

Rancang Bangun Sistem Informasi Digital Marketing Pada KOHAN_YA (Konveksi Hans Jaya)

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
SIDOARJO



Oleh:
Ilham Rizky Almahdi– 181080200070
Dosen Pembimbing
Dr. Hindarto, S.Kom., MT

PROGRAM STUDY INFORMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO
MEI, 2025



www.umsida.ac.id



[umsida1912](#)



[umsida1912](#)



[universitas
muhammadiyah
sidoarjo](#)



[umsida1912](#)

Pendahuluan

Meskipun perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi signifikan dalam dunia usaha, pelaku UMKM di sektor konveksi seperti Konveksi Hansjaya masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Digital marketing, yang mengandalkan internet sebagai media utama untuk membangun relasi antara produsen dan konsumen, memungkinkan perluasan jangkauan pasar, komunikasi interaktif, analisis perilaku konsumen, dan efisiensi biaya promosi. Integrasi sistem informasi berbasis web dengan strategi digital marketing menjadi solusi strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM. Salah satu implementasi nyatanya adalah penggunaan website sebagai media promosi dan pemesanan produk. Namun, Kohanya masih mengandalkan promosi konvensional dan pemesanan langsung, sehingga membatasi potensi pasar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan dengan judul "**Rancang Bangun Sistem Informasi Digital Marketing pada KOHAN_YA (Konveksi Hans Jaya)**", dengan tujuan mengembangkan sistem berbasis web yang mengintegrasikan strategi digital marketing sebagai media informasi dan pemesanan, guna menunjang efisiensi operasional serta pertumbuhan bisnis UMKM secara berkelanjutan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Bagaimana merancang sistem informasi berbasis web yang mampu mendukung strategi digital marketing pada UMKM Konveksi Hansjaya?
- Apa saja fitur dan komponen yang diperlukan dalam sistem agar dapat memfasilitasi promosi produk serta pemesanan secara daring secara efektif dan efisien?
- Bagaimana efektivitas sistem informasi yang dikembangkan dalam meningkatkan jangkauan pemasaran dan efisiensi operasional Konveksi Hansjaya?

Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memberikan solusi digital yang aplikatif bagi UMKM Konveksi Hansjaya dalam menghadapi keterbatasan promosi dan pemesanan produk secara konvensional, melalui pemanfaatan teknologi informasi berbasis web yang terintegrasi dengan strategi digital marketing.

Tujuan dari penelitian ini secara khusus adalah sebagai berikut:

- Merancang dan membangun sistem informasi berbasis web yang mendukung pelaksanaan strategi digital marketing pada UMKM Konveksi Hansjaya.
- Menyediakan fitur sistem yang memudahkan pengguna dalam mengakses informasi produk, melakukan pemesanan secara daring, dan memperluas jangkauan promosi melalui integrasi media sosial.
- Menguji dan mengevaluasi kinerja sistem terhadap fungsionalitas, tampilan, serta respon pengguna sebagai indikator keberhasilan penerapan sistem informasi dalam mendukung kegiatan promosi dan operasional usaha.

Metode

Untuk mendapatkan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam Penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam merancang sistem yang akan dikembangkan. Adapun beberapa metode yang dipakai antara lain sebagai berikut

1. Wawancara, Dilakukan dengan pemilik Konveksi Hansjaya secara langsung untuk memperoleh informasi terkait kegiatan operasional, kendala dalam promosi, dan kebutuhan terhadap sistem yang akan dikembangkan.
2. Observasi, Pengamatan dilakukan secara langsung di lokasi usaha guna memahami alur kerja dan media promosi yang selama ini digunakan.
3. Dokumentasi, Data dikumpulkan dari berbagai dokumen seperti brosur, foto aktivitas usaha, arsip pemesanan, serta materi promosi yang relevan untuk digunakan sebagai referensi perancangan sistem.
4. Studi pustaka, aktivitas pengumpulan data atau informasi dari sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian.

Flowchart Sistem

Flowmap Sistem Usulan

Flowchart digunakan untuk memetakan logika dan urutan proses dalam sistem informasi yang dikembangkan. Diagram ini berguna dalam menjelaskan hubungan antarproses secara terstruktur dan memudahkan pemahaman sistem oleh pengguna maupun pengembang. Flowchart mencakup alur pengguna umum dan admin dengan jalur proses yang sesuai dengan hak akses masing-masing.

