



Perancangan Katalog Produk Furniture Berbasis Web sebagai Media Pemasaran SJF Teakwood Jepara

Arie Atwa Magriyanti¹, Haryo Kusumo², Raditiya Ade Pratama³
Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Semarang, Indonesia

Email: 1arie.atwa@stekom.ac.id, 2haryo@stekom.ac.id, 3raditvr64@gmail.com

Abstract. SJF Teakwood is a producer and sales of various kinds of furniture. So far, the promotional media used by SJF Teakwood is through social media Instagram, Facebook and WhatsApp. However, using the promotional media above is considered less specific, so it is necessary to add interesting media to attract the public to the company. This study uses the R&D method. The type of research used is qualitative research. Qualitative research is a research method that uses data in the form of written or spoken words from people and people's behavior observed in a natural context. The results of the validation value from internal experts got a score of 32, external experts 38 and product users got a score of 37 which is included in the very good category, so this web-based furniture product catalog is declared valid for use. So it can be concluded that the Web-Based Furniture Product Catalog as a Marketing Media for SJF Teakwood Jepara is worthy of being used effectively.

Keywords: web-based furniture product catalog, PHP, MySQL

Abstrak. SJF Teakwood merupakan produksi dan penjualan berbagai macam furniture. Selama ini, media promosi yang digunakan SJF Teakwood melalui media sosial instagram, facebook dan whatsapp. Akan tetapi dengan menggunakan media promosi diatas dirasa kurang spesifik, sehingga perlu penambahan media yang menarik untuk daya tarik masyarakat terhadap perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan metode R&D. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku orang yang diamati dalam konteks alamiah. Hasil nilai validasi dari ahlin internal mendapatkan skor 32, ahli eksternal 38 dan pengguna produk mendapat skor 37 yang tergolong dalam kategori sangat baik, sehingga katalog produk furniture berbasis web ini dinyatakan valid untuk digunakan. Maka dapat disimpulkan bahwa Katalog Produk Furniture Berbasis Web Sebagai Media Pemasaran SJF Teakwood Jepara layak digunakan secara efektif.

Kata kunci: katalog produk furnituire berbasis web, PHP, Mysql

1. PENDAHULUAN

SJF Teakwood merupakan perusahaan produksi dan penjualan berbagai macam *furniture* yang didirikan oleh saudara Karyoto pada tanggal 5 September 2020. Perusahaan ini beralamat di Desa Plajan RT 22 RW 04, Kecamatan Pakis Aji, Kabupaten Jepara, Provinsi Jawa Tengah.

Selama ini, media promosi yang digunakan SJF *Teakwood* melalui media sosial *instagram*, *facebook* dan *WhatsApp*, di mana promosinya masih terbatas hanya berupa gambar atau foto dan video yang masih mentah belum diedit. Masalah berikutnya yang sering dikeluhkan owner SJF *Teakwood* adalah customer menanyakan lebih detail tentang produk *furniture* dan meminta beberapa sampel foto produk *furniture* untuk dijadikan sebagai bahan pembanding, owner SJF *Teakwood* mengirim beberapa foto-foto produk ke customer dan menjelaskan lebih detail lagi tentang *spesifikasi* produk *furniture* via *chat*. Hal itu dirasa kurang *efisien* bagi owner SJF *Teakwood* bila dalam satu hari ada beberapa *customer* menanyakan hal yang sama.

Melihat berbagai permasalahan diatas, peneliti langsung merujuk ke media pemasaran yang digunakan SJF *Teakwood* yaitu *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsApp*. Untuk

memaksimalkan pemasaran konten produk dan melengkapi biodata *owner* pada sosial media SJF Teakwood, peneliti mengusulkan untuk merancang K-katalog berbasis *web*. Dengan adanya E-katalog, diharapkan dapat menjangkau audiens yang lebih besar, mempermudah para customer memperoleh informasi yang detail dan meningkatkan *kredibilitas* perusahaan.

2. METODE

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian dan pengembangan (*Research and Development*). Menurut Sugiyono (2010) “Metode penelitian dan pengembangan atau *Research and Development* adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut”.

