

PERANCANGAN APLIKASI TAUTAN KATALOG BERBASIS WEBSITE SEBAGAI OPTIMALISASI KONVERSI CALON PELANGGAN PADA PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI UMKM

Muhammad Patria^{1*}, Fakhria Nur Sabrina², Muhamad Idris³
^{1,2,3} Universitas Dian Nusantara, Jakarta

Corresponding Author: muhammad.patria@undira.ac.id



Diterima : 02/11/2021
Direvisi : 16/04/2022
Dipublikasi : 22/04/2022

Abstract: *The COVID-19 pandemic has had a tremendous impact on the world economy. The pandemic has hampered many sectors, especially the Micro, Small and Medium Enterprises industry, MSMEs have to rack their brains to keep their business activities going, so many MSMEs switch to selling through digital platforms, including social media. However, the function of social media as a catalog becomes ineffective because it mixes with new content uploaded for updating. So there needs to be a special media that only contains a catalog of a collection of products. Small-scale MSME actors generally use web links to direct potential buyers to product catalog pages on social media. Generally, this web link will be listed on the biodata profile on MSME social media accounts. However, web link service providers charge a fairly expensive operational fee because they have to buy a premium account. Therefore, a web-based link application is needed that serves to display the MSME product catalog. This link application will be targeted as potential customer conversion optimization, making it easier for potential customers to place orders via WhatsApp by simply accessing the links contained in the catalog. This website-based catalog link application is very useful to help MSME marketing in attracting potential customers.*

Keywords: *Product catalog, Social media, Pandemic, SMEs, Web catalog link*

Abstrak: Pandemi COVID-19 menyebabkan dampak yang luar biasa terhadap ekonomi dunia. Pandemi membuat banyak sektor terhambat, terutama industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM harus memutar otak agar kegiatan usahanya tetap berlangsung, sehingga banyak UMKM beralih melakukan penjualan melalui platform digital, termasuk media sosial. Namun, fungsi media sosial sebagai katalog menjadi tidak efektif karena bercampur dengan konten-konten baru yang diunggah untuk melakukan pembaruan. Sehingga perlu ada media khusus yang hanya berisi katalog dari kumpulan produk. Para pelaku UMKM berskala kecil pada umumnya memanfaatkan web tautan untuk mengarahkan calon pembeli ke halaman katalog produk di media sosial. Umumnya web tautan ini akan dicantumkan pada profil biodata di akun media sosial UMKM. Namun, penyedia layanan web tautan mengenakan biaya operasional yang cukup mahal karena harus membeli akun premium. Oleh karena itu, dibutuhkan aplikasi tautan berbasis web yang berfungsi untuk menayangkan katalog produk UMKM. Aplikasi tautan ini akan ditargetkan sebagai optimalisasi konversi calon pelanggan, sehingga memudahkan calon pelanggan untuk melakukan pemesanan melalui WhatsApp dengan hanya mengakses tautan yang terdapat pada katalog. Aplikasi tautan katalog berbasis website ini sangat bermanfaat untuk membantu pemasaran UMKM dalam menarik minat calon pelanggan.

Kata Kunci: Katalog produk, media sosial, pandemi, umkm, web tautan katalog

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 menyebabkan dampak yang luar biasa terhadap ekonomi dunia. Adanya pandemi menjadikan banyak sektor terhambat. Mulai dari sektor pendidikan, perekonomian, transportasi, pelayanan publik, hingga perindustrian, terutama industri Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Industri UMKM merupakan salah satu yang paling banyak terkena dampak dari pandemi COVID-19. Terhitung selama pandemi berlangsung, sebanyak 84.7% UMKM di Indonesia merasakan dampak negatif dari pandemi COVID-19 dan sebanyak 13% netral. Hal ini terlihat dari pendapatan UMKM yang rata-rata anjlok sebanyak 53% (Ulya, 2020).

Dengan diberlakukannya status pandemi, pusat perbelanjaan, restoran dan industri-industri lainnya banyak yang terpaksa tutup akibat adanya kebijakan pembatasan sosial berskala besar demi memutus rantai penyebaran COVID-19, sehingga menyebabkan banyak pelaku industri (termasuk UMKM) untuk beralih melakukan penjualan melalui platform digital, termasuk media sosial.

Media sosial saat ini sudah menjadi tren dalam melakukan komunikasi bisnis dan pemasaran produk. Media sosial merupakan sebuah media berbasis daring (online), dengan para penggunanya bisa berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Ada beberapa media sosial yang sedang banyak digunakan masyarakat Indonesia saat ini, antara lain WhatsApp, Instagram, Twitter, Line, Telegram, Facebook, Youtube, dan lain-lain. Media sosial banyak dimanfaatkan sebagai media bisnis, baik dari produk yang sudah terkenal maupun produk buatan sendiri. Melalui internet, para pelaku usaha dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran, dengan jangkauan yang luas, akses mudah dan biaya murah. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya wirausahawan yang mencoba menawarkan berbagai macam produk melalui media sosial.