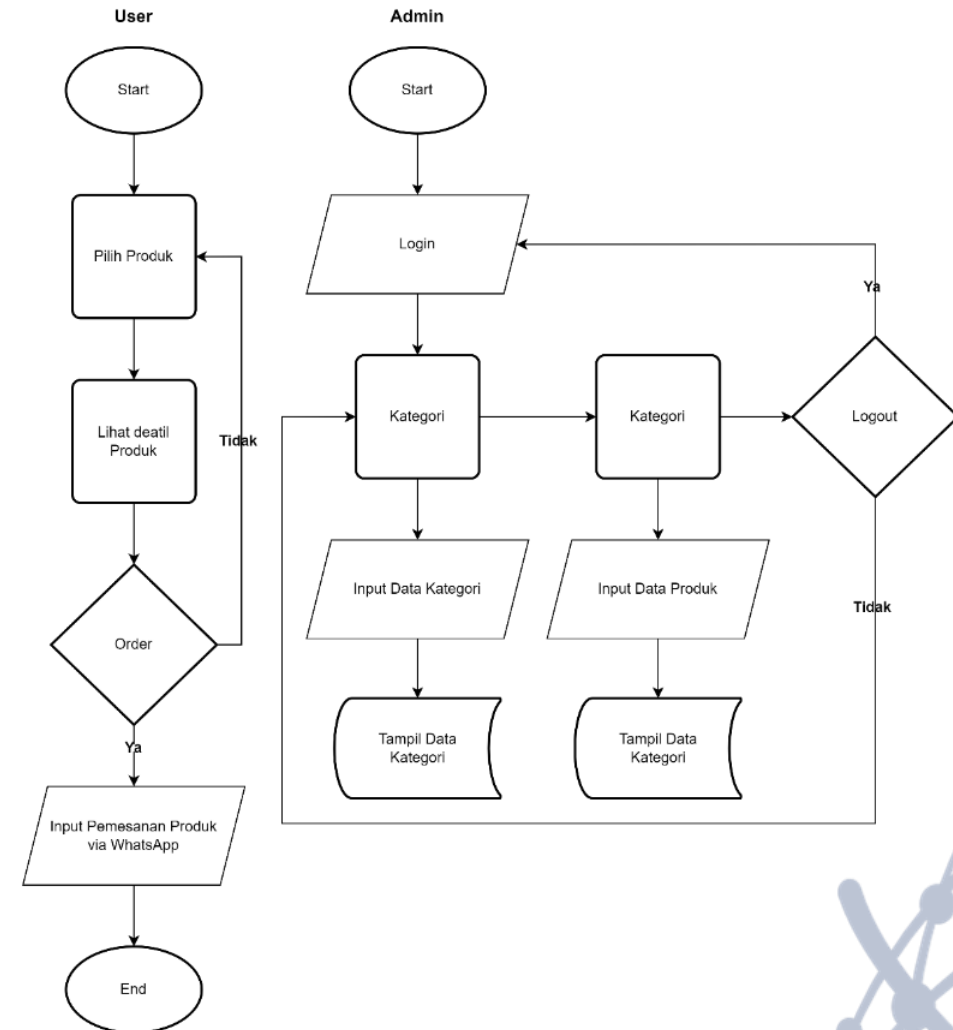
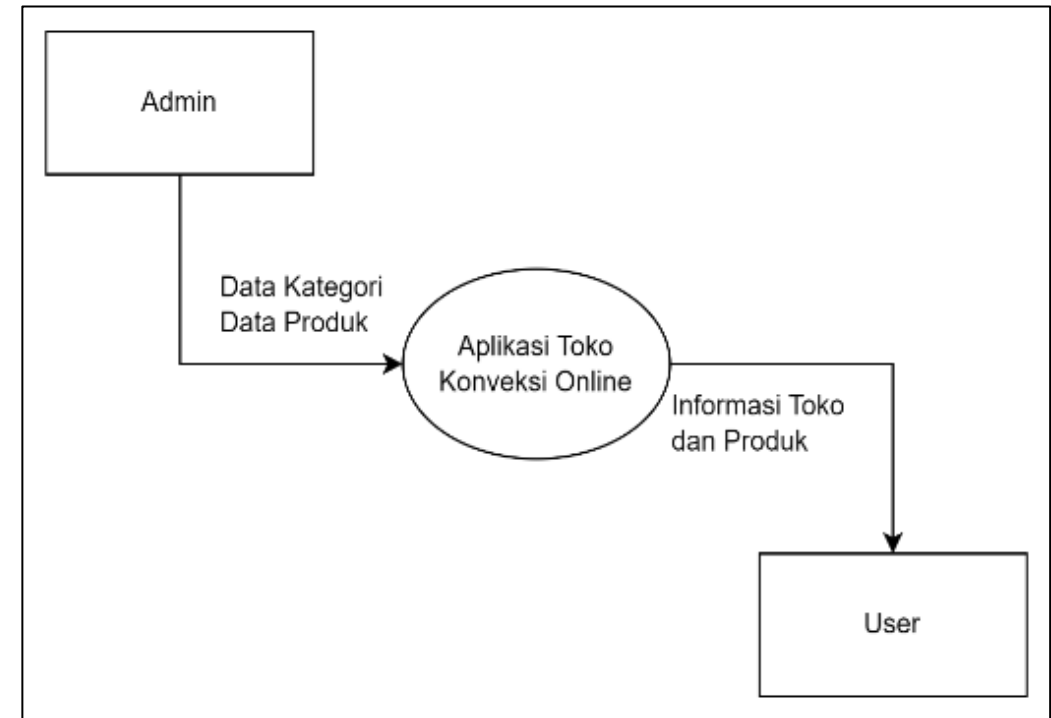