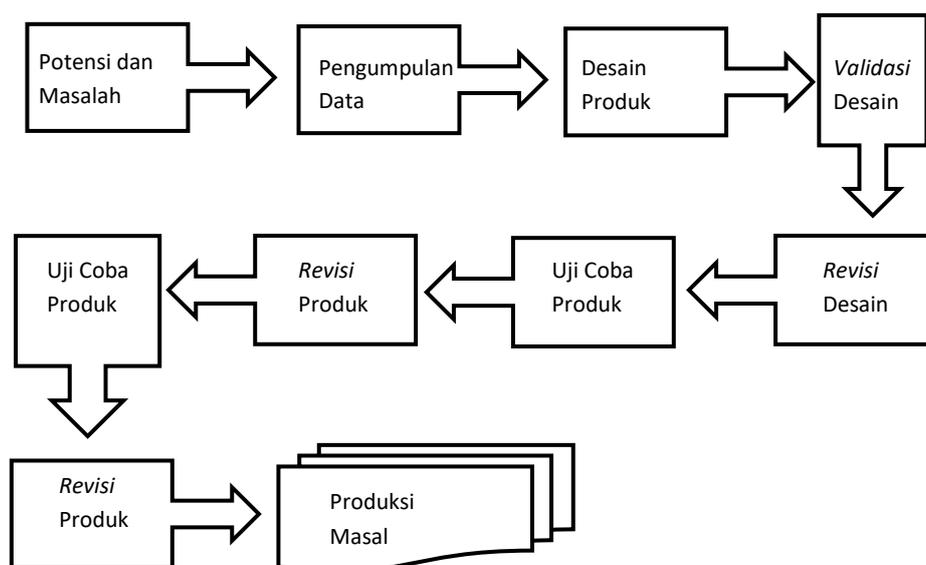
Bagan tahapan-tahapan dalam metode R&D (*Research & Development*) adalah sebagai berikut:

a. Potensi dan Masalah

Penelitian berawal dari adanya potensi atau masalah. Potensi adalah segala sesuatu yang bila didayagunakan akan memiliki nilai tambah. Selanjutnya masalah adalah penyimpangan antara yang diharapkan dengan realita yang terjadi (Sukardi, 2011).

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengidentifikasi pada objek penelitian yaitu media publikasi perusahaan yang digunakan dalam pemasaran produk menggunakan sosial media berupa Instagram, Facebook dan Whatsapp yang postingannya masih sederhana dan minim viewers, sehingga perlu penambahan media informasi produk yang lengkap dan menarik.

b. Pengumpulan Data



Gambar 1. Tahapan Metode R & D (Sumber: Sugiyono, 2010)

Selanjutnya perlu dikumpulkan berbagai informasi yang dapat digunakan sebagai bahan untuk perencanaan produk yang diharapkan dapat mengatasi masalah tersebut. Proses pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penelitian ini yaitu wawancara dan observasi.

c. Desain Produk

Untuk menghasilkan sistem kerja baru maka peneliti harus membuat rancangan kerja baru yang dibuat berdasarkan penilaian terhadap sistem kerja lama, sehingga dapat ditemukan kelemahan-kelemahan terhadap sistem lama tersebut. Hasil akhir dari kegiatan tersebut berupa desain produk baru yang lengkap dengan spesifikasinya. Desain ini masih bersifat *hipotetik*. Dikatakan *hipotetik* karena efektivitasnya belum terbukti, dan akan dapat diketahui setelah melalui pengujian-pengujian. Desain produk harus diwujudkan dengan gambar atau bagan (*data flow diagram, entity relational diagram, normalisasi*) sehingga akan memudahkan pihak lain untuk memahaminya.

Produk yang dikembangkan dalam penelitian ini yaitu katalog produk furniture berbasis web. Konten web mencakup produk, sekilas perusahaan dan testimony pelanggan. Dalam perancangan katalog produk berbasis web ini menggunakan beberapa software yaitu Visual Studio Code, Database MySQL, Adobe Photoshop 2020, Corel Draw 2020, adobe after efek 2020 dan Xampp.

d. Validasi Desain

Merupakan proses kegiatan untuk menilai apakah rancangan produk, dalam hal ini sistem kerja baru secara rasional akan lebih efektif dari yang sistem yang lama. Dikatakan secara rasional karena *validasi* disini masih bersifat penilaian berdasarkan pemikiran rasional, belum merupakan fakta di lapangan. Pada penelitian ini *validasi* produk dilakukan dengan cara menghadirkan pakar yang berkompeten atau tenaga ahli yang sudah berpengalaman untuk menilai produk baru yang dirancang tersebut. Setiap pakar diminta untuk menilai desain tersebut, sehingga selanjutnya dapat diketahui kelemahan dan kekuatan dari rancangan tersebut.

