

Pengembangan Platform Digital Melalui E-Katalog dalam Rangka Diseminasi Informasi pada PT. Uola Pandawa Sejahtera di Yogyakarta

Saffira Putri¹, Azizah Azizah^{1*}, Iwan Hermawan¹, Dika Vivi W¹

Politeknik Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

azizah@polines.ac.id

| Received: 14/05/2024 | Revised: 23/05/2024 | Accepted: 26/05/2024 |

Copyright©2024 by authors, all rights reserved. Authors agree that this article remains permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License

Abstrak

Transformasi Digital (TD) bukan hanya peluang teknologi, melainkan juga kebutuhan mendesak untuk memenuhi harapan masyarakat yang terus berkembang. Perusahaan saat ini harus mengadopsi metode lebih efisien dan efektif dalam mengelola informasi serta berkomunikasi dengan pelanggan. *Digital Marketing*, sebagai implementasi penting dari TD, memungkinkan perusahaan berinteraksi dengan pelanggan melalui saluran digital seperti media sosial, email, dan website. Dalam konteks ini, PT Uola Pandawa Sejahtera, yang beroperasi di industri transportasi dalam gedung, menghadapi kesulitan dalam mendistribusikan informasi produk dan layanannya. Menggunakan katalog cetak konvensional yang mahal dan kurang fleksibel, serta tertinggal dengan kompetitornya yang lebih dulu menggunakan digital marketing, mereka memutuskan untuk beralih ke inovasi e-katalog berbasis website. Tujuan penelitian ini adalah merancang platform e-katalog untuk PT Uola Pandawa Sejahtera dengan pendekatan metode *Waterfall*. E-katalog menggantikan katalog cetak, memungkinkan perusahaan memperbarui informasi secara real-time, meningkatkan interaksi pelanggan, dan mengurangi biaya operasional. Hasil pengujian menunjukkan e-katalog memberikan kemudahan akses informasi, meningkatkan keterlibatan, dan mengurangi biaya cetak. Rekomendasi melibatkan pembaruan berkala, optimisasi SEO, dan pelatihan admin. Penelitian ini berkontribusi penting bagi PT Uola Pandawa Sejahtera, memungkinkan mereka tetap relevan dalam era digital, memberikan pelayanan unggul kepada pelanggan, serta mengurangi biaya pencetakan katalog.

Kata kunci: Diseminasi Informasi, Digitalisasi, E-katalog, *Waterfall*

Abstract

Digital Transformation (DT) is not just a technological opportunity but also an urgent necessity to meet the evolving expectations of society. Nowadays, businesses are required to adopt more efficient and effective methods in managing information and communicating with customers. Digital Marketing, as a crucial implementation of DT, enables companies to interact with customers through digital channels such as social media, email, and websites. In this context, PT Uola Pandawa Sejahtera, operating in the creative industry,

faces challenges in disseminating product and service information. Using traditional costly and inflexible printed catalogs and lagging behind competitors who have embraced digital marketing, they decided to transition to the innovation of a web-based e-catalog. The aim of this research is to design an e-catalog platform for PT Uola Pandawa Sejahtera using the Waterfall method. The e-catalog replaces printed catalogs, allowing the company to update information in real-time, enhance customer interactions, and reduce operational costs. Test results show that the e-catalog provides easy access to information, boosts engagement, and reduces printing costs. Recommendations involve regular updates, SEO optimization, and admin training. This research significantly contributes to PT Uola Pandawa Sejahtera, enabling them to remain relevant in the digital age, provide superior customer service, and cut printing expenses.

Keywords: Dissemination of information, digitalization, e-catalog, waterfall

1. Pendahuluan

Kraus dkk. (2021), Transformasi Digital (TD) telah berkembang dari sebuah peluang teknologi menjadi kebutuhan penting untuk secara efektif memenuhi tuntutan dan harapan populasi dunia yang terus bertambah. Era digital ini, perkembangan teknologi membawa berbagai perubahan dalam bidang pemasaran. Kemajuan teknologi informasi telah mengubah ruang lingkup pemasaran global dalam beberapa tahun terakhir. Metode komunikasi pemasaran yang dulunya tradisional dan konvensional kini terintegrasi ke dalam ranah digital (Desai dan Vidyaapeeth, 2019).