Diagram Konteks

DFD Level 0

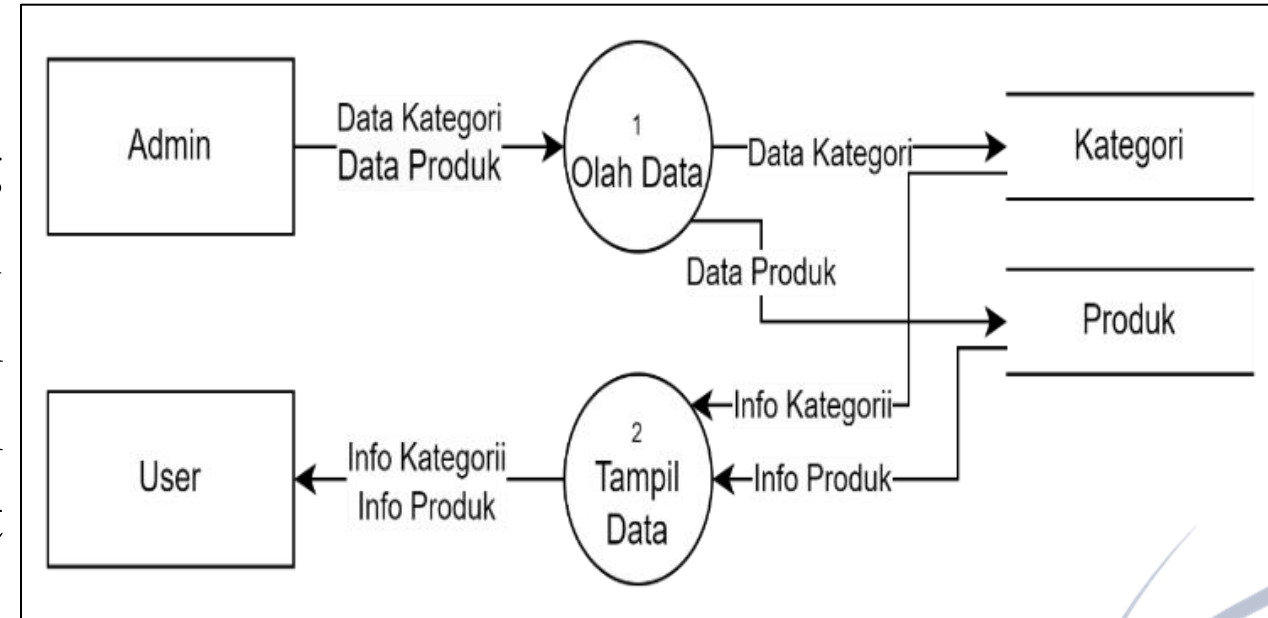
Pada diagram konteks, setiap aliran data yang masuk ke proses ditampilkan secara jelas. Sistem ini dijalankan oleh dua entitas, yaitu admin dan pelanggan, yang masing-masing memiliki data input dan output. Gambar berikut menggambarkan detail tersebut.