e. Revisi Desain

Setelah desain produk divalidasi melalui para pakar dan ahli lainnya, selanjutnya dapat diketahui kelemahannya. Kelemahan tersebut selanjutnya dicoba untuk dikurangi dengan cara memperbaiki desain.

f. Uji Coba Produk

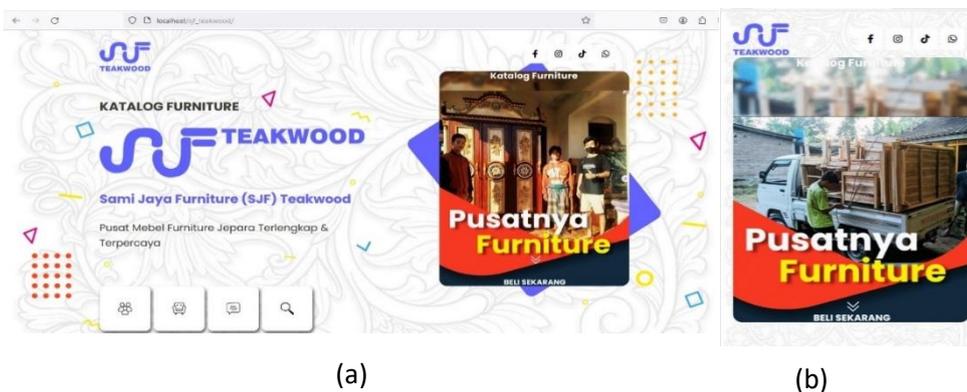
Kegiatan ujicoba dilakukan dengan membandingkan efektifitas dan efisiensi keadaan sebelum dan sesudah memakai sistem baru (*before after*) atau dengan membandingkan dengan kelompok yang tetap menggunakan sistem lama.

Dalam penelitian ini, uji coba produk langsung dilakukan peneliti ke objek penelitian setelah melakukan revisi atau perbaikan desain dari validator.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

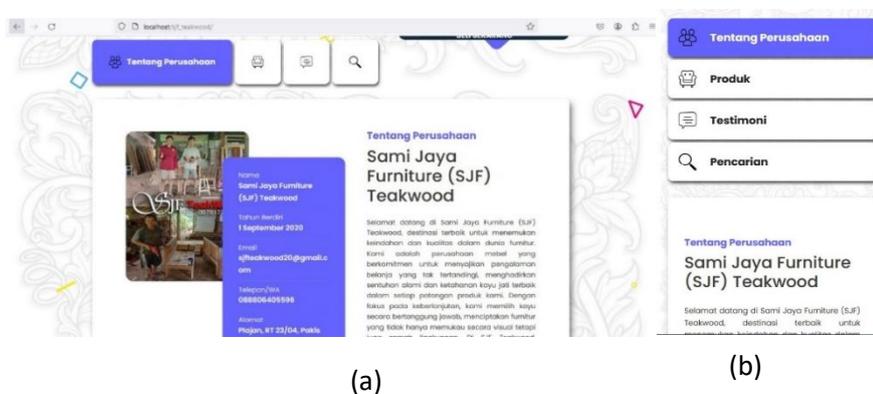
1) Tampilan *Home User*

Home pada gambar 2. merupakan halaman utama atau halaman yang dilihat pertama kali bagi pengunjung atau *user* saat mengunjungi *web* SJF Teakwood. Gambar 1. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 1. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. Tampilan halaman utama menampilkan logo perusahaan, sosial media, slide foto-foto tentang perusahaan dan 4 menu yaitu menu tentang perusahaan, produk, *testimony* dan pencarian produk.



Gambar 2. Tampilan Home User

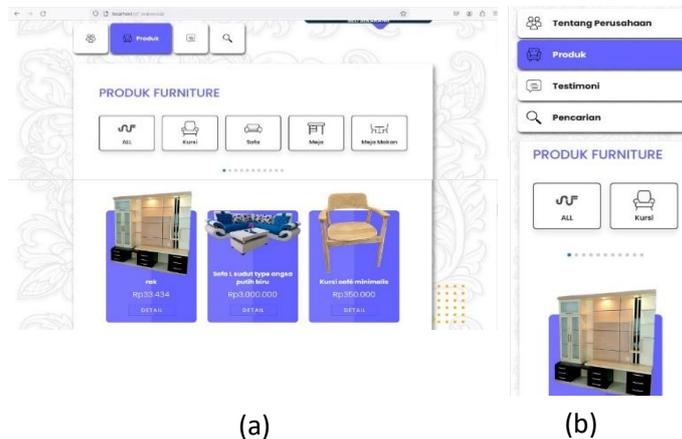
2) Halaman tentang Perusahaan



Gambar 3. Halaman Tentang Perusahaan

Pada gambar 3. diatas merupakan halaman tentang perusahaan. Gambar 3. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 3. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. menampilkan biodata dari perusahaan SJF *Teakwood* dan layanan *service* perusahaan.

