

RANCANG BANGUN APLIKASI PEMASARAN PENGGALANGAN INFAQ BERAS (STUDI KASUS: GERAKAN INFAQ)

Siti Wulandari¹⁾, Jupriyadi²⁾ Muhtad Fadly³⁾

¹⁾Sistem Informasi Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia

²⁾Teknologi Informasi Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia

³⁾Manajemen Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Teknokrat Indonesia

Email: ¹⁾sitiwulandari2015@gmail.com, ²⁾jupriyadi@teknokrat.ac.id, ³⁾muhtadfadly@teknokrat.ac.id

Abstrak

Promosi adalah aktivitas mempromosikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan sasaran untuk menggunakannya. Promosi merupakan arus informasi persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menerapkan pertukaran atau pemasaran Gerakan Infaq Lampung melakukan promosi di dalam media sosial seperti situs-situs sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Walaupun metode promosi ini cukup efektif dalam lingkup sosial produsen, namun kurangnya informasi lengkap mengenai Gerakan Infaq Lampung. Sehingga diperlukan wadah yang lebih luas untuk dapat mempromosikan Gerakan Infaq Lampung harus meng-update informasi agar donatur dengan mudah mendapatkan informasi, hal ini telah melibatkan teknologi. Metode yang digunakan pada pengembangan sistem ini adalah waterfall, dengan menerapkan metode pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, dan tinjauan pustaka seputar penelitian yang dilakukan. Metode perancangan sistem menggunakan UML. Sistem yang dibangun akan diuji menggunakan ISO 25010. Hasil penelitian ini adalah sistem pemasaran untuk penyebaran informasi Gerakan Infaq Lampung secara online menggunakan website pemasaran. Dibangunnya sistem pemasaran ini dapat menyebarkan informasi Gerakan Infaq Lampung dengan menghadirkan layanan, fasilitas, menu, dan hasil penggalangan dana. Hasil pengujian yang dilakukan menggunakan ISO 25010 yaitu melibatkan 4 Responden bahwa kesimpulan kualitas kelayakan perangkat lunak yang dihasilkan memiliki persentase keberhasilan dengan total rata-rata 71.25%.

Kata Kunci : Aplikasi Pemasaran, Waterfall, , ISO 2501

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi berkembang sangat cepat pada zaman modern saat ini. Inovasi dan penemuan baru selalu dilakukan setiap hari di bidang teknologi untuk mendapatkan teknologi yang canggih serta bermanfaat bagi kehidupan umat manusia. Salah satu teknologi yang sudah terbukti mampu mendukung aktivitas-aktivitas bisnis adalah teknologi informasi. Teknologi yang menggabungkan teknologi komputer dan teknologi

telekomunikasi ini telah mengubah cara hidup individu maupun organisasi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya atau menjalankan kegiatan sehari-hari[1].

Teknologi informasi dan komunikasi merupakan bagian dari sistem informasi yang mendukung sistem informasi dalam menghasilkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Sistem informasi dapat diterapkan pada aktivitas atau fungsi bisnis seperti akuntansi, keuangan, pemasaran, dan manajemen sumber daya manusia. Penggunaan teknologi informasi yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis, membantu dalam pengambilan keputusan, dan meningkatkan daya saing suatu perusahaan. Salah satu untuk mendukung perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa kepada para pelanggan adalah sistem informasi pemasaran [2]. Sistem Informasi Pemasaran dapat diartikan penyelenggaraan aktivitas pemasaran suatu produk atau jasa. Sistem Informasi Pemasaran yang digunakan umumnya sudah berbasis website. Sistem ini menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk mendukung pengambilan keputusan pemasaran dan menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pihak yang mempunyai kepentingan seperti, pelanggan. Sistem informasi pemasaran memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung fungsi bisnis pemasaran perusahaan terutama pada bagian promosi[3].