DFD Level 1

DFD Level 1

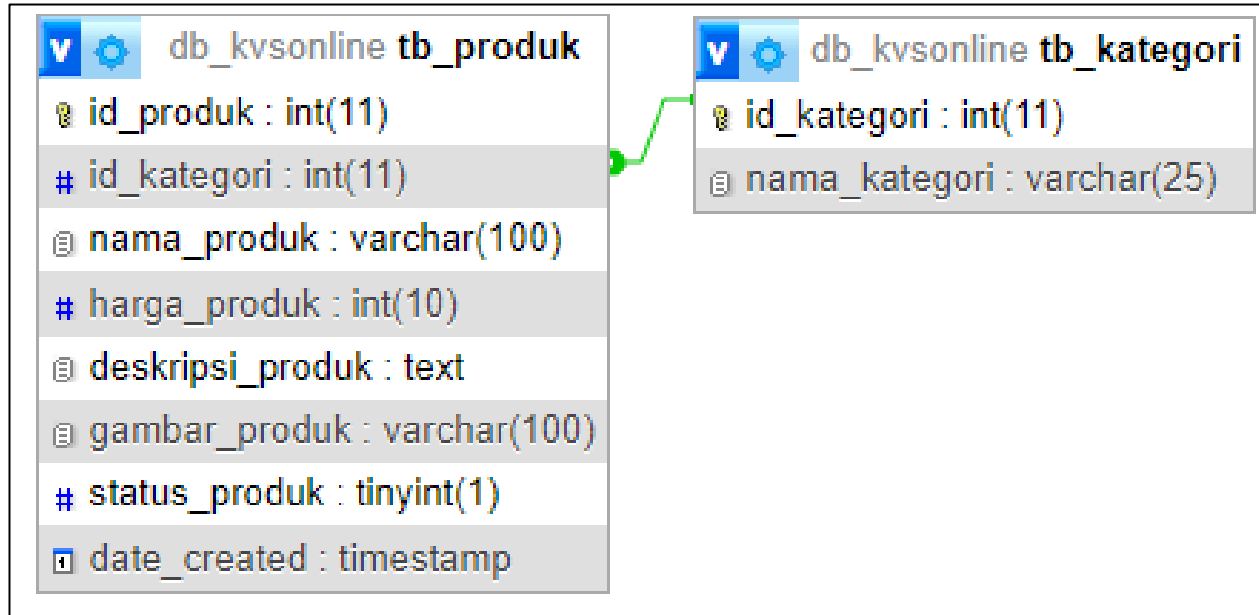
Merupakan perluasan dari diagram konteks. Pada DFD level 1, terdapat tiga entitas yang terlibat, yaitu admin, customer, dan bukti pembayaran. Masing-masing dengan aliran data mereka sendiri. Setiap aliran data akan disimpan ke dalam database. Gambar berikut merupakan DFD level 1.



ERD

ERD (Entity Relationship Diagram)

Himpunan entitas dan himpunan relasi yang membentuk struktur dasar sistem informasi. Setiap entitas mewakili objek nyata dalam sistem, sedangkan relasi menunjukkan hubungan antar entitas tersebut. Gambar berikut memperlihatkan diagram hubungan antar entitas dalam sistem yang sedang dianalisis.