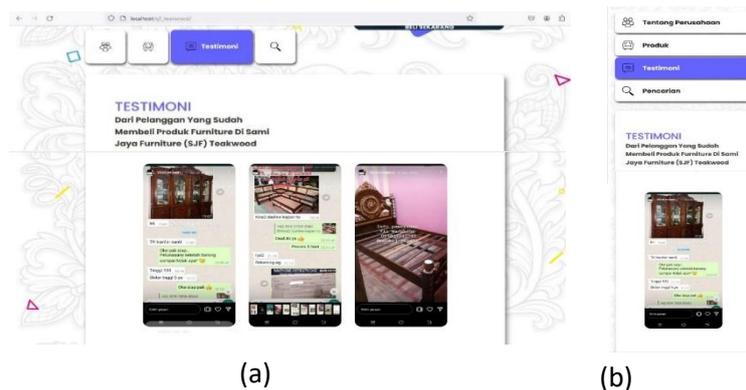
3) Halaman Produk



Gambar 4. Halaman Produk

Pada gambar 4. diatas merupakan halaman produk. Gambar 4. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 4. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. Menampilkan kategori produk yang dikelompokan berdasarkan jenisnya dan menampilkan *product card furniture* berupa gambar produk, nama produk, harga dan *button* detail.

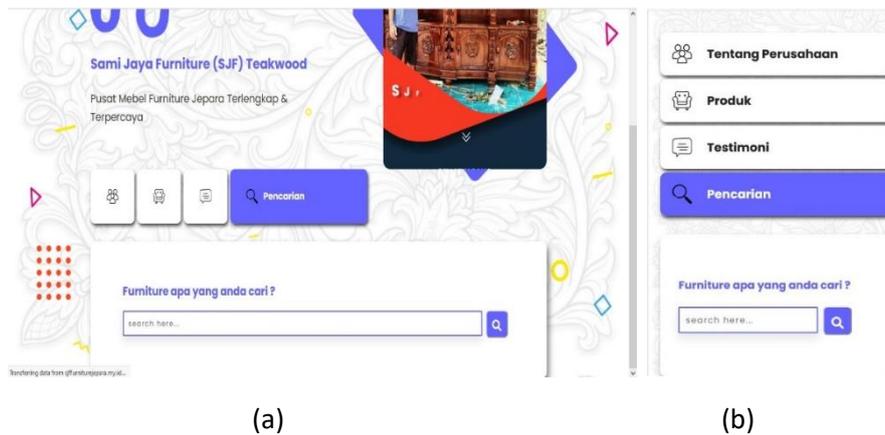
4) Halaman Testimony



Gambar 5. Halaman Testimony

Pada gambar 5. diatas merupakan halaman *testimony*. Gambar 5. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 5. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. Menampilkan *testimony* dari pelanggan SJF *Teakwood* yang sudah membeli produk *furniture* di SJF *Teakwood*.

