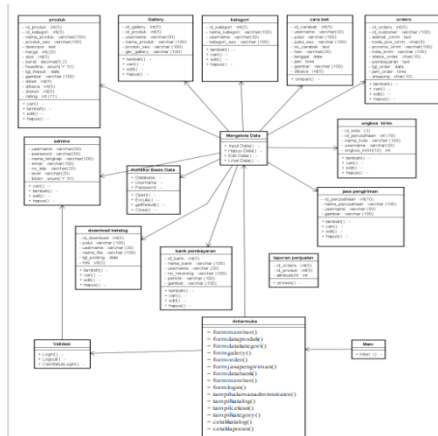
3. Hasil Dan Pembahasan

3.1. Desain Sistem

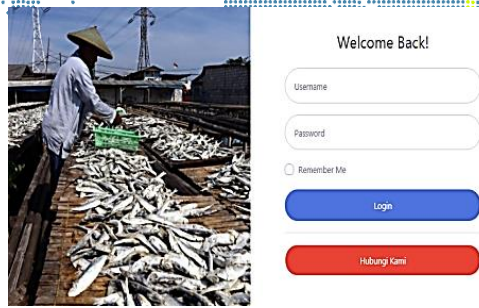
[illegible]

The diagram illustrates the relationship between the five domains of the ICD-10 classification and the DSM-5. The five domains are listed in boxes at the top, with arrows pointing down to a single box at the bottom labeled 'DSM-5'.