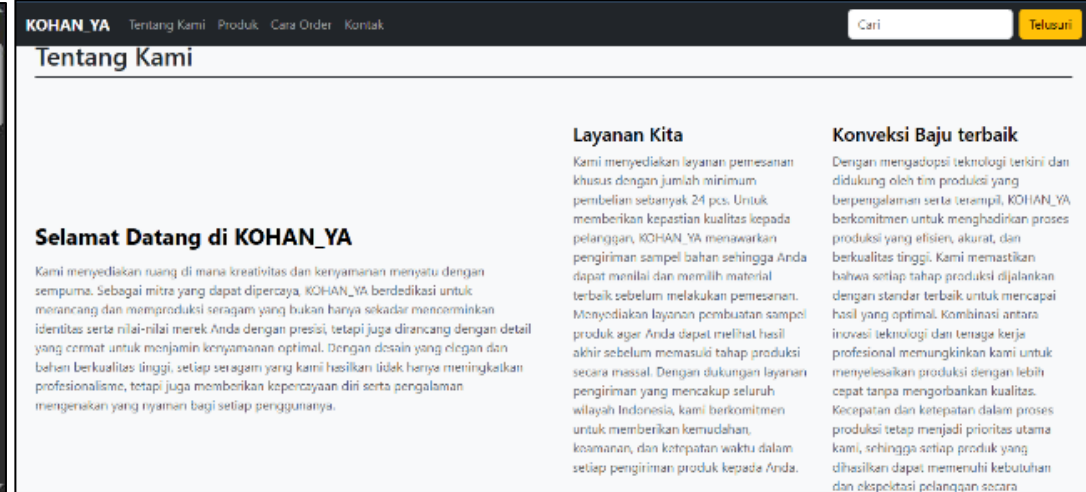
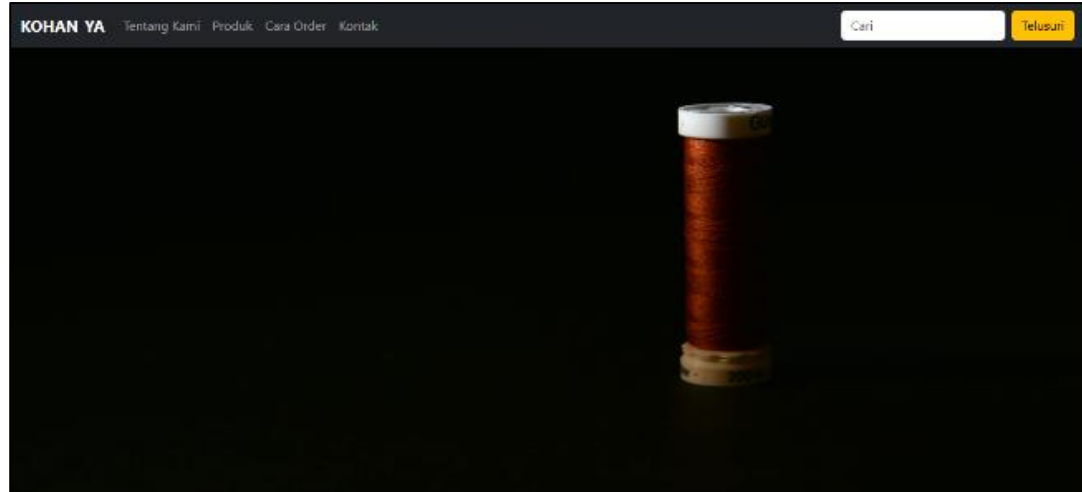