Media sosial merupakan sebuah perantara sangat menarik minat UMKM untuk melakukan pengembangan bisnis. Media sosial juga memiliki pengaruh yang sangat besar dimana masyarakat lebih cepat dan mudah menerima informasi lewat internet. Dengan akses yang mudah dan cepat, hal tersebut dimanfaatkan para pelaku UMKM untuk lebih berani dalam mempromosikan produk-produknya karena jaringan internet yang luas dan tidak ada batasan waktu dan wilayah, sehingga menjadikannya sebagai media pemasaran yang efektif (Winarti, 2021).

Pada umumnya, UMKM akan menampilkan produk-produk mereka, layaknya sebuah katalog, pada akun media sosial yang mereka buat. Facebook dan Instagram menjadi salah satu media sosial yang dipilih untuk menayangkan katalog produk di media sosial. Namun, karena media sosial harus dipelihara dengan baik dengan selalu melakukan pembaruan terhadap konten baru, sehingga menyebabkan fungsi media sosial sebagai katalog menjadi tidak efektif karena bercampur dengan konten-konten baru yang diunggah untuk melakukan pembaruan. Sehingga perlu ada media khusus yang hanya berisi katalog dari kumpulan produk.

Ada beberapa solusi yang bisa diambil oleh UMKM untuk menyalahi hal tersebut. Pertama, para pelaku UMKM bisa membuat akun terpisah yang berfungsi sebagai katalog. Namun hal ini akan menyulitkan UMKM karena harus mengelola dua akun sekaligus. Solusi lainnya, yaitu membuat web e-commerce yang berfungsi untuk menayangkan katalog produk.

Namun hal tersebut akan memerlukan banyak biaya, dan tidak cocok bagi UMKM berskala kecil.

Para UMKM berskala kecil pada umumnya memanfaatkan web tautan (seperti Linktree, Tap.bio, dan lain sebagainya), yang berfungsi untuk mengumpulkan tautan untuk mengarahkan calon pembeli ke halaman katalog produk di media sosial, serta berfungsi untuk mengarahkan calon pembeli menuju kontak WhatsApp dari UMKM tersebut. Umumnya web tautan ini akan dicantumkan pada profil biodata di akun media sosial UMKM. Namun, penyedia layanan web tautan umumnya akan mengenakan biaya operasional yang cukup mahal karena harus membeli akun premium agar bisa menikmati fitur yang lebih lengkap (Satrio, 2020).

Permasalahan ini juga dihadapi oleh UMKM yang bergerak di industri catering rumahan, yakni Catering Shakira. Catering Shakira merupakan UMKM berskala kecil yang memiliki usaha catering dan masakan rumahan, yang dirintis sejak tahun 2020 oleh Ibu Siti. Catering Shakira beralamat di Jalan Susukan, Pabuaran, Bojonggede, Kabupaten Bogor. Catering Shakira melayani pemesanan catering dan masakan rumahan di area Jakarta, Depok, dan Bogor.

Sebagai salah satu UMKM yang juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasarannya, Catering Shakira juga memiliki masalah terkait pengelolaan katalog di media sosial, yakni Instagram, dimana katalog yang ditayangkan bercampur dengan konten lain. Sehingga menyebabkan banyak calon pembeli yang menanyakan ulang terkait produk masakan apa yang ditawarkan oleh Catering Shakira, karena terlalu banyak konten yang tayang di akun Instagram tersebut.

Oleh karena itu, peneliti berinisiatif untuk membuat proposal penelitian dengan judul “Perancangan Aplikasi Tautan Katalog Berbasis Website sebagai Optimalisasi Konversi Calon Pelanggan pada Pemasaran Media Sosial di UMKM”, dimana untuk mengatasi permasalahan yang disebutkan di atas, peneliti akan merancang aplikasi tautan berbasis web yang berfungsi untuk menayangkan katalog produk UMKM. Aplikasi tautan ini akan ditargetkan sebagai optimalisasi konversi calon pelanggan, sehingga memudahkan calon pelanggan untuk melakukan pemesanan melalui WhatsApp dengan hanya mengakses tautan yang terdapat pada katalog.

Aplikasi tautan ini juga dibuat sefleksibel mungkin agar dapat direplikasi ke UMKM lainnya, tidak hanya bagi Catering Shakira. Selain itu, kemudahan akses dan pengelolaan katalog juga akan menjadi hal penting yang akan diperhatikan dalam membuat perancangan aplikasi.