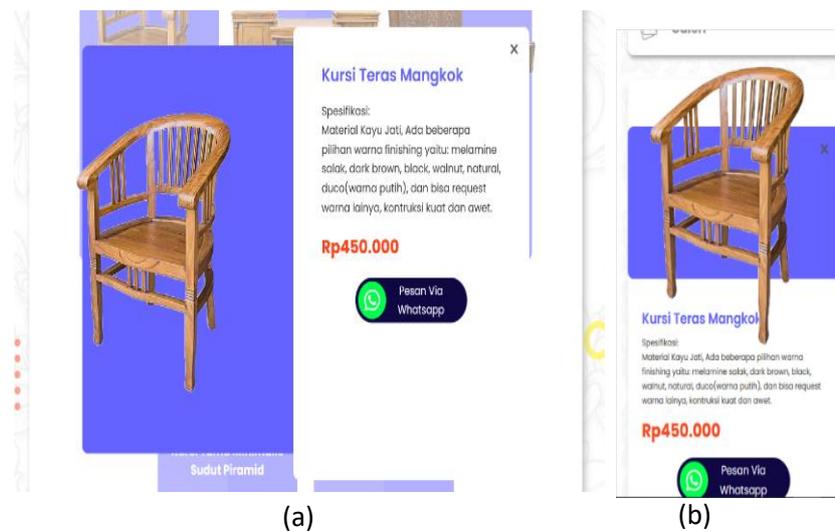
5) Halaman Mesin Pencarian



Gambar 6. Halaman Mesin Pencarian

Pada gambar 6. merupakan halaman pencarian produk *furniture*. Gambar 6. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 6. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. Menampilkan mesin pencarian produk. Pelanggan dapat melakukan pencarian produk dengan cepat berdasarkan nama produk *furniture* yang ingin dicari.

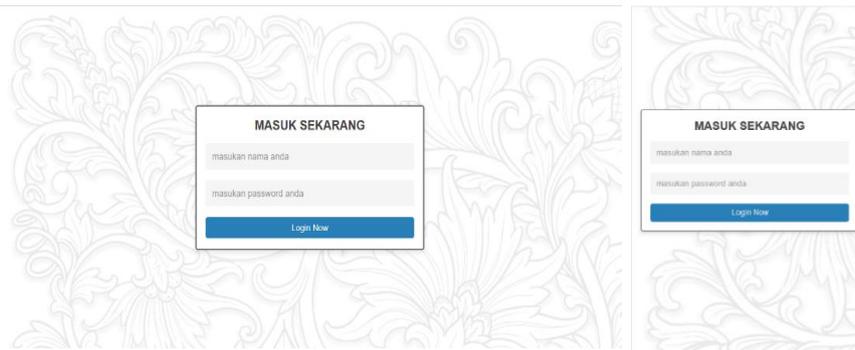
6) Halaman Detail Produk



Gambar 7. Halaman Detail Produk

Pada gambar 7. merupakan halaman yang menampilkan detail produk *furniture*. Gambar 7. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 7. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. Menampilkan detail produk mulai dari gambar, harga dan spesifikasi produk *furniture*. Ada button *Pesan Via Whatsapp*, jika diklik akan mengarah ke halaman baru *Whatsapp* untuk berkomunikasi dengan *owner SJF Teakwood*.

7) Admin Login



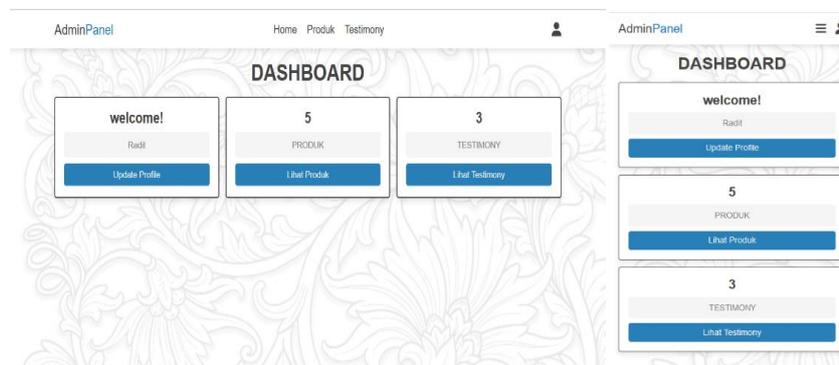
(a)

(b)

Gambar 8. Admin Login

Pada gambar 8. merupakan tampilan halaman *admin*. Gambar 8. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 8. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. Admin melakukan *login* dengan mengisi *username* dan *password* yang sudah tersedia di *database*. Jika *username* dan *password* benar akan dialihkan ke halaman *dasbord admin*. Jika *username* dan *password* yang dimasukan akan tetap berada dihalaman *login*.

8) Dashboard admin



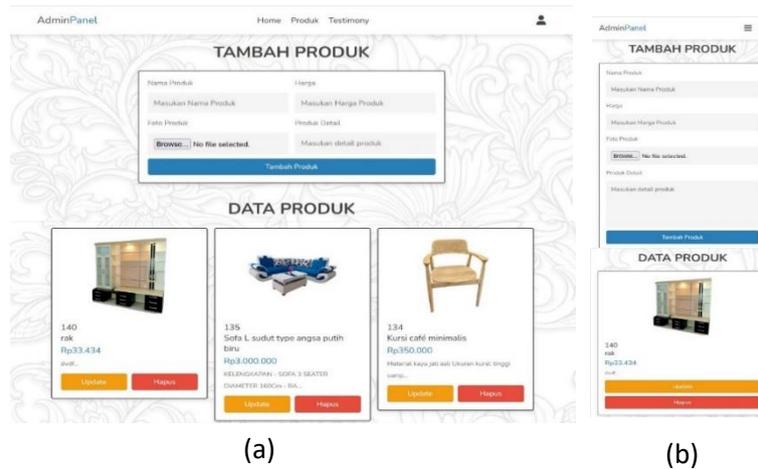
(a)