User Interface

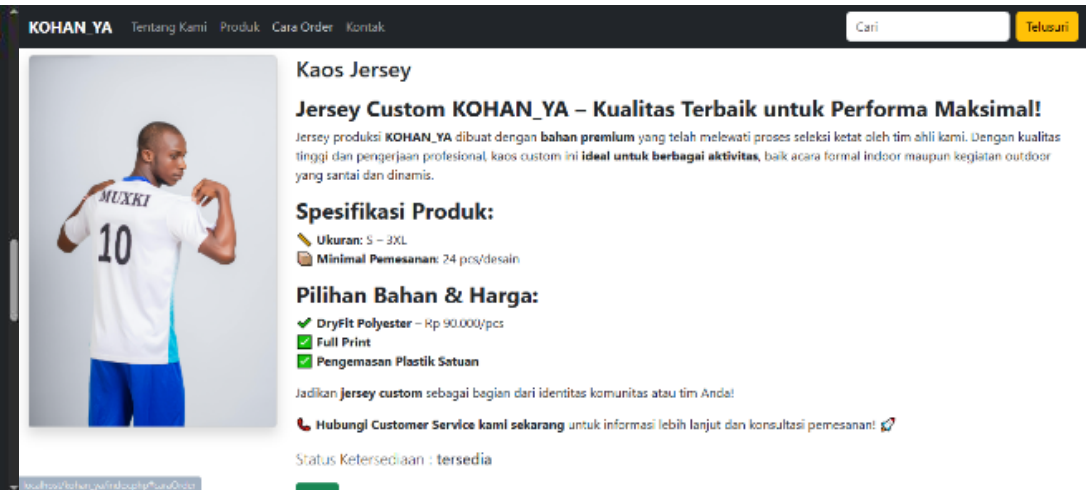
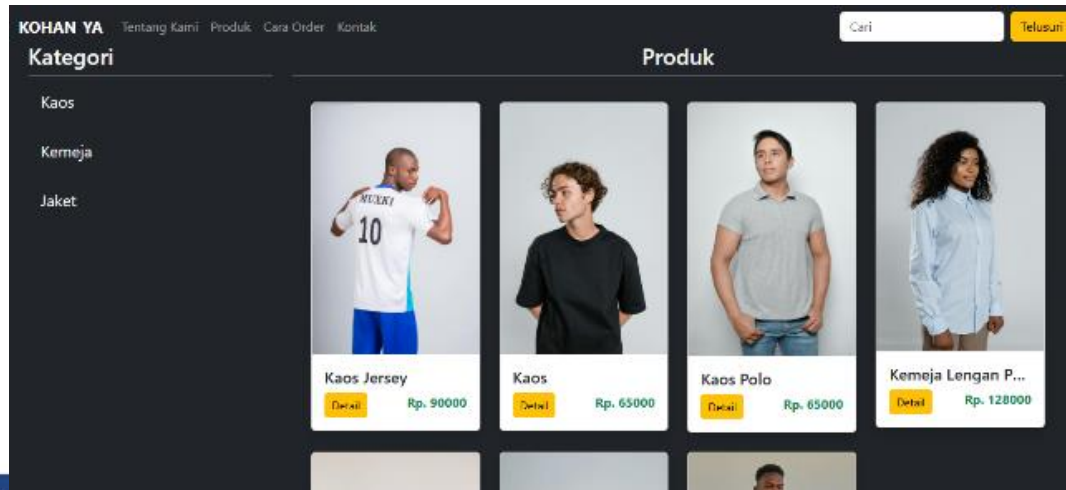
User