KAJIAN PUSTAKA

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menyebutkan definisi UMKM sebagai berikut: Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan

cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan UU No 20 tahun 2008 di atas jelas menunjukkan perbedaan yang cukup besar baik dari segi aset ataupun omzet antara usaha mikro dengan kecil dan usaha kecil dengan menengah. Namun yang jelas secara keseluruhan UMKM berperan dalam pembangunan perekonomian nasional, hal ini sesuai juga dengan UU No 20 Tahun 2008 Bab II pasal yang berbunyi: “usaha mikro kecil dan menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.” (Winarti, 2021).

Usaha Katering

Usaha makanan adalah salah satu jenis dari UKM di negara berkembang yang biasanya dijalankan oleh perempuan berdasarkan kemampuan mereka memasak sebagai ibu rumah tangga tetapi terkadang pria juga mampu menjalankan usaha ini. Dalam hal ini usaha makanan lebih spesifik mengarah pada sektor katering. Pertumbuhan usaha katering di kota di Indonesia secara umum telah berkembang dengan pesat karena permintaan yang tinggi atas kebutuhan konsumen untuk acara pernikahan, perkumpulan keluarga, rapat, dan acara-acara kenegaraan. Beberapa tahun lalu usaha katering belum dikelola secara profesional, dan peralatan yang digunakannya juga belum canggih (Samir & Larso, 2011).

Menurut Purwati, katering adalah suatu usaha di bidang jasa dalam hal menyediakan/melayani permintaan makanan, untuk berbagai macam keperluan (Purwati, 1994). Sedangkan Moehyi menyatakan bahwa katering adalah jenis penyelegaraan makanan yang tempat memasak makanan berbeda dengan tempat menghidangkan makanan. Makanan jadi diangkut ke tempat lain untuk dihidangkan, misalnya ke tempat penyelenggaraan pesta, rapat, pertemuan, kantin atau kafetaria industri (Moehyi, 1992).

Usaha katering adalah salah satu jenis usaha mikro bisnis rumahan yang menerapkan cara praktis dan efisien waktu bagi mereka yang membutuhkan berbagai makanan tanpa mengelolanya sendiri ataupun menyediakan peralatan acara karena membutuhkan tenaga, dana dan waktu yang besar. Usaha ini menawarkan makanan untuk berbagai kebutuhan acara seperti pesta, kantor, seminar dan lainnya. Berkembangnya usaha katering baik usaha kecil maupun usaha menengah di perkotaan menimbulkan persaingan usaha, sehingga usaha katering membutuhkan kemampuan pengelolaan yang baik dalam segi produksi yaitu penggunaan bahan baku, tenaga kerja dan kemampuan mengelola dan segi pemasaran yaitu pelayanan dan cita rasa makanan, disamping itu diperlukan juga strategi pengembangan usaha kedepannya (Rawis, Panelewen, & Mirah, 2016).

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu, dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui e-book, jurnal, buku, berita, selain itu juga berasal dari studi kasus pada UMKM Catering Shakira, yang beralamat di Jalan Susukan, Pabuaran, Bojonggede, Kabupaten Bogor. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui cara berikut ini:

1. Observasi

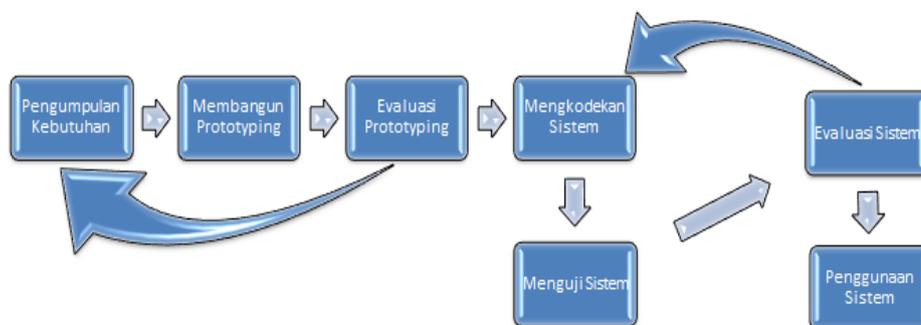
Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat penelitian dilakukan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka langsung dengan narasumber dengan cara tanya jawab secara langsung.

Metode Prototyping

Prototyping perangkat lunak adalah salah satu metode siklus hidup sistem yang didasarkan pada konsep model bekerja (*working model*). Tujuannya adalah mengembangkan model menjadi sistem final. Artinya sistem akan dikembangkan lebih cepat dari pada metode tradisional dan biayanya menjadi lebih rendah.



Gambar 1. Urutan fase pada metode *prototyping*

Fase-fase dalam metode prototyping adalah sebagai berikut:

1. Analisa kebutuhan

Di tahap ini peneliti melakukan identifikasi aplikasi dan semua kebutuhan sistem yang akan dibuat.

2. Membangun prototyping

Membangun prototyping dengan membuat perancangan sementara yang berfokus pada penyajian tampilan aplikasi dalam bentuk mock-up.

3. Evaluasi prototyping

Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah prototyping sudah sesuai dengan ekspektasi.

4. Mengkodekan system

- Pada tahap ini prototyping atau mock-up yang sudah disetujui akan diubah ke dalam bahasa pemrograman.
5. Menguji system
 Di tahap ini dilakukan untuk menguji aplikasi yang sudah dibuat. Pengujian
 6. Evaluasi Sistem
 Aplikasi yang sudah siap jadi akan dievaluasi untuk mengetahui apakah sistem sesuai dengan yang diharapkan.
 7. Menggunakan system
 Perangkat lunak yang sudah diuji dan disetujui oleh obyek penelitian siap digunakan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada metode penelitian dapat dilihat pada Tabel 1 Kerangka Pemikiran di bawah berikut ini.

Tabel 1. Kerangka pemikiran

Input	Perancangan Aplikasi Tautan Katalog Berbasis Website sebagai Optimalisasi Konversi Calon Pelanggan pada Pemasaran Media Sosial di UMKM
Proses	<pre> graph TD A[Komunikasi terkait fitur pada aplikasi tautan katalog] --> B[Perencanaan jadwal, biaya, dan fitur yang akan dirancang] B --> C[Perancangan clickable mock-up aplikasi tautan katalog] C --> D[Pengembangan aplikasi menggunakan framework Laravel] D --> E[Pengujian dan evaluasi terhadap hasil pengembangan aplikasi] E --> F[Deployment dan penggunaan aplikasi oleh UMKM] </pre>
Output	Aplikasi Tautan Katalog Berbasis Website sebagai Optimalisasi Konversi Calon Pelanggan pada Pemasaran Media Sosial di UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rancangan Fitur

Perancangan aplikasi tautan katalog berbasis website ini akan didefinisikan ke dua kategori fungsional terpisah yang terdapat beberapa fitur didalamnya, diantaranya:

1. Front-end User Page

Fitur berikut ini merupakan fitur yang dapat diakses oleh pengunjung website, dimana pengunjung website tersebut merupakan calon pelanggan yang bisa dikonversikan untuk memudahkan proses pemesanan. Fitur tersebut diantaranya:

- a. Fitur Informasi UMKM
- b. Fitur Kontak
- c. Fitur Tautan Katalog
- d. Fitur Deskripsi Katalog
- e. Fitur Tautan Sosial Media

2. Back-end Content Management System

Fitur berikut ini merupakan fitur yang akan dikelola oleh pemilik UMKM untuk mengatur tampilan dari katalog, daftar katalog, informasi UMKM, serta informasi lainnya. Fitur tersebut diantaranya:

- a. Fitur Akses Login
- b. Fitur Pengaturan Akun
- c. Fitur Pengaturan Kontak
- d. Fitur Pengaturan Katalog dan Tampilan
- e. Fitur Pengelolaan Block
- f. Block Teks dan Deskripsi
- g. Block Katalog dan Tautan
- h. Block Tautan dan Deskripsi
- i. Fitur Pengaturan Sosial Media
- j. Fitur Penghitungan Total Kunjungan dan Klik