Promosi adalah aktivitas mempromosikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan sasaran untuk menggunakannya. Promosi merupakan arus informasi persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menerapkan pertukaran atau pemasaran[4]. Pemasaran yang memberikan banyak kemudahan dan keuntungan lebih bagi suatu organisasi dalam kecepatan informasi. Bagi suatu organisasi atau perusahaan pemasaran dapat memperluas pasar, dan memberikan kemudahan dalam memberikan informasi kepada setiap pengguna. Sedangkan bagi pengguna, barang/jasa yang diinginkan dapat diperoleh tanpa harus meninggalkan rumah/kantor (mempermudah pengguna dalam mengakses informasi produk perusahaan) salah satunya pemasaran produk atau jasa secara online untuk mempermudah penjualan dan dapat mengurangi biaya brosur yaitu dalam penginformasian penggalangan infaq beras.

Gerakan Infaq Lampung merupakan gerakan yang bertekad memberikan makanan khusus beras terbaik

untuk santri, anak yatim, dan penghafal Al-Qur'an. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada kelompok Gerakan Infaq Lampung yaitu belum terdapat sistem untuk memasarkan mengenai Gerakan Infaq Lampung, pemasaran masih mendatangi instansi-instansi seperti sekolah, kantor dinas, maupun perusahaan dengan melakukan penyebaran brosur, dengan demikian membuang waktu dalam melakukan pemasaran. Gerakan Infaq Lampung juga melakukan promosi di dalam media sosial seperti situs-situs sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Walaupun metode promosi ini cukup efektif dalam lingkup sosial produsen, namun kurangnya informasi lengkap mengenai Gerakan Infaq Lampung. Sehingga diperlukan wadah yang lebih luas untuk dapat mempromosikan Gerakan Infaq Lampung harus meg-update informasi agar donatur dengan mudah mendapatkan informasi, hal ini telah melibatkan teknologi.

Solusi dari permasalahan diatas maka akan dibangun sebuah sistem pemasaran untuk penyebaran informasi Gerakan Infaq Lampung secara online menggunakan website pemasaran. Dibangunnya sistem pemasaran ini dapat menyebarkan informasi Gerakan Infaq Lampung dengan menghadirkan layanan, fasilitas, menu, dan hasil penggalangan dana.

2. Landasan Teori

2.1. Rancang Bangun

Rancang bangun adalah suatu istilah umum untuk membuat atau mendesain suatu objek dari awal pembuatan sampai akhir pembuatan [5]. Rancang bangun adalah penggambaran, perencanaan, dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Dengan demikian pengertian rancang bangun merupakan kegiatan menerjemahkan hasil analisa ke dalam bentuk perangkat lunak kemudian menciptakan sistem atau memperbaiki sistem yang sudah ada.

2.2. Aplikasi

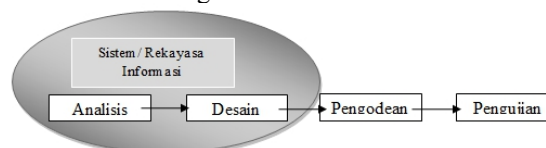
Perangkat lunak aplikasi merupakan program yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam menjalankan pekerjaan tertentu. Aplikasi dibedakan menjadi beberapa macam kegunaannya. Aplikasi adalah suatu komputer, intruksi dan pernyataan yang disusun sedemikian rupa sehingga komputer dapat memproses input menjadi output. Aplikasi adalah suatu kelompok file yang bertujuan untuk melakukan aktivitas tertentu yang saling berkaitan.

2.3. Pemasaran

Pemasaran adalah menggambarkan usaha-usaha perusahaan untuk menginformasikan, berkomunikasi, mempromosikan dan memasarkan produk dan jasanya melalui internet[6]. Pemasaran merupakan penggambaran usaha-usaha perusahaan untuk menginformasikan, berkomunikasi, mempromosikan dan memasarkan produk dan jasanya (Kotler and Keller, 2016)

2.4. Metode Waterfall

Waterfall merupakan metodologi pengembangan sistem yang Menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial atau terurut di mulai dari analisis, desain, pengodean, pengujian dan tahap pendukung. Siklus pengembangan sistem menggunakan model waterfall sebagai berikut :