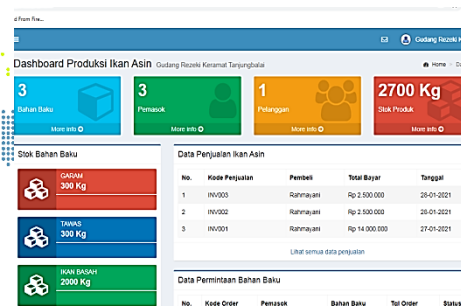
- personality**
 - 24. personality (F00)
 - 25. personality (F01)
 - 26. personality (F02)
 - 27. personality (F03)
 - 28. personality (F04)
 - 29. personality (F05)
 - 30. personality (F06)
 - 31. personality (F07)
 - 32. personality (F08)
 - 33. personality (F09)
 - 34. personality (F10)
 - 35. personality (F11)
 - 36. personality (F12)
 - 37. personality (F13)
 - 38. personality (F14)
 - 39. personality (F15)
 - 40. personality (F16)
 - 41. personality (F17)
 - 42. personality (F18)
 - 43. personality (F19)
 - 44. personality (F20)
 - 45. personality (F21)
 - 46. personality (F22)
 - 47. personality (F23)
 - 48. personality (F24)
 - 49. personality (F25)
 - 50. personality (F26)
 - 51. personality (F27)
 - 52. personality (F28)
 - 53. personality (F29)
 - 54. personality (F30)
 - 55. personality (F31)
 - 56. personality (F32)
 - 57. personality (F33)
 - 58. personality (F34)
 - 59. personality (F35)
 - 60. personality (F36)
 - 61. personality (F37)
 - 62. personality (F38)
 - 63. personality (F39)
 - 64. personality (F40)
 - 65. personality (F41)
 - 66. personality (F42)
 - 67. personality (F43)
 - 68. personality (F44)
 - 69. personality (F45)
 - 70. personality (F46)
 - 71. personality (F47)
 - 72. personality (F48)
 - 73. personality (F49)
 - 74. personality (F50)
 - 75. personality (F51)
 - 76. personality (F52)
 - 77. personality (F53)
 - 78. personality (F54)
 - 79. personality (F55)
 - 80. personality (F56)
 - 81. personality (F57)
 - 82. personality (F58)
 - 83. personality (F59)
 - 84. personality (F60)
 - 85. personality (F61)
 - 86. personality (F62)
 - 87. personality (F63)
 - 88. personality (F64)
 - 89. personality (F65)
 - 90. personality (F66)
 - 91. personality (F67)
 - 92. personality (F68)
 - 93. personality (F69)
 - 94. personality (F70)
 - 95. personality (F71)
 - 96. personality (F72)
 - 97. personality (F73)
 - 98. personality (F74)
 - 99. personality (F75)
 - 100. personality (F76)
 - 101. personality (F77)
 - 102. personality (F78)
 - 103. personality (F79)
 - 104. personality (F80)
 - 105. personality (F81)
 - 106. personality (F82)
 - 107. personality (F83)
 - 108. personality (F84)
 - 109. personality (F85)
 - 110. personality (F86)
 - 111. personality (F87)
 - 112. personality (F88)
 - 113. personality (F89)
 - 114. personality (F90)
 - 115. personality (F91)
 - 116. personality (F92)
 - 117. personality (F93)
 - 118. personality (F94)
 - 119. personality (F95)
 - 120. personality (F96)
 - 121. personality (F97)
 - 122. personality (F98)
 - 123. personality (F99)
 - 124. personality (F00)
 - 125. personality (F01)
 - 126. personality (F02)
 - 127. personality (F03)
 - 128. personality (F04)
 - 129. personality (F05)
 - 130. personality (F06)
 - 131. personality (F07)
 - 132. personality (F08)
 - 133. personality (F09)
 - 134. personality (F10)
 - 135. personality (F11)
 - 136. personality (F12)
 - 137. personality (F13)
 - 138. personality (F14)
 - 139. personality (F15)
 - 140. personality (F16)
 - 141. personality (F17)
 - 142. personality (F18)
 - 143. personality (F19)
 - 144. personality (F20)
 - 145. personality (F21)
 - 146. personality (F22)
 - 147. personality (F23)
 - 148. personality (F24)
 - 149. personality (F25)
 - 150. personality (F26)
 - 151. personality (F27)
 - 152. personality (F28)
 - 153. personality (F29)
 - 154. personality (F30)
 - 155. personality (F31)
 - 156. personality (F32)
 - 157. personality (F33)
 - 158. personality (F34)
 - 159. personality (F35)
 - 160. personality (F36)
 - 161. personality (F37)
 - 162. personality (F38)
 - 163. personality (F39)
 - 164. personality (F40)
 - 165. personality (F41)
 - 166. personality (F42)
 - 167. personality (F43)
 - 168. personality (F44)
 - 169. personality (F45)
 - 170. personality (F46)
 - 171. personality (F47)
 - 172. personality (F48)
 - 173. personality (F49)
 - 174. personality (F50)
 - 175. personality (F51)
 - 176. personality (F52)
 - 177. personality (F53)
 - 178. personality (F54)
 - 179. personality (F55)
 - 180. personality (F56)
 - 181. personality (F57)
 - 182. personality (F58)
 - 183. personality (F59)
 - 184. personality (F60)
 - 185. personality (F61)
 - 186. personality (F62)
 - 187. personality (F63)
 - 188. personality (F64)
 - 189. personality (F65)
 - 190. personality (F66)
 - 191. personality (F67)
 - 192. personality (F68)
 - 193. personality (F69)
 - 194. personality (F70)
 - 195. personality (F71)
 - 196. personality (F72)
 - 197. personality (F73)
 - 198. personality (F74)
 - 199. personality (F75)
 - 200. personality (F76)
 - 201. personality (F77)
 - 202. personality (F78)
 - 203. personality (F79)
 - 204. personality (F80)
 - 205. personality (F81)
 - 206. personality (F82)
 - 207. personality (F83)
 - 208. personality (F84)
 - 209. personality (F85)
 - 210. personality (F86)
 - 211. personality (F87)
 - 212. personality (F88)
 - 213. personality (F89)
 - 214. personality (F90)
 - 215. personality (F91)
 - 216. personality (F92)
 - 217. personality (F93)
 - 218. personality (F94)
 - 219. personality (F95)
 - 220. personality (F96)
 - 221. personality (F97)
 - 222. personality (F98)
 - 223. personality (F99)
 - 224. personality (F00)
 - 225. personality (F01)
 - 226. personality (F02)
 - 227. personality (F03)
 - 228. personality (F04)
 - 229. personality (F05)
 - 230. personality (F06)
 - 231. personality (F07)
 - 232. personality (F08)
 - 233. personality (F09)
 - 234. personality (F10)
 - 235. personality (F11)
 - 236. personality (F12)
 - 237. personality (F13)
 - 238. personality (F14)
 - 239. personality (F15)
 - 240. personality (F16)
 - 241. personality (F17)
 - 242. personality (F18)
 - 243. personality (F19)
 - 244. personality (F20)
 - 245. personality (F21)
 - 246. personality (F22)
 - 247. personality (F23)
 - 248. personality (F24)
 - 249. personality (F25)
 - 250. personality (F26)
 - 251. personality (F27)
 - 252. personality (F28)
 - 253. personality (F29)
 - 254. personality (F30)
 - 255. personality (F31)
 - 256. personality (F32)
 - 257. personality (F33)
 - 258. personality (F34)
 - 259. personality (F35)
 - 260. personality (F36)
 - 261. personality (F37)
 - 262. personality (F38)
 - 263. personality (F39)
 - 264. personality (F40)
 - 265. personality (F41)
 - 266. personality (F42)
 - 267. personality (F43)
 - 268. personality (F44)
 - 269. personality (F45)
 - 270. personality (F46)
 - 271. personality (F47)
 - 272. personality (F48)
 - 273. personality (F49)
 - 274. personality (F50)
 - 275