Rancangan Struktur Data

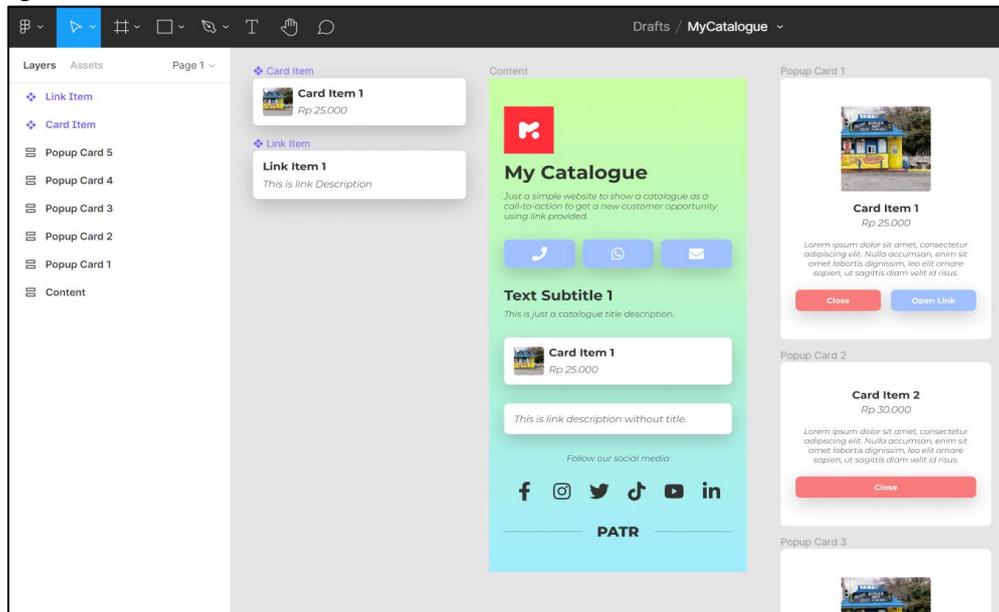
Perancangan aplikasi tautan katalog berbasis website memerlukan beberapa tabel untuk mengelola data, diantaranya sebagai berikut:

1. Tabel *Users*
Tabel *Users* berisi credential pemilik UMKM untuk melakukan login ke dalam *Back-end Content Management System*.
2. Tabel *Password_Resets*
Tabel *Password_Resets* berisi token requests yang bisa dilakukan pemilik UMKM untuk melakukan *reset password*.
3. Tabel *Catalogs*
Tabel *Catalogs* berisi data katalog atau informasi UMKM yang akan tampil ke *user interface* ketika diakses oleh calon pelanggan.
4. Tabel *Socials*
Tabel *Socials* berisi pengaturan komponen media sosial milik UMKM yang bisa diatur di dalam *Back-end Content Management System*.
5. Tabel *Components*
Tabel *Components* berisi komponen block-block yang akan dijadikan katalog untuk ditampilkan ke calon pelanggan. Komponen block terdiri dari tiga tipe: teks deskripsi, katalog tautan, dan teks tautan.
6. Tabel *Failed_Jobs*
Tabel *Failed_Jobs* berisi data catatan informasi insiden apabila ditemui error atau anomali gangguan terhadap fitur yang disediakan.
7. Tabel *Migrations*
Tabel *Migrations* berisi data catatan informasi mengenai proses migrasi fitur dari fase pengembangan ke fase produksi.

Rancangan Prototype

Perancangan *prototype* dilakukan dengan membuat desain *user interface* dan *user experience* dari website tautan katalog yang akan di tampilkan ke calon pelanggan. *Prototype* dirancang menggunakan *tools* Figma yang juga bisa mengimplementasikan *clickable mock-up*,

untuk mempermudah proses pengembangan. Berikut rancangan *prototype* yang dibuat di dalam Figma:



Gambar 2. Rancangan *prototype* website tautan katalog di Figma

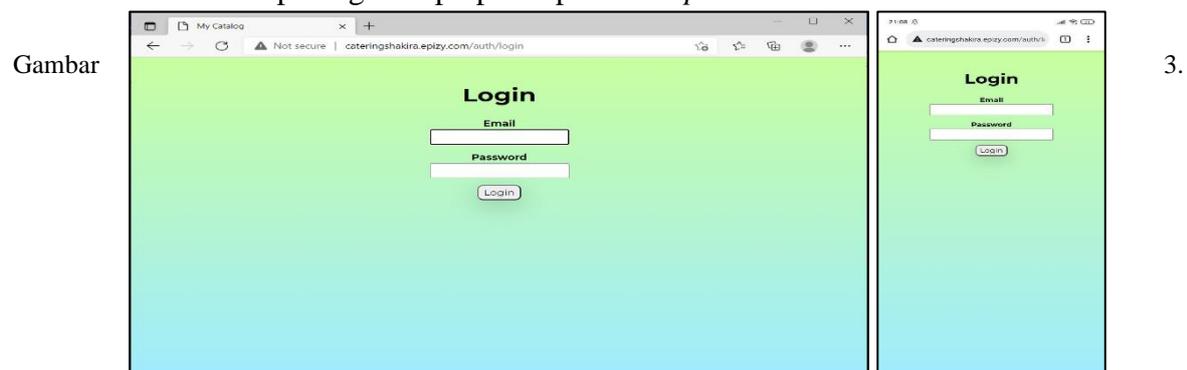
Melalui Gambar 2 dapat dilihat bahwa rancangan *prototype* website tautan katalog dibuat agar *user friendly* sehingga mudah untuk dimanfaatkan bagi *user* pemula sekalipun.

Implementasi Hasil Pengembangan

Pengembangan dilakukan berdasarkan *prototype* yang sudah dirancang melalui Figma. Implementasi hasil pengembangan dirancang untuk UMKM Catering Shakira yang dapat diakses pada alamat: <http://cateringshakira.epizy.com>

Halaman Login

Halaman login pada web tautan katalog dapat dilihat pada gambar di bawah ini, yang bisa diakses melalui perangkat laptop maupun *smartphone*.



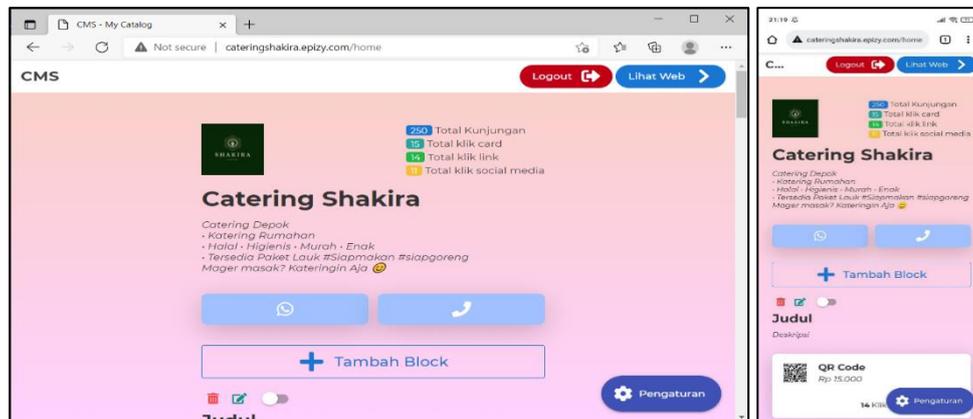
Halaman login ke back-end content management system

Gambar 3 menunjukkan Halaman login untuk ke *back-end content management system*, halaman login ini berfungsi untuk melakukan autentikasi agar pemilik atau pengelola Catering Shakira dapat masuk ke dalam halaman *back-end content management system*. Sehingga, pengelolaan katalog ke dalam web hanya dapat dilakukan oleh orang yang memiliki otorisasi.

Halaman web juga dibuat *user-friendly* agar mendukung pemilik atau pengelola katalog dalam mengakses melalui peramban web pada smartphone.

Halaman *Back-end Content Management System*

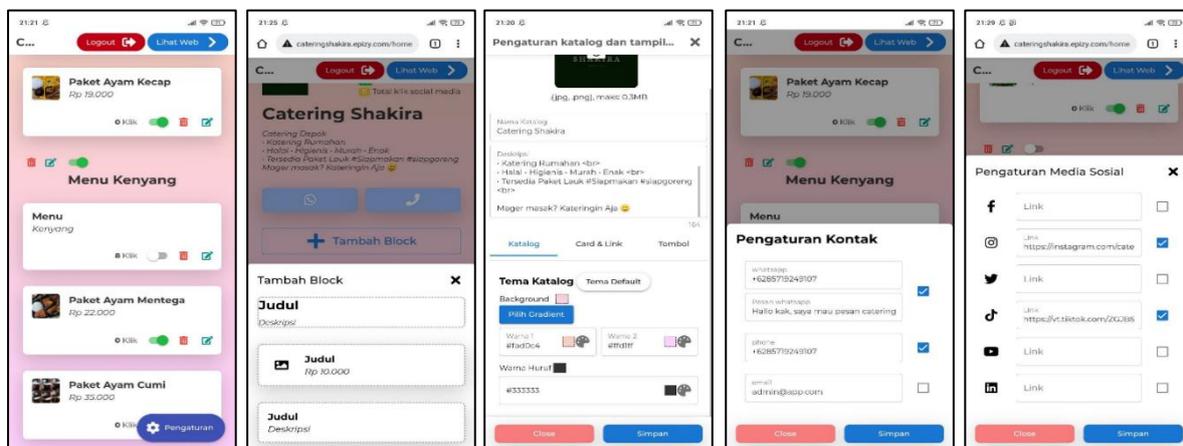
Halaman *back-end content management system* pada web tautan katalog dapat dilihat pada gambar di bawah, yang juga bisa diakses melalui perangkat laptop maupun smartphone.



Gambar 4. Halaman *back-end content management system*

Gambar 4 menunjukkan Halaman *back-end content management system* yang berfungsi agar pemilik atau pengelola Catering Shakira dapat melakukan pengelolaan tampilan halaman dan katalog. Dalam hal ini, mereka juga dapat menambahkan deskripsi dan pengaturan-pengaturan lainnya yang akan disajikan ke pengunjung web. Halaman web ini juga dibuat *user-friendly* agar proses konfigurasi dan pengelolaan katalog bisa dilakukan kapan saja, karena sudah mendukung tampilan pada perangkat smartphone.

Pengelolaan katalog dilakukan dengan menambah block yang terdapat tiga macam sesuai dengan rancangan, yaitu *block* teks dan deskripsi, *block* katalog dan tautan, serta *block* tautan dan deskripsi. Untuk mengurutkan posisi tampilan *block*, dapat dilakukan dengan *drag-n-drop* pada *block* yang ingin digeser posisinya. Kemudian, untuk pengaturan tampilan dan akun, dapat dilakukan dengan mengakses tombol Pengaturan, yang terdapat pada pojok kanan bawah dari halaman web. Terdapat tiga macam pengaturan, yaitu pengaturan akun, kontak, dan tampilan katalog.

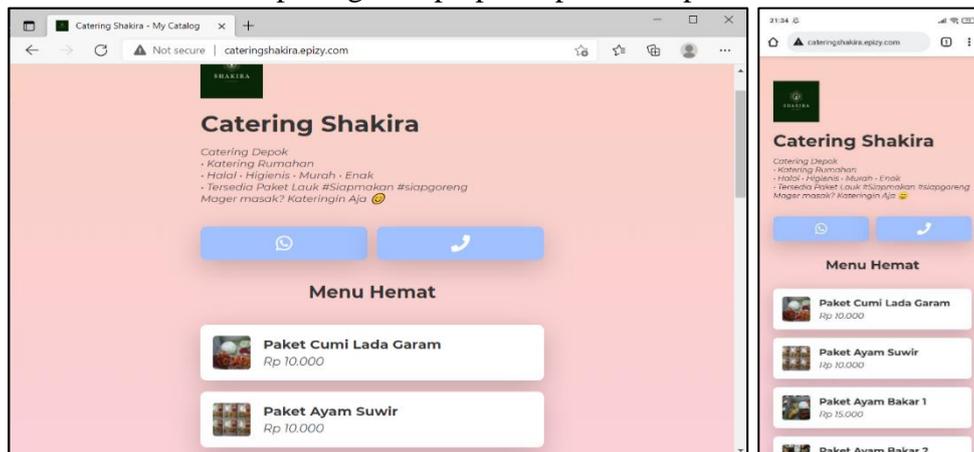


Gambar 5. Pengaturan block, tampilan, kontak, dan media sosial

Gambar 5 menunjukkan pengaturan *block*, tampilan, kontak dan media social, untuk mengatur tautan media sosial, dapat diakses melalui tombol edit pada block media sosial di paling bawah halaman web. Terdapat 6 media sosial populer yang dapat ditampilkan ke halaman web.

Halaman *Front-end User*

Halaman *front-end user* pada web tautan katalog dapat dilihat pada gambar di bawah ini, yang bisa diakses melalui perangkat laptop maupun smartphone.



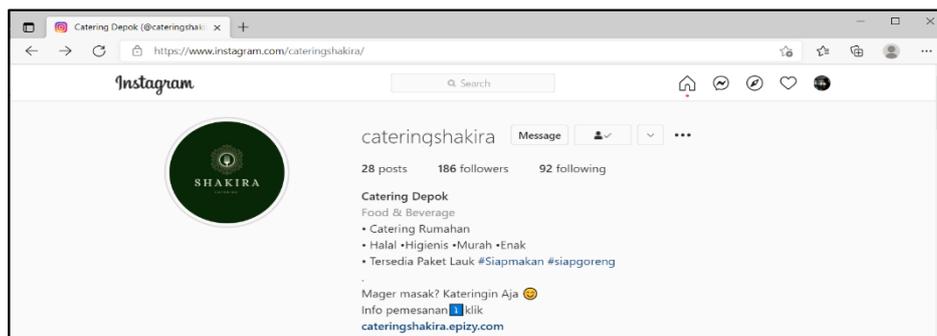
Gambar 6. Halaman *front-end user*

Gambar 6 menunjukkan halaman *front-end user* yang merupakan halaman utama yang diakses oleh pengunjung web atau calon pelanggan dari Catering Shakira. Halaman inilah yang berfungsi sebagai web tautan katalog, dimana terdapat daftar tautan yang berbentuk seperti sebuah katalog, dimana apabila pengunjung melakukan klik pada salah satu produk, maka akan menampilkan deskripsi dan akses ke tautan yang dituju. Dalam hal ini, tautan yang dituju pada web Catering Shakira merupakan tautan ke kontak whatsapp dari Catering Shakira.

Untuk mengetahui bagian katalog mana yang menarik minat pengunjung, maka setiap klik yang dilakukan pengunjung pada masing-masing produk, maupun media sosial, akan dihitung dan dicatat. Sehingga, pemilik atau pengelola Catering Shakira dapat mengetahui hasilnya melalui back-end content management system.

Penerapan ke Media Sosial

Tujuan web tautan katalog adalah sebagai media pendukung dalam pemasaran yang dilakukan Catering Shakira di media sosial. Oleh karena itu, langkah publikasi pertama dalam mengenalkan web tautan katalog adalah dengan menambahkan tautan webnya ke dalam media sosial.



Gambar 7. Halaman media sosial Catering Shakira

Gambar 7 menunjukkan halaman media social Catering Shakira, karena itu, tautan web dimasukkan ke dalam biodata media sosial Catering Shakira, yang saat ini menggunakan instagram melalui akun @cateringshakira. Agar, calon pelanggan Catering Shakira dapat mengetahui katalog menu yang disajikan oleh Catering Shakira. Sekaligus, memudahkan calon pelanggan dalam menghubungi dan melakukan pemesanan langsung ke kontak yang tersedia.

Pembahasan

Rancangan fitur *front end User Page, Back end Content Management System*, dirancang sesuai dengan kebutuhan user yang awam, dengan pertimbangan sekalipun calon pelanggan masih awam dengan internet atau gaktek maka tanpa butuh pembelajaran khusus maka calon pelanggan dapat memanfaatkan tautan katalog berbasis web.

Bagi pelaku UMKM aplikasi tautan katalog berbasis website ini diharapkan mampu membantu kegiatan bisnis UMKM khususnya dalam hal pemasaran, karena dengan adanya tautan ini maka UMKM dengan mudah dapat diketahui keberadaannya, bidang usahanya dan barang atau jasa apa yang dijualnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian Aplikasi Sistem Informasi *helpdesk*, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem informasi *helpdesk* ini merupakan sebuah aplikasi yang dapat menyajikan informasi monitoring keluhan secara *real-time*.
2. Sistem informasi *helpdesk* ini dapat mencatat semua keluhan yang tersimpan pada database dan untuk dijadikan bahan evaluasi kepada Pimpinan Kantor ABC.
3. Sistem informasi *helpdesk* ini memberikan kemudahan baik untuk karyawan Kantor ABC maupun staff IT untuk keluhan-keluhan kendala TIK

Saran

Sistem informasi *helpdesk* ini dibuat sampai tahap implementasi dan uji coba, namun masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki untuk tahapan yang lebih baik. Berikut saran yang dapat penulis berikan :

1. Diharapkan sistem Informasi *helpdesk* ini dapat dikembangkan tidak hanya berbasis website saja, namun dikembangkan dalam bentuk *mobile application*.
2. Fitur chat yang terintegrasi dengan database interaktif dapat diaplikasikan dalam website.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, E. Y. dan Irviani, R. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Antonio, H dan Safriadi, N. (2012). *Rancang Bangun Sistem Informasi Administrasi Informatika (SI-ADIF)*, Diakses 12 November 2021, dari Universitas Tanjungpura.
- Bagaskoro. (2019). *Pengantar Teknologi Informatika dan Komunikasi Data*. Yogyakarta: Budi Utama.

-
- Chafid, N., Kusumawati, K., dan Imami, R. (2017) Analisis dan Perencanaan Aplikasi Ticketing Pada Layanan Atm dengan Menggunakan Arsitektur 3 Tier. *Jurnal Satya Informatika*, 2(2), 9-21.
- Elgamar. (2020). *Buku Ajar Konsep Dasar Pemrograman Website Dengan Php*. In Ndari Pangesti (Ed.), CV. Multimedia Edukasi, Vol. 1.
- Enterprise, Jubilee. 2017. *Otodidak Pemrograman Database dengan Visual Basic*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Helpdesk Trouble Ticket PT. Satkomindo Mediyasa. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*. Vol 2. No.2.
- Iga Wulandari. dan Ahmar Adil. (2020). Perancangan Aplikasi Helpdesk Pelayanan Lalu Lintas Berbasis Andorid. *Jurnal BITE*, Vol.2 No,1 22-30.
- Indah Permana. (2021). Model Aplikasi Helpdesk Ticketing System Berbasis Web Menggunakan Metode RAD. *Jurnal Informasi dan Komputer*. Vol.9. No.2
- Jogiyanto, (2017). *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Maulana A. (2019). Penerapan Model Rapid Application Development pada Aplikasi Helpdesk Trouble Ticket PT. Satkomindo Mediyasa. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*. Vol 2. No.2.