(b)

Gambar 9. Dashboard Admin

Pada gambar 9. merupakan halaman *dashboard admin*. Gambar 9. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 9. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. Pada halaman *dashboard admin* terdapat *navbar* berisikan menu *home*, produk dan *testimony*. Menu-menu tersebut nantinya akan dikelola oleh *admin* untuk menambah, mengubah dan menghapus data. *Admin* juga bisa melihat jumlah data yang ada didalam *database*. *Dashboard admin* sudah *terintegrasi* dengan halaman utama pengunjung, artinya data yang ada didalam *dashboard admin* akan ditampilkan juga di halaman pengunjung.

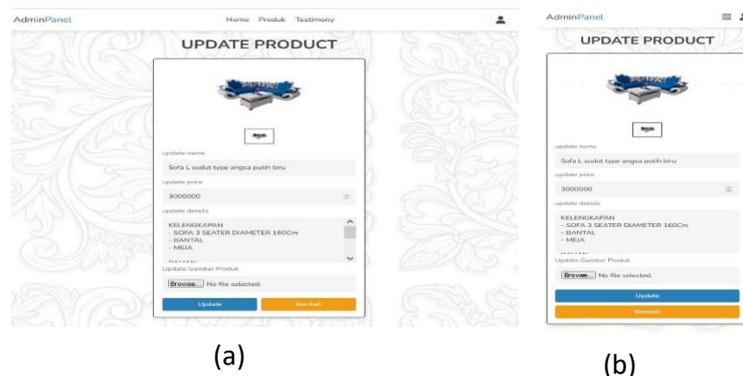
9) Dashboard Produk



Gambar 10. Dashboard Produk

Pada gambar 10. merupakan tampilan halaman *dashboard* produk yang digunakan *admin* untuk mengelola data produk *furniture*. Gambar 10. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 10. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. *Admin* dapat menambah data produk *furniture* mulai dari nama produk, harga, gambar produk dan detail produk baru kemudian klik tambah produk dan menyimpannya ke dalam *database* untuk kemudian ditampilkan pada *dashboard* produk. Data produk yang sudah diinputkan akan secara otomatis tampil juga dihalaman web untuk pengunjung.

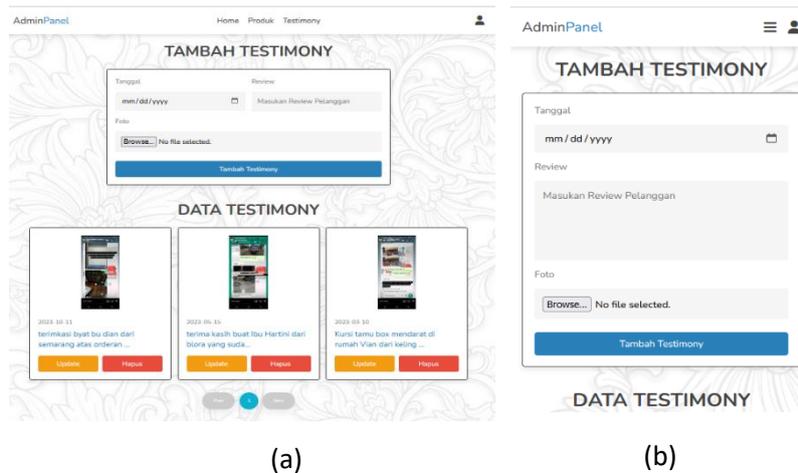
10) Dashboard Update Produk



Gambar 11. Dashboard Update Produk

Pada gambar 11. merupakan tampilan halaman bagi *admin* untuk mengupdate atau merubah *field* yang ada di dalam produk. Gambar 11. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 11. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. Fieldnya meliputi *update* nama, *update* harga, *update* detail, *update* gambar. Terdapat *button update* jika ingin melakukan perubahan pada data produk dan *button* kembali jika tidak jadi melakukan perubahan pada produk.