Home

Tentang Kami



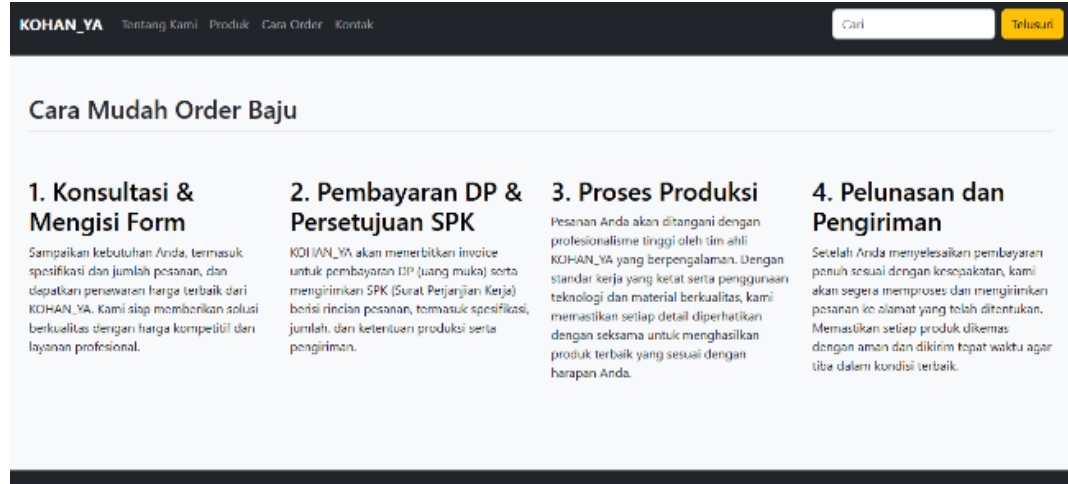
List Kategori & Produk



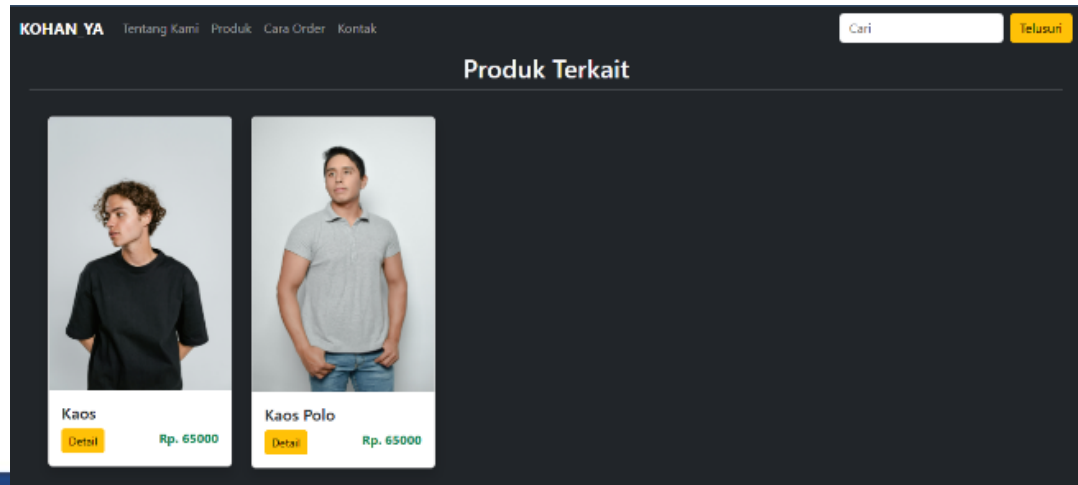
User Interface

User

Cara Order & Kontak



Produk Terkait



User Interface

Admin

Log in & log out

Home

Tambah, List,
dan Edit
Kategori
Produk

KOHAN_YA

Login Admin KOHAN_YA

Username

Password

Login

KOHAN_YA

Home Kategori Produk Kontak Logout >>

Home

Halo admin

Kategori

3 Kategori

Detail

Produk

7 Produk

Detail

Kontak

1 Kontak

Detail

KOHAN_YA

Home Kategori Produk Kontak Logout >>

Home / Kategori

Tambah Kategori

Masukkan Nama Kategori

List Kategori

No.	Nama	Aksi
1	Kaos	<input type="button" value="Edit"/>
2	Kemeja	<input type="button" value="Edit"/>
3	Jaket	<input type="button" value="Edit"/>

KOHAN_YA

Home Kategori Produk Kontak Logout >>

Home / Kategori / Edit Kategori

Edit Kategori

Kaos

User Interface

Tambah, List,
dan Edit
Produk

KOHAN_YA

[Home](#)
[Kategori](#)
[Produk](#)
[Kontak](#)
[Logout](#)

Tambah Produk

Nama

Pilih Kategori

Harga

Detail

Ketersediaan Stok

Tersedia

Foto

Choose File

No file chosen

Simpan

List Produk

No.	Nama	Kategori	Harga	Ketersediaan Stok	Aksi
1	Kaos Jersey	Kaos	90000	tersedia	Edit
2	Kaos	Kaos	60000	tersedia	Edit
3	Kaos Polo	Kaos	60000	tersedia	Edit
4	Kemeja Lengan Panjang	Kemeja	128000	habis	Edit
5	Jaket Hoodie Jumper	Jaket	139500	tersedia	Edit
6	Sweater	Jaket	119000	tersedia	Edit
7	Jaket Varsity	Jaket	145000	tersedia	Edit

KOHAN_YA

HomeKategoriProdukKontakLogout >>

Home / Produk / Tenda Produk

Edit Produk

Kode Jersey

Kode

90000

Detail

Jersey Custom KOHAN_YA – Kualitas Terbaik untuk Performa Maksimal!

Jersey produksi KOHAN_YA dibuat dengan **bahan premium** yang telah melewati proses seleksi ketat oleh tim ahli kami. Dengan kualitas tinggi dan pengerjaan profesional, kaos custom ini **ideal untuk berbagai aktivitas**, baik acara formal indoor maupun kegiatan outdoor yang santai dan dinamis.

Spesifikasi Produk:

Ukuran S – XL

Minimal Pemesanan: 24 pcs/desain

KOHAN_YA.