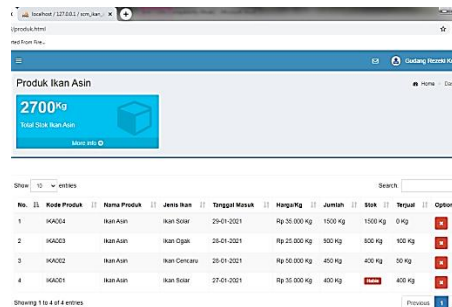
Setelah dil



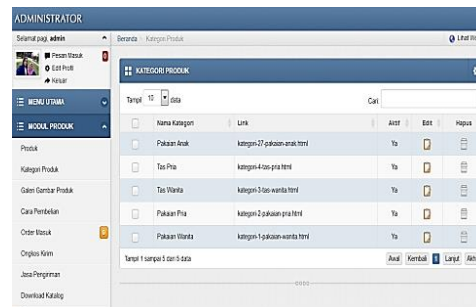
Gambar 3. Menu Login



Gambar 4. Menu Utama Admin



Gambar 5. Menu Penjualan Ikan Asin



Gambar 6. Tampilan Halaman Kategori Produk

3.3. Pengujian

Proses implementasi sistem selesai, dihasilkan sebuah program sistem informasi yang siap digunakan. Sebelum itu diperlukan pengujian untuk menguji kemampuan dari program. Tujuan utama dari tahapan ini adalah untuk memastikan bahwa elemen dari sistem telah berfungsi sesuai dengan yang diharapkan. Apabila sistem yang telah dibuat masih dianggap kurang layak, maka harus dilakukan perbaikan agar sistem yang dibuat lengkap dan akurat. Sistem yang telah diperbaiki itu, akan diuji kembali sampai benar-benar siap untuk digunakan.

3.4. Hasil

Dari hasil implementasi dan pengujian hasil dapat dijelaskan bahwa sistem yang dirancang pada Gudang Rejeki Keramat merupakan sistem yang memberikan kemudahan kepada pekerja dalam proses pengolahan data, seperti penginputan data produk, kategori produk, dan pencetakan laporan. Begitu juga bagi konsumen/*member*, dapat memilih produk dan melakukan pemesanan produk secara cepat. Selain itu dengan adanya fasilitas *faq*, konsumen/*member* dapat dengan mudah mengajukan pertanyaan tentang produk dan memperoleh jawaban langsung dari admin/karyawan, sehingga konsumen/*member* dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Seluruh kebutuhan penjualan telah terintegrasi dalam sistem penjualan ini. Dari sisi antarmuka sistem sudah bersifat dinamis. Selain itu penyajian antarmuka juga menarik. Setelah dihosting sistem bisa difungsikan secara online. Seluruh user bisa terkoneksi ke sistem. Sistem juga mampu mempermudah hampir seluruh pengelolaan data dan berkas penjualan. Secara garis besar sistem sudah mampu menangani kelebihan-kelambahan yang ada pada sistem informasi berjalan.



4. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas diambil kesimpulan berupa:

- a) Pada sistem informasi pemasaran yang sedang berjalan masih terdapat kelemahan-kelemahan terutama pada proses penyampaian informasi promosi.
- b) Dengan menggunakan sistem terkomputerisasi yang terhosting ke jaringan *internet* maka proses penyimpanan data dapat lebih akurat dan tersimpan rapi, serta proses penyampaian informasi promosi dapat lebih cepat dan respon terhadap penjualan pun akan lebih cepat.
- c) Sistem yang diusulkan adalah sistem yang telah memenuhi kebutuhan dan mempunyai keunggulan yaitu terintegrasi dengan sistem yang berkaitan dengan pemasaran dan penjualan.
- d) Dengan penerapan teknologi ini memudahkan informasi dalam bentuk kegunaan visual ini lebih menarik dan lebih cepat.

Daftar Pustaka

- [1] D. Siregar et al., *Technopreneurship: Strategi dan Inovasi*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- [2] R. I. Wardani, S. A. Mulasari, F. Kesehatan, M. Universitas, and A. Dahlan, “Kawasan Pantai Teluk Penyu Kabupaten Cilacap,” vol. 10, no. 1, pp. 15–24, 2016.
- [3] M. Produk, T. Stolephorus, and P. Buru, “Imelda Krisanta Enda Savitri *, Bernita Silaban , R . B . D . Sormin Closed Sun Dryer,” vol. 21, pp. 543–548, 2018.
- [4] S. Wahyuni, B. Mesra, A. Lubis, and S. Batubara, “Pendahuluan Bagan Deli adalah salah satu Bagan Deli khususnya UKM Desi,” vol. 8, no. 1, pp. 89–94, 2019.
- [5] R. R. Rerung, *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Deepublish, 2018.
- [6] D. Yadewani and R. Wijaya, “Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha,” *J. RESTI (Rekayasa Sist. dan Teknol. Informasi)*, vol. 1, no. 1, p. 64, 2017, doi: 10.29207/resti.v1i1.6.
- [7] R. Rahmidani, “Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan,” *J. SNEMA-Padang-Indonesia*, no. c, pp. 345–352, 2015, [Online]. Available: [http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahan/26_Rose_Rahmidani_\(hal_344-352\)_0.pdf](http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahan/26_Rose_Rahmidani_(hal_344-352)_0.pdf).