Gambar 1 Tahapan Waterfall

2.5. Pengujian ISO 25010

ISO/IEC merupakan standar yang digunakan oleh dunia internasional untuk melakukan evaluasi atau pengukuran kualitas dari perangkat lunak. ISO/IEC yang digunakan dalam penelitian ini adalah versi 25010 yang merupakan versi lanjutan dari ISO/IEC 9126 dengan penambahan beberapa struktur dan bagian dari standar model kualitas. Secara keseluruhan ISO/IEC 25010 memiliki 8 karakteristik untuk mengukur kualitas perangkat lunak secara menyeluruh, antara lain portability, performance efficiency, reliability, security usability, maintainability, compatibility, dan functional suitability[7]

2.6. Skala Pengukuran

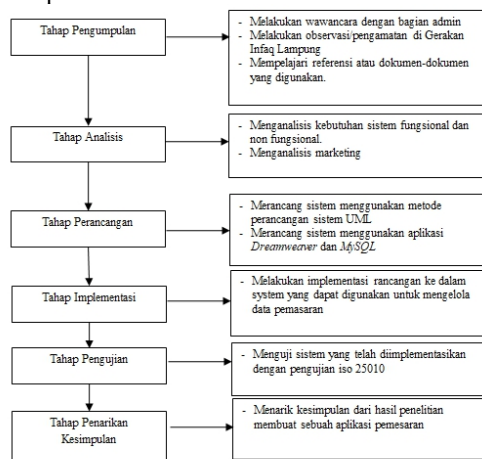
Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert, skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variable yang sedang diukur[8]. Hasil penilaian responden akan dihitung persentase kelayakannya dengan menggunakan perhitungan, dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor Aktual (f)}}{\text{Skor Ideal (n)}} \times 100\%$$

3. Metodologi Penelitian

Bagian ini merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan seluruh aktifitas yang dilakukan dalam mengembangkan aplikasi pemasaran.

3.1. Tahapan Penelitian



Gambar 2 Tahapan Penelitian

3.2. Analisis Strategi Marketing

Pada pemasaran penggalangan dana infaq beras akan dilakukan analisis strategi pemasaran merupakan cara perusahaan untuk menciptakan nilai donatur sehingga memberikan donasi kepada Gerakan Infaq Beras, berikut adalah strategi yang dilakukan yaitu :

3.2.1. Segmentasi

Berdasarkan hasil penelitian dari segi demografis, terlihat bahwa kegiatan penggalangan dana infaq beras mampu mengambil hati donatur dengan melihat follower di Instagram infaq beras. Segmen pasar yang ada tidak hanya orang tua, remaja pun juga terbilang cukup banyak. Berdasarkan hasil pada tahap ini pula diketahui bahwa donatur mempercayakan kegiatan penggalangan dana yang dilakukan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwasannya dengan desain katalog browser yang menarik dan memberikan informasi kegiatan sehingga tidak hanya untuk segmen-segmen tertentu tetapi semua penggalangan dapat dilakukan oleh semua donatur tidak hanya kelompok infaq beras.

3.2.2. Target

Berdasarkan hasil penelitian pada tahap targeting, secara singkat diketahui bahwa segmen pasar dapat dilakukan oleh semua kalangan anak-anak, dewasa, orangtua, maupun lanjut usia. Hasil penelitian yang sebenarnya perlu diperhatikan dalam tahap ini adalah dari segi geografis, dimana jumlah segmen pasar luar kota masih terbilang belum sesuai dengan harapan pengelola karena lebih sedikit dibandingkan dengan segmen pasar yang berdomisili di Kota Bandar Lampung. Hal ini bisa saja berkaitan dengan teknik promosi yang digunakan selama ini masih kurang efektif untuk lebih menjangkau dan memperkenalkan kegiatan penggalangan dana kepada masyarakat luas.