HomeKategoriProdukKontakLogout >>

Home / Kontak

Tambah Kontak

Alamat

KOHAN_YA OUTLET II, Wonorejo Gempol, Kec Gempol, Pasuruan Jawa Timur, 67155

Telepon

+6288217142511

Instagram

Facebook

Youtube

Simpan

Edit Kontak

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan implementasi sistem informasi berbasis web untuk mendukung strategi digital marketing pada Kohanya (Konveksi Baju Hans Jaya), dapat disimpulkan bahwa sistem ini berhasil memenuhi kebutuhan bisnis utama, seperti katalog produk digital, pemesanan online, dan pengelolaan admin yang meningkatkan efisiensi operasional. Integrasi media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook memungkinkan perluasan jangkauan promosi secara signifikan sehingga produk lebih cepat dikenal oleh pelanggan tanpa bergantung pada metode konvensional. Sistem ini juga memberikan dampak positif terhadap daya saing bisnis dan bisa menjadi kerangka transformasi digital bagi UMKM lain di industri konveksi.

Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan agar sistem dilengkapi dengan fitur transaksi e-commerce lengkap, termasuk payment gateway, tracking pengiriman, dan manajemen invoice otomatis guna mendukung pembelian end-to-end. Penambahan modul analitik dan statistik juga penting agar manajemen dapat memantau performa pemasaran dan perilaku pelanggan secara real-time untuk pengambilan keputusan strategis. Pelatihan pengguna dan dokumentasi sistem yang lengkap akan memudahkan adaptasi, sementara evaluasi berkala berdasarkan umpan balik pelanggan penting untuk perbaikan berkelanjutan.

Referensi

K. C. Laudon dan J. P. Laudon, *Management Information Systems*, ed. 16. Pearson, 2021.

I. Ayesha et al., *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Get Press, 2022.

M. R. Pramadyanto, "Pemanfaatan digital marketing dalam membangun brand awareness brand fashion streetwear Urbain Inc," *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, vol. 14, no. 1, pp. 69–92, 2022.

A. B. Parebong, "Literature review: Strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM," *Jurnal Interdisipliner Indonesia*, vol. 1, no. 1, pp. 17–24, 2024.

D. Chaffey dan F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing*, ed. 8. Pearson Education, 2022.

R. S. Pressman, *Software Engineering: A Practitioner's Approach*, ed. 9. McGraw-Hill, 2021.

A. Septiani, D. Agustina, dan H. Rachmawati, "The role of digital marketing in MSMEs during the COVID-19 pandemic," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 22, no. 2, pp. 123–132, 2021.

J. P. Silaen dan C. Limbong, "Pengembangan website UMKM untuk peningkatan pemasaran produk," *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 2, no. 1, pp. 34–41, 2021.

L. Wahyuni dan A. Nugroho, "Penerapan digital marketing dalam peningkatan daya saing UMKM di era industri 4.0," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, vol. 3, no. 2, pp. 112–119, 2022.

L. F. Ningsih dan I. Saraswati, "Pengaruh penerapan sistem informasi terhadap peningkatan efisiensi operasional UMKM," *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, vol. 8, no. 1, pp. 45–56, 2021.

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2021.

M. S. Putra dan A. Lestari, "Panduan menulis tugas akhir berbasis sistem informasi," *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 4, no. 1, pp. 22–30, 2021.

D. R. Nugroho dan H. N. Wibowo, "Perancangan sistem informasi menggunakan DFD dan ERD pada UMKM digital," *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 6, no. 1, pp. 45–55, 2022.

A. Y. Rukmana et al., *Pengantar Sistem Informasi: Panduan Praktis Pengenalan Sistem Informasi & Penerapannya*. PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

H. Mubaroq dan I. K. D. Nuryana, "Perancangan user interface/user experience pada game edukasi kesenian wayang 'Metabharata' berbasis mobile dengan pendekatan design thinking," *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, vol. 5, no. 2, pp. 34–44, 2024.

F. D. Septariady dan I. F. Muchlisin, "Analisis user interface terhadap aplikasi Siska pada PT Bhanda Ghara Rekso Logistik Palembang menggunakan metode heuristic evaluation," Tesis, Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech, 2022.