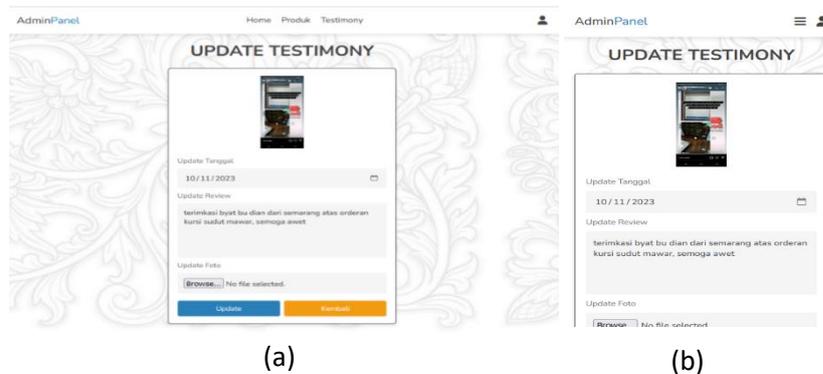
11) Dashboard Testimony



Gambar 12. Dashboard Testimony

Pada gambar 12. merupakan tampilan halaman yang digunakan oleh *admin* mengelola data *testimony*. Gambar 12. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada *komputer* desktop dan pada gambar 12. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. *Admin* menginput data *testimony* tanggal, *review* dan foto *testimony* dari pelanggan kemudian klik tambah *testimony* untuk menyimpan data kedalam *database* dan ditampilkan ke *dashboard* data *testimony*. Data produk yang sudah diinputkan akan secara otomatis tampil juga dihalaman web untuk pengunjung.

12) Update Testimony



Gambar 13. Update Testimony

Pada gambar 13. merupakan halaman *update testimony*. Gambar 13. (a) merupakan tampilan yang disajikan pada komputer desktop dan pada gambar 13. (b) merupakan tampilan pada *mobile*. *Admin* dapat mengupdate atau merubah *field* yang ada didalam *testimony*. *Fieldnya* meliputi *update* tanggal, *update* review dan *update* gambar. Terdapat *button update* jika ingin melakukan perubahan pada data *testimony* dan *button* kembali jika tidak jadi melakukan perubahan pada *testimony*.

13) Hasil Validasi Ahli *Internal*

Tahap uji validasi katalog produk *furniture* berbasis web SJF *Teakwood* Jepara oleh ahli *internal* dengan menceklist kuisisioner yang berjumlah 10 indikator mendapatkan nilai sebagai berikut:

$$\text{Skor 1} = 1$$

$$\text{Skor 2} = 0$$

$$\text{Skor 3} = 5 \times 3 = 15$$

$$\text{Skor 4} = 4 \times 4 = 16$$

$$\text{Total skor} = 32$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa hasil validasi ahli *internal* adalah 32. Kriteria ini berada diantara $31 \leq n \leq 40$ yaitu tergolong dalam kategori Sangat baik. Sehingga katalog produk berbasis web SJF *Teakwood* ini dapat dinyatakan **valid dan layak digunakan**.

14) Hasil Validasi Ahli Eksternal

Tahap uji validasi katalog produk *furniture* berbasis web SJF *Teakwood* Jepara oleh ahli *Eksternal* atau Owner Dari SJF *Teakwood* Jepara dengan menceklist kuisisioner yang berjumlah 10 indikator mendapatkan nilai sebagai berikut:

$$\text{Skor 1} = 0$$

$$\text{Skor 2} = 0$$

$$\text{Skor 3} = 2 \times 3 = 6$$

$$\text{Skor 4} = 8 \times 4 = 32$$

$$\text{Total skor} = 38$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa hasil validasi ahli *eksternal* adalah 38. Kriteria ini berada diantara $31 \leq n \leq 40$ yaitu tergolong dalam kategori Sangat baik. Sehingga katalog produk berbasis web SJF *Teakwood* ini dapat dinyatakan **valid dan layak digunakan**.