3.2.3. Positioning

Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran dan penggalangan dana untuk donatur memiliki keunggulan yaitu sumbangan dana yang akan diinfakkan berupa beras, penggalangan dana dapat diberikan kepada siapa yang membutuhkan tidak

hanya pada target penghafal Al-Qur'an, yatim piatu, dan panti asuhan.

3.3. Bauran Marketing Mix

Dalam pemasaran memerlukan strategi Marketing Mix (Bauran Pemasaran) yakni Product, Price, Place dan Promotion.

a. Strategi Produk

Untuk memenuhi kebutuhan pada kegiatan infaq beras menggunakan 2 kategori yaitu:

1. Berupa sumbangan dana
2. Berupa beras

b. Strategi Harga

Bagi Gerakan Infaq Beras yang berdasarkan prinsip konvensional, harga adalah biaya iuran. Pada Gerakan Infaq Beras ini dapat melakukan sumbangan dengan biaya Rp. 25.000 sehingga terjangkau oleh semua kalangan.

c. Strategi Lokasi dan Layout

Penentuan lokasi kegiatan Infaq Beras merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Rumah Infaq Beras yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan donatur untuk datang ke lokasi. Disamping lokasi yang strategis, hal lain juga yang juga mendukung lokasi tersebut adalah layout rumah kegiatan Infaq Beras berlangsung dan layout ruangan itu sendiri. Penetapan layout yang baik dan benar akan menambah keyakinan donatur dalam berhubungan dengan Gerakan Infaq Beras. Pada akhirnya lokasi dan layout merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.

Secara umum ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi adalah sebagai berikut :

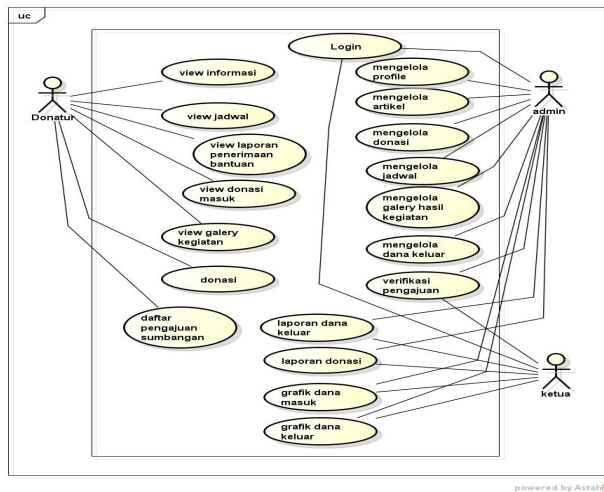
1. Agar Gerakan Infaq Beras dapat menentukan lokasi yang tepat Tujuannya agar memudahkan donatur berhubungan atau melakukan transaksi dengan Gerakan Infaq Beras
2. Agar Gerakan Infaq Beras dapat menentukan layout yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan, dan kenyamanan bagi donatur dan anggota Gerakan Infaq Beras

d. Strategi Promosi

Produk sudah diciptakan, harga juga sudah ditetapkan, dan tempat (lokasi dan layout sudah disediakan) artinya kegiatan donasi sudah benar-benar siap sehingga donatur dapat melakukan sumbangan Gerakan Infaq Beras, maka masyarakat atau donatur perlu tahu kegiatan sumbangan yang dilakukan Gerakan Infaq Beras, berikut manfaat. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi, keputusan terakhir Gerakan Infaq Beras harus mempromosikan kegiatan infaq produk tersebut seluas mungkin ke donatur

3.4. Usecase Diagram

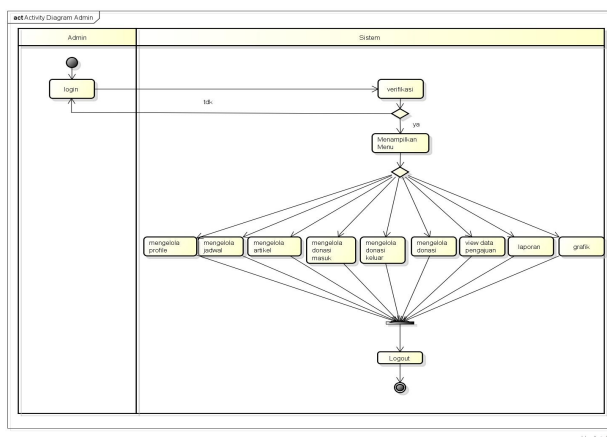
Use case diagram atau diagram use case merupakan pemodelan untuk kelakuan (behavior) sistem informasi yang akan dibuat. Dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini :



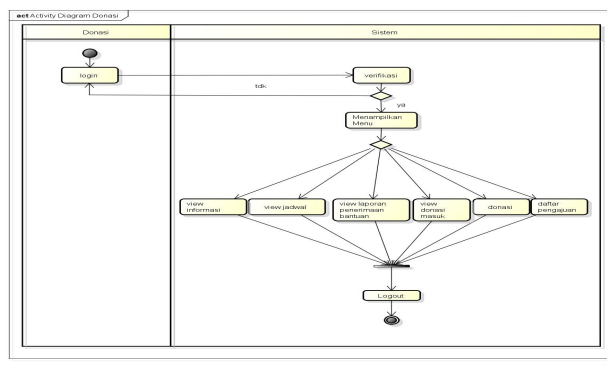
Gambar 3. Usecase Diagram

3.5. Activity Diagram

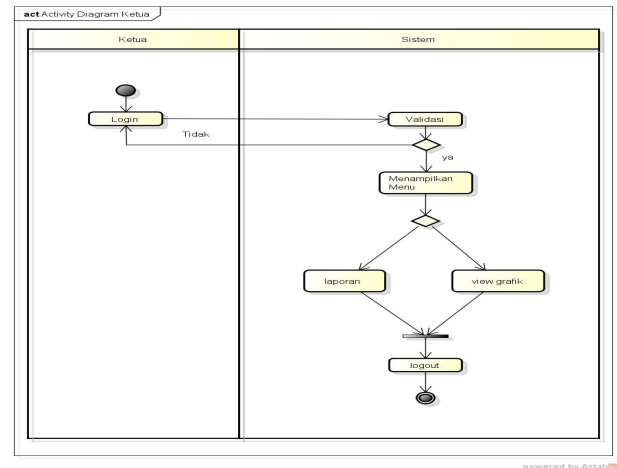
Activity diagram atau Diagram aktivitas menggambarkan workflow (aliran kerja) atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis. Yang perlu diperhatikan disini adalah bahwa diagram aktivitas menggambarkan aktivitas sistem bukan apa yang dilakukan aktor, jadi aktivitas yang dapat dilakukan oleh sistem. Dapat dilihat pada gambar 4 dibawah ini :



Gambar 4. Activity Diagram Admin



Gambar 5. Activity Diagram Donatur



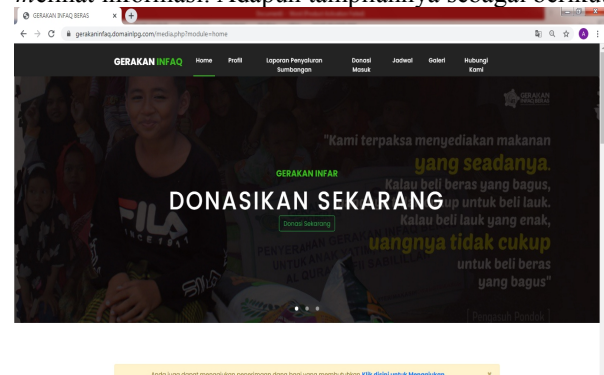
Gambar 6. Activity Diagram Ketua

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Implementasi Sistem

4.1.1 Menu Utama

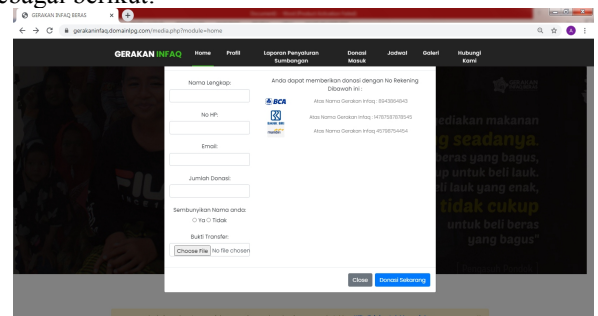
Pada halaman menu utama dalam *website* ini merupakan tampilan beranda mengenai keseluruhan dan garis besar mengenai isi-isi juga konten didalam *website* untuk melihat informasi. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 7 Implementasi Menu Utama