Penerapan digital marketing berfungsi untuk memberi informasi produk maupun perusahaan itu sendiri pada masyarakat dengan cepat dan tidak memerlukan biaya yang mahal untuk menyampaikan informasi produk yang dipromosikan (Sunardi, & Hasbiayah, 2021). Para profesional bisnis menggunakan platform digital, termasuk mesin pencari, media sosial, email, dan situs web, untuk berinteraksi dengan klien yang sudah ada dan calon klien. Sesuai kebutuhan ide-ide inovatif yang selalu harus diperbaharui oleh para pelaku di industri kreatif, terdapat keunggulan dalam pemanfaatan jaringan media sosial sebagai alat perantara dalam berbagi pengetahuan. Inovasi yang diusung mencakup beberapa kemajuan, antara lain digitalisasi aktivitas perusahaan yang dilakukan melalui website, seperti pembuatan katalog elektronik. Katalog elektronik adalah versi katalog yang terkomputerisasi mencakup daftar lengkap entitas atau layanan, beserta spesifikasi jenis, merek, spesifikasi teknis, harga, dan jumlah produk atau layanan yang tersedia.

Informasi yang ada menunjukkan bahwa PT Uola Pandawa Sejahtera masih tertinggal dalam menyebarkan informasi tentang produk dan layanan yang ditawarkannya. E-katalog menjadi alat yang sangat penting untuk menyebarkan informasi tentang produk, layanan, dan solusi yang ditawarkan perusahaan kepada pasar dan pelanggan potensial. Arah penelitian ini adalah melakukan pembangunan e-katalog secara strategis dapat digunakan untuk memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan maupun produk atau layanan yang ditawarkan.

Tujuan penelitian yakni untuk Merancang dan membangun e-katalog pada PT Uola Pandawa Sejahtera. Pembuatan e-katalog ini membuat perusahaan menjadi up to date dan mudah

untuk diakses kapan saja serta dimana saja, PT Uola Pandawa Sejahtera membutuhkan e-katalog sebagai platform digital untuk menggantikan katalog cetak konvensional karena e-katalog dapat memangkas biaya operasional pencetakan dan distribusi katalog.

2. Metodologi Penelitian

2.1 Metode Pengumpulan Data

Sebelum memulai Menyusun Tugas Akhir, Langkah awal yang harus dilakukan yaitu mengumpulkan data yang diperlukan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi dalam sebuah penelitian diartikan sebagai pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan melibatkan seluruh indera untuk mendapatkan data. Observasi merupakan pengamatan langsung dengan menggunakan penglihatan, penciuman, pendengaran, perabaan, atau kalau perlu dengan pengecapan (Anufia 2019). Metode observasi yang dilaksanakan adalah pengamatan untuk mencari informasi-informasi yang tidak dapat diperoleh dari data dokumentasi maupun sumber online dengan cara mengamati langsung dan mencatat data-data perusahaan yang mendukung dalam penyusunan Tugas Akhir.

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu dialog yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi dari responden. Instrumennya dinamakan pedoman wawancara atau interview guide. Dalam pelaksanaannya, interview dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur (bebas). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan mengenai informasi profil usaha dan informasi produk yang dibahas dalam penyusunan Tugas Akhir kepada direktur dan karyawan PT Uola Pandawa Sejahtera untuk mendapatkan informasi yang tepat dan terpercaya.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka dengan cara mempelajari berbagai buku dan mengumpulkan berbagai jurnal, browsing internet, paper, maupun penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya, terutama yang berkaitan dengan topik penelitian guna mendapatkan data yang akurat dan informasi yang relevan sesuai dengan penelitian yang diambil (Rochman, Hanafri et al. 2020). Studi pustaka dilakukan dengan membaca berbagai buku mengenai perancangan e-katalog yang sesuai dengan topik sehingga mendapatkan data pendukung secara lengkap yang dapat digunakan sebagai pendukung pokok pembahasan landasan teori dalam penyusunan tugas akhir.

2.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Data primer dapat diperoleh melalui metode seperti survei, wawancara, observasi, atau eksperimen. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui

wawancara dengan direktur dan karyawan PT Uola Pandawa Sejahtera. Informasi yang diperoleh antara lain adalah informasi profil usaha dan informasi produk (Hair, 2019).

b. Data Skunder

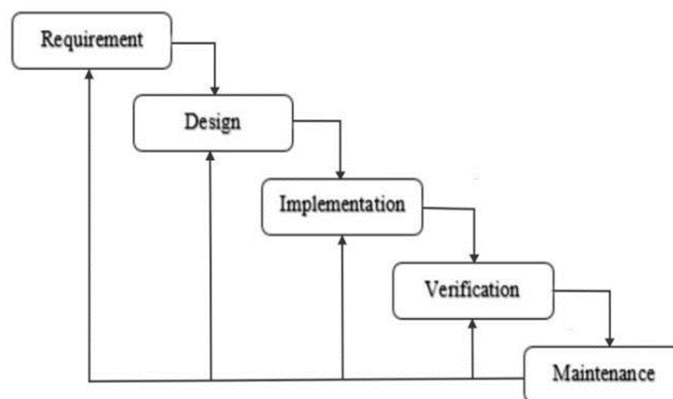
Data sekunder mencakup data yang dikumpulkan oleh organisasi atau individu lain untuk tujuan selain penelitian yang sedang dilakukan. Data sekunder dapat ditemukan dalam publikasi akademik, laporan industri, basis data perusahaan, atau sumber lain yang menyimpan informasi yang relevan (Hair, 2019).

2.3 Pengembangan Sistem

System Development Life Cycle (SDLC) merupakan suatu bentuk penggambaran tahapan proses pengembangan sistem (Silitonga and Purba 2021). Tahapan System Development Life Cycle (SDLC) diantaranya adalah perencanaan. Sistem (planning), analisis sistem (analyzing), perancangan sistem (design), implementasi sistem (implementation), dan pemeliharaan sistem (system maintenance) (Inggi, Prayudi et al. 2018).

a. Waterfall

Metode air terjun atau yang sering disebut metode waterfall seing dinamakan siklus hidup klasik (classic life cycle), nama model ini sebenarnya adalah “Linear Sequential Model” dimana hal ini menggambarkan pendekatan yang sistematis dan juga berurutan pada pengembangan perangkat lunak, dimulai dengan spesifikasi kebutuhan pengguna lalu berlanjut melalui tahapan-tahapan perencanaan (planning), permodelan (modelling), konstruksi (contruction), serta penyerahan sistem ke para pengguna (deployment), yang diakhiri dengan dukungan pada perangkat lunak lengkap yang dihasilkan. Model waterfall pertama kali diperkenalkan oleh Winston Royce sekitar tahun 1970 sehingga sering dianggap kuno, tetapi merupakan model yang paling banyak dipakai didalam Software Engineering (SE). Saat ini model waterfall merupakan model pengembangan perangkat lunak yang sering digunakan. Model pengembangan ini melakukan pendekatan secara sistematis dan berurutan. Disebut waterfall karena tahap demi tahap yang dilalui harus menunggu selesainya tahap sebelumnya dan berjalan berurutan. Model pengembangan ini bersifat linear dari tahap awal pengembangan sistem yaitu tahap perencanaan sampai tahap akhir pengembangan sistem yaitu tahap pemeliharaan. Tahapan berikutnya tidak akan dilaksanakan sebelum tahapan sebelumnya selesai dilaksanakan dan tidak bisa kembali atau mengulang ke tahap sebelumnya Menurut (Wahid 2020). Tahapan dari metode waterfall adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Metode Penelitian WaterFall

Sumber: Wahid, 2020

Berikut adalah keterangan metode waterfall:

a. Requirement

Selama fase ini, pengembang sistem menginginkan komunikasi efektif yang berfokus pada pemahaman kebutuhan perangkat lunak dari pengguna dan batasan perangkat lunak. Data dapat diperoleh melalui wawancara, musyawarah, atau survei langsung. Data diekstraksi dari informasi untuk memberi informasi yang diperlukan kepada pengguna.

b. Design

Selama fase ini, pengembang merumuskan desain sistem yang membantu mengidentifikasi perangkat keras dan prasyarat sistem, serta membangun arsitektur sistem secara menyeluruh.

c. Implementation

Selama fase ini, sistem pertama kali dibangun menggunakan program kecil yang disebut unit, yang kemudian digabungkan pada tahap berikutnya. Pengujian unit adalah proses mengembangkan dan menguji fungsi setiap unit.

d. Verification

Selama fase ini, sistem menjalani verifikasi dan pengujian untuk melihat apakah memenuhi persyaratan sistem, baik seluruhnya atau sebagian. Pengujian dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori: pengujian unit, pengujian sistem, dan pengujian penerimaan.

e. Maintenance

Ini merupakan fase akhir dari metodologi air terjun. Perangkat lunak yang telah selesai dijalankan dan ditegakkan. Pemeliharaan melibatkan perbaikan kesalahan yang sebelumnya tidak terdeteksi (Wahid 2020).

3. Hasil dan Pembahasan

Bentuk kegiatan penelitian ini adalah mengembangkan website e- katalog sebagai media deseminasi pada PT Uola Pandawa Sejahtera. Kegiatan bertujuan membantu PT Uola Pandawa Sejahtera untuk mengikuti arus digitalisasi yang telah mengubah cara orang memperoleh informasi. Semakin banyaknya pengguna internet dan perangkat mobile, e-katalog menjadi alat efisien untuk menyampaikan informasi pada target audiens secara online. E- katalog

memanfaatkan teknologi digital yang canggih untuk menciptakan pengalaman interaktif dan memudahkan akses informasi kapan saja dan di mana saja.

Penelitian ini memerlukan teori-teori yang mendukung dan berkaitan langsung dengan permasalahan dan ruang lingkup pembahasan sebagai landasan dalam penyusunan penelitian ini:

a. Digital Platform

Digital mengacu pada pemahaman kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan, yang mencakup transisi dari proses manual ke proses otomatis dan dari proses yang rumit ke proses yang ringkas. Saat ini, kemajuan teknologi digital sudah dimulai. Teknologi digital mengacu pada teknologi yang menghilangkan kebutuhan akan pekerjaan manusia atau manual. Namun, biasanya merupakan sistem operasi otomatis yang menggunakan sistem terkomputerisasi atau format yang kompatibel dengan pembacaan komputer (Dr. Musnaini, 2022).

b. Pemasaran Digital (digital marketing)

Pemasaran digital, sering dikenal sebagai pemasaran online, mengacu pada penggunaan strategis media digital untuk mempromosikan dan mengiklankan suatu merek atau produk. Di era revolusi industri keempat dan masyarakat 5.0, metode pemasaran digital memainkan peran penting dalam membangun koneksi, berinteraksi dengan konsumen, dan mempromosikan barang. (Dr. Musnaini 2022).

c. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah tindakan mempromosikan penawaran organisasi dan menyampaikan pentingnya kegiatan pemasaran yang mempengaruhi persepsi konsumen. Dalam konteks pemasaran modern dan kemajuan sistem komunikasi dan media, pemasaran tidak terbatas pada sekadar memperkenalkan produk atau layanan berkualitas tinggi, harga bersaing, dan ketersediaan produk. Saat ini diperlukan komunikasi interaktif yang berkelanjutan dengan pelanggan lama dan calon pelanggan (Mulitawati dan Retnasary 2020).

d. Diseminasi Informasi

Distribusi informasi mengacu pada proses penyebaran informasi dan ide-ide baru secara luas kepada khalayak umum. Ibrahim (1988:29) menyatakan dalam Kristiawan, M., majalah Suryanti yang berjudul "Inovasi Pendidikan" bahwa penyebaran informasi melibatkan serangkaian modifikasi dalam pendistribusian informasi yang dikonsept, diarahkan, dan dikendalikan. Konsekuensinya, terjadi aliran pengetahuan bersifat timbal balik untuk mencapai konsensus terhadap suatu gagasan.

e. E-katalog

Katalog elektronik adalah versi digital dari katalog yang mencakup daftar lengkap entitas atau layanan, bersama dengan informasi terperinci tentang jenis, merek, karakteristik teknis, harga, dan kuantitasnya. E-Katalog tidak mempunyai tanggal kadaluarsa karena dapat diubah sewaktu-waktu. Oleh karena itu, tidak perlu dilakukan pencetakan ulang secara terus-menerus, tidak seperti katalog manual (Jonatan: 2022). E-katalog yang optimal untuk katalog produk ditandai tidak adanya biaya pencetakan, tidak adanya batasan jumlah atau warna, dan tidak adanya biaya distribusi (Darmansah et al., 2022).

f. Website

Web merupakan salah satu komponen platform berbasis internet. Halaman web dapat diakses menggunakan teknologi web server, dimana penyedia halaman web menggunakan HTML sebagai bahasa standar dan HTTP sebagai saluran pengiriman dokumen web (Rochman, Hanafri et al., 2020). Website adalah sebuah platform online yang berfungsi sebagai halaman informasi

yang dapat diakses melalui internet, memungkinkan pengguna mengaksesnya dari lokasi mana pun selama memiliki koneksi internet. Situs web adalah kumpulan elemen yang terdiri dari teks, gambar, suara, dan animasi, menjadikannya media menawan untuk mengakses konten informatif.

g. Domain

Domain mengacu pada nama unik yang ditetapkan ke server komputer, seperti server web atau server email, di jaringan komputer atau internet. Tujuan utama dari domain adalah untuk memfasilitasi aksesibilitas server bagi pengguna internet. Selain itu, ini berfungsi untuk mengingat nama server yang dikunjungi, sehingga menghilangkan kebutuhan untuk mengingat rangkaian digit kompleks yang dikenal sebagai alamat IP. URL atau alamat situs web adalah frasa lain yang digunakan untuk merujuk ke suatu domain (Rochman, Hanafri et al. 2020).

h. Hosting

Hosting mengacu pada lokasi penyimpanan tempat semua konten file situs web disimpan, biasanya di server file. Web hosting terkadang disebut sebagai web server atau server dalam ranah internet (Rochman, Hanafri et al. 2020). Hosting merupakan tempat menyimpan file/dokumen dari website. Jika membandingkan domain dengan alamat kantor, hosting mungkin diibaratkan sebagai bangunan fisik itu sendiri. (Hartati 2020)

i. Wordpress

WordPress adalah aplikasi perangkat lunak yang tersedia secara gratis yang berfungsi sebagai mesin blogging. WordPress menggunakan bahasa pemrograman PHP bersama dengan database MySQL (Rochman, Hanafri et al. 2020).

j. Flowchart

Flowchart (bagan alir) merupakan cara penggambaran langkah untuk menyelesaikan masalah digambarkan dengan bagan-bagan (Sutoyo, 2018:25). Santoso & Nuralina (2017:86) menjelaskan pengertian flowchart sebagai berikut. Diagram alur adalah gambaran grafis dari suatu algoritma atau teknik yang digunakan untuk memecahkan suatu masalah. Memanfaatkan diagram alur memfasilitasi identifikasi komponen yang diabaikan selama analisis masalah, sehingga meningkatkan kenyamanan pengguna. Selain itu, diagram alur berfungsi sebagai sarana komunikasi yang berharga di antara pemrogram yang berkolaborasi dalam tim proyek.

3.1 Survei Sistem

Survei sistem berfungsi sebagai tahap awal dalam metodologi air terjun. Tahap ini dilakukan sebelum pengembangan desain sistem. Untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada saat ini secara menyeluruh. Di PT Uola Pandawa Sejahtera, proses identifikasi masalah melibatkan pengumpulan data yang sudah ada. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan diskusi melalui program chatting. Data berkaitan operasional bisnis PT Uola Pandawa Sejahtera yang meliputi profil perusahaan, portofolio produk, aktivitas penjualan, serta informasi lengkap mengenai produk dan spesifikasinya.

3.2 Analisis Sistem

3.2.1 Analisis Sistem Lama (*Legacy System*)

Dalam proses diseminasi informasi produknya PT Uola Pandawa Sejahtera masih menggunakan sistem pendekatan konvensional dalam menyediakan informasi tentang produk dan layanan mereka kepada pelanggan. Perusahaan mungkin telah mengandalkan katalog fisik yang dicetak untuk memberikan informasi tentang produk dan layanan mereka kepada pelanggan. Katalog ini mungkin harus dicetak ulang secara berkala untuk mencakup perubahan produk atau

penawaran baru. Informasi produk mungkin juga disebarakan melalui media konvensional seperti katalog, brosur, pamflet, dan materi cetak lainnya.

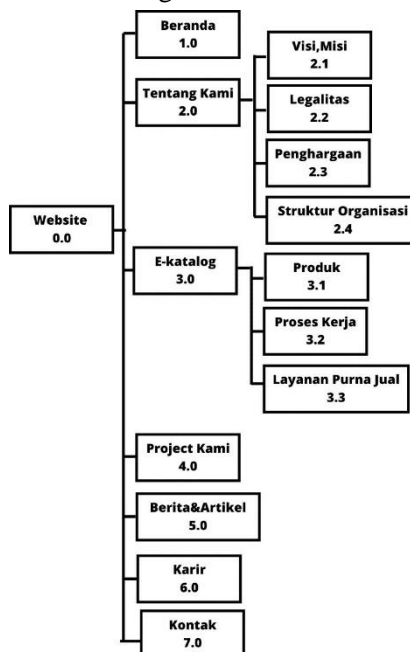
3.2.2 Analisis Sistem Baru (To be System)

Karena ketidakefisienan metode penyebaran informasi sebelumnya, maka diciptakanlah sistem baru bernama e-katalog untuk mendistribusikan informasi melalui website. PT Uola Pandawa Sejahtera memilih desain website menggunakan WordPress karena antarmukanya yang ramah pengguna, sangat cocok untuk pemula, dan kemampuannya mengakomodasi banyak pengguna. Tujuan pembuatan e-katalog adalah sebagai platform untuk meningkatkan layanan. Selain itu dengan media E-katalog ini adalah platform digital yang dapat diakses melalui website perusahaan. Ini memberikan pelanggan akses online untuk melihat berbagai informasi tentang produk, layanan, dan penawaran yang tersedia.

3.3 Design System

3.3.1 Hierarchy Input Process Output (HIPO)

Hierarchy Input Process Output (HIPO) adalah alat deskripsi program untuk meningkatkan efisiensi dan pemeliharaan program. Berikut ini adalah rancangan HIPO front end dan HIPO back end dalam pembuatan e-katalog PT Uola Pandawa Sejahtera.



Gambar 2 Diagram Hipo Front End

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

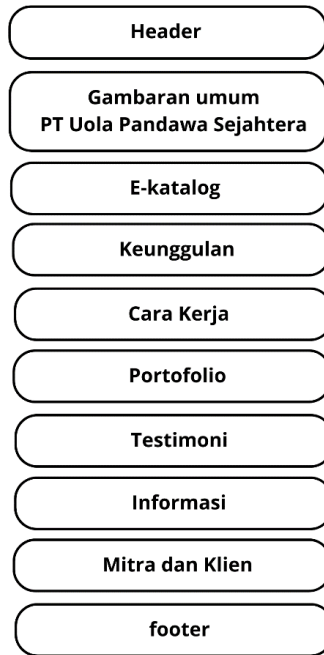
Berikut ini penjelasan rancangan HIPO *FRONT END* dalam pembuatan e-katalog PT Uola Pandawa Sejahtera.

Tabel 4 Penjelasan Hipo Front End

(1.0) Beranda	Beranda meruakan halaman utama dari e-katalog yang berisi gambaran secara umum Perusahaan, e-katalog, keunggulan Perusahaan, cara kerja Perusahaan, portofolio, testimoni, informasi, mitra dan klien.
(2.0) Tentang kami	Tentang kami merupakan halaman yang berisi penjelasan dari perusahaan PT Uola Pandawa Sejahtera. Yang berisi mengenai sejarah, visi-misi, legalitas, penghargaan, kepengurusan.
(3.0) E-katalog	Pada bagian e-katalog terdapat nama-nama produk beserta detailnya, seperti gambar dan spesifikasi produk tersebut.
(4.0) Project kami	Halaman Proyek berisikan gambar- gambar proyek yang telah diselesaikan PT Uola Pandawa Sejahtera
(5.0) Berita & Aritkel	Berita berisikan berita dan artikel terbaru yang berkaitan dengan industry <i>elevator</i> , eskalator dan <i>powerware</i>
(6.0) Kontak	Kotak berisikan informasi untuk pengunjung web untuk menghubungiPerusahaan.

3.3.2 Desain Layout

Situs web e-katalog PT Uola Pandawa Sejahtera menggunakan desain tata letak yang ramah pengguna untuk memastikan pemahaman dan aksesibilitas yang mudah bagi pengguna. Berikut gambar layout halaman beranda pada website e-katalog



Gambar 4 Layout

Sumber : Data primer yang di olah 2023

Berikut ini adalah penjelasan desain layout halaman beranda pada PT Uola Pandawa Sejahtera.

- a. Header: Pada bagian header terdapat alamat Perusahaan, logo sosial media, logo perusahaan dan juga slogan perusahaan. Selain itu terdapat tombol hubungi kami. Terdapat juga kolom navigasi menu utama diantaranya beranda, tentang kami, e-katalog, proyek, berita, karir dan kontak.
- b. Gambaran Umum Perusahaan: Bagian ini berisikan informasi umum bahwa PT Uola Pandawa Sejahtera merupakan Perusahaan yang bergerak di industri lift, eskalator, dan powerware.
- c. E-katalog : Pada bagian e-katalog ini menampilkan secara garis besar produk-produk yang dipasarkan PT Uola Pandawa Sejahtera
- d. Keunggulan Kami: Keunggulan kami berisikan keunggulan-keunggulan yang ditonjolkan PT Uola Pandawa Sejahtera untuk menarik kliennya.
- e. Cara Kerja: Cara kerja berisikan prosedur yang digunakan jika berkerjasama dengan PT Uola Pandawa Sejahtera.
- f. Portofolio: Berisikan gambar-gambar proyek yang sudah terselesaikan
- g. Testimoni: Bagian ini berisikan ulasan pelanggan yang telah membeli unit di PT Uola Pandawa Sejahtera.

- h. Informasi: Berisikan sekilas berita yang terbaru mengenai industry yang ditekuni PT Uola Pandawa Sejahtera
- i. Mitra & klien : Bagian ini berisikan daftar mitra dan klien yang telah dan masih bekerjasama dengan PT Uola Pandawa Sejahtera
- j. Footer: Pada bagian footer menampilkan copyright dan sosial media yang digunakan oleh PT Uola Pandawa Sejahtera, selain itu ada juga terdapat tag line Perusahaan, logo, seta menu-menu yang terdapat di e-katalog ini.

3.4 Implementation Sistem

Setelah proses perancangan selesai, unit perlu dibangun dek dalam E-katalog. Implementasi dalam membangun e-katalog dapat dilihat sebagai berikut:

a. Pembelian Domain dan Hosting

Domain dan hosting e-katalog PT Uola pandawa Sejahtera menggunakan server Rumah Web. Proses pembelian domain dan hosting dilakukan melalui website, rumahweb.com.

b. Instalasi Wordpress

Penginstalan CMS Wordpress sebagai CMS yang digunakan untuk membangun e-katalog.

c. Instalasi Google Console

Memasang Google Console untuk situs web baru memiliki manfaat yang signifikan, seperti skalabilitas otomatis untuk menyesuaikan dengan lalu lintas, kemudahan pengembangan aplikasi, pengelolaan konten dan data yang lebih baik, integrasi mudah dengan layanan Google lainnya.

3.5 Pengembangan E-katalog

Google Trends dan Ubersuggest memberikan manfaat penting bagi website. Google Trends membantu memahami tren pencarian dan mengidentifikasi kata kunci populer, sementara Ubersuggest memberikan wawasan komprehensif tentang kata kunci, pesaing, dan volume pencarian. Kedua alat ini membantu meningkatkan visibilitas, optimasi SEO, dan merancang konten yang lebih relevan dan menarik bagi audiens.

3.5.1 Google Trends

Google Trends adalah sebuah alat dari Google yang memberikan manfaat bervariasi, membantu dalam merancang konten yang lebih relevan dan menarik bagi audiens. Analisis Google Trends tentang tiga kata kunci diatas, yaitu "elevator", "eskalator", dan "perusahaan lift", memberikan wawasan tentang tren pencarian dan minat pengguna seiring waktu. Dalam analisis ini, warna biru mewakili kata kunci "elevator", warna merah mewakili kata kunci "eskalator", dan warna kuning mewakili kata kunci "perusahaan lift". Berikut adalah gambaran tentang analisis Google Trends berdasarkan urutan keyword tertinggi:

a. Eskalator (Warna Merah):

Dalam analisis Google Trends, kata kunci "eskalator" ditunjukkan dengan warna merah. Hasilnya menunjukkan bahwa minat pengguna terhadap kata kunci ini adalah yang tertinggi dalam rentang waktu yang dianalisis. Ini bisa menunjukkan beberapa tren menarik, seperti peningkatan penggunaan eskalator di berbagai jenis bangunan atau potensi pergeseran