15) Hasil Validasi Pengguna

Tahap uji validasi katalog produk *furniture* berbasis web SJF *Teakwood* Jepara oleh tiga pengguna website e katalog dengan menceklist kuisisioner yang berjumlah 10 indikator mendapatkan total skor yang diperoleh yaitu 111, maka dapat dihitung rata-rata skor validasi penggunaan produk dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Skor Validasi} = \frac{\text{Total skor}}{\text{Jumlah Responden}}$$

$$\text{Skor Validasi} = \frac{111}{3}$$

$$\text{Skor Validasi} = 37$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa hasil validasi penilaian uji coba penggunaan produk dari 3 responden adalah 37. Kriteria ini berada diantara $31 \leq n \leq 40$ yakni tergolong dalam kategori Sangat baik, sehingga katalog produk berbasis web SJF *Teakwood* ini dapat dinyatakan **valid dan layak untuk digunakan**.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, perancangan dan pengujian terhadap katalog produk berbasis web pada SJF *Teakwood*, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. SJF *Teakwood* memiliki media pemasaran berupa katalog produk furniture berbasis web yang berfungsi sebagai pelengkap media pemasaran sebelumnya dengan informasi yang ditampilkan lebih inovatif, lengkap dan menarik.
2. Website e-katalog SJF *Teakwood* menyediakan informasi tentang perusahaan, informasi produk furniture yang dijual dan informasi layanan atau service yang disediakan.
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil validasi dengan skor validasi dari ahli internal sebesar 32, ahli materi sebesar 38, dan uji coba pengguna produk dari 3 responden sebesar 37, hasil validasi tersebut berada di range $31 \leq n \leq 40$ yang tergolong **sangat baik**, sehingga produk katalog furniture berbasis web dianggap bisa menyediakan pelayanan yang efisien bagi pengguna maupun owner SJF *Teakwood* dalam melakukan pemesanan produk furniture dengan menyajikan informasi yang detail dan menarik. Maka katalog produk furniture berbasis web ini dapat dinyatakan valid untuk digunakan.

REFERENSI

- Abdulla, R. (2016). *Easy and Simple Web Programming*. Jakarta: Elex Media.
- Administrator. (2019, Oktober 31). *Seni Ukir Jepara Berkelas Dunia*.
<https://indonesia.go.id/kategori/keanekaragaman-hayati/932/seni-ukir-jepara-berkelas-dunia?lang=1>
- Basuki, H. (2006). *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu – Ilmu Kemanusiaan dan Budaya*. Jakarta: Gunadarma.

- Edi, F. R. (2016). *Teori Wawancara Psikodignostik*. Yogyakarta: PT. Leutika Nouvalitera.
- Edianingsih, D. (2015). Peran E-katalog Dalam Proses Pengadaan Elektronik Sekolah Tinggi Tehnologi Garut. *Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Tehnologi Garut*,
- Hidayat, R. (2010). *Cara Praktis Membangun Web Grati*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hunter, J, E., Bakewell, & K.G.B. (1991). *Cataloguing*. London: Library Association Publishing.
- Jamaludin. (2014). *Pengantar Desain Mebel*. Bandung: PT. Kiblat Buku Utama.
- Kadir, A. (2009). *Membuat Aplikasi Web dengan PHP + Database MySQL*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P. (1980). *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control. 4th Ed*. London: Prentice-Hall, Inc.
- Kumalasari, R. (2022, Agustus 8). *Katalog Adalah: Definisi, Fungsi, Manfaat Katalog Promo*. Retrieved from Majoo: <https://majoo.id/solusi/detail/katalog-promo>
- Kusrianto, Adi (2010). *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Lestari, S., & Susana, A. D. (2016). SISTEM PENGARSIPAN DOKUMEN GURU DAN PEGAWAI MENGGUNAKAN METODE MIXTURE MODELLING BERBASIS WEB. *Antivirus, 10(2)*, 69-77.
- Limantara, O., Kristianto, T. A., & Kattu, G. S. (2017). Pengaruh Interior terhadap Perilaku Museum House of Sampoerna Surabaya. *JURNAL INTRA, 5(2)*, 811-819.
- Nasution, F. P., Batubara, R. O., & Maulana, M. I. (2022). Dasar Pengenalan HTML pada Desain Web. *PUBLIDIMAS (Publikasi Pengabdian Masyarakat), 2(1)*, 86-91.
- Sitanggang, N., & Luthan, P. L. (2019). *Manajemen Kewirausahaan Furniture*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Alfabeta*. Bandung: PT. Alfabet.
- Tisnawati, & Wicaksono. (2014). *Teori Interior*. Jakarta: Griya Kreasi (Penebar Swadaya Group).
- Yulistina, D., & Arianti, D. D. (2019). E-katalog Sebagai Sistem Informasi Pemasaran Kopi Sapit Berbasis Web. *Jurnal Pendidikan Informatika, 3(2)*, 45-52.