4.1.2 Menu Donasi

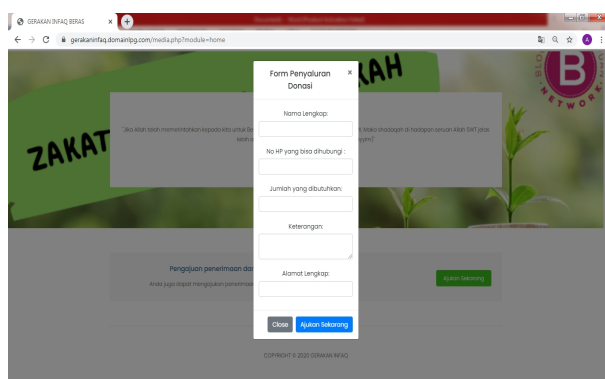
Menu donasi adalah tampilan yang menampilkan tampilan untuk melakukan donasi. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 8 Implementasi Menu Donasi

4.1.3 Menu Pengajuan

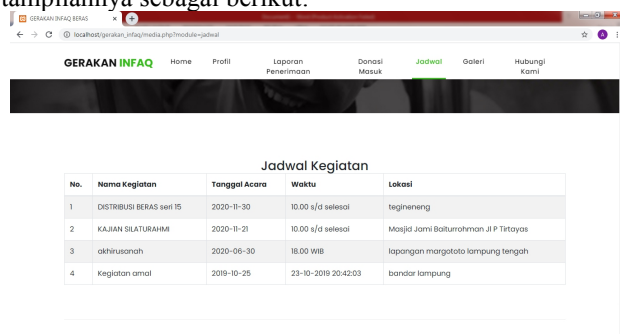
Menu pengajuan adalah tampilan yang menampilkan tampilan untuk melakukan pendaftaran pengajuan donasi. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 9 Implementasi Menu Pengajuan

4.1.4 Menu Jadwal

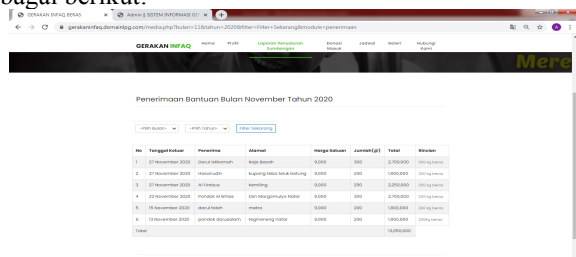
Menu jadwal adalah tampilan yang menampilkan tampilan untuk melihat jadwal donasi. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 10 Implementasi Menu Jadwal

2.1.1. Menu Laporan Penerimaan Bantuan

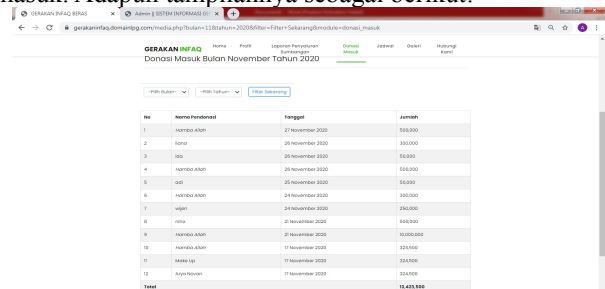
Menu laporan penerimaan bantuan adalah tampilan yang menampilkan tampilan untuk melihat laporan penerimaan bantuan donasi. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 11 *Implementasi* Menu Laporan Penerimaan Bantuan

2.1.2. Menu Donasi Masuk

Menu donasi masuk adalah tampilan yang menampilkan tampilan untuk melihat laporan donasi masuk. Adapun tampilannya sebagai berikut:



Gambar 12 *Implementasi* Menu Donasi Masuk

4.2 Hasil Pengujian ISO 25010

Berikut hasil pengujian secara keseluruhan pada aplikasi dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1 Hasil Keseluruhan Pengujian

Aspek	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kriteria
<i>Fuctinonality</i>	215	280	76.79	Cukup
<i>Reliability</i>	70	120	70.00	Cukup
Total	285	400	71.25	Cukup

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan melibatkan 4 Responden bahwa kesimpulan kualitas kelayakan perangkat lunak yang dihasilkan memiliki persentase keberhasilan dengan total rata-rata **71.25%**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai persentase yang diperoleh menunjukkan kualitas perangkat lunak secara keseluruhan mempunyai skala **“Cukup”**.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Analisis pemesanan infaq beras pada Grakan Infaq Lampung menggunakan marketing mix dengan tahapan 4P yaitu *produk*, *price*, *people*, dan *promosi*.
2. Pengelolaan data penggalangan dana infaq beras pada Grakan Infaq Lampung akan secara otomatis masuk kedalam akun admin jika donator melakukan donasi dan dana keluar akan diinputkan sesuai dengan kegiatan yang dilakukan infaq beras serta diinput oleh bagian admin untuk menjadi pelaporan pengeluaran dan pendapatan dana.
3. Pembangunan dan implementasi sistem pemesanan penggalangan dana infaq beras pada Grakan Infaq Lampung menggunakan metode pengembangan sistem *prototype* dan diimplementasikan menggunakan bahasa pemrograman PHP, *database* MySQL dan dirancang dengan pemrograman berorientasi objek yaitu *usecase*, *activity diagram*, dan *class diagram*. Sistem ini diuji menggunakan ISO 25010 dengan melibatkan 4 Responden bahwa kesimpulan kualitas kelayakan perangkat lunak yang dihasilkan memiliki persentase keberhasilan dengan total rata-rata **71.25%**.

Daftar Pustaka

- [1] Taufani, M. K., Riyadi And Dewantara, R. Y. (2016) 'Analisis Dan Desain Sistem Informasi Pemasaran (Studi Pada Sistem Informasi Pemasaran Untuk Promosi Cv . Intan Catering)', Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol., 38(2), Pp. 1–10.
- [2] Maghfiroh, S. (2015) 'Model Manajemen Strategis Pemberdayaan Ekonomi Umat Melalui Zakat,Infak, Sedekah (Studi Kasus Pada Lazis Qaryah

- Thayyibah Purwokerto)', *Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 5(2), Pp. 81–111.
- [3] Tampubolon, M. And Mulyono, H. (2014) 'Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web Untuk Komoditi Perkebunan Unggulan Pada Dinas Perkebunan Provinsi Jambi', *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 12(4).
- [4] Azizah, D. Z. (2020) 'Marketing Mix Pada Perpustakaan', (071116077), Pp. 1–28.
- [5] Imam, D. (2016) 'Rancang Bangun Website Smk Ypn Abadi Prabumulih Dengan Menggunakan Bootstrap', *Sistem Informasi*, Pp. 1–10.
- [6] Mcload, R. (2017) *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [7] Abran, A. Et Al. (2018) 'Iso-Based Models To Measure Software Product Quality', *Software Quality Measurement – Concepts And Approaches*, Pp. 61–96.
- [8] Candra, R. Et Al. (2014) 'Perancangan E – Customer Relationship Management Pada Pt . Samudera Bersaudara', 9(1), Pp. 67–76.
- [9] Dzaky, A. S. (2011) 'Rancang Bangun Sistem Informasi Manajemen Berbasis Web Pada Penerimaan Dan Pengeluaran Zakat Infaq Dan Sadaqah', Pp. 1–208.
- [10] Kotler And Keller (2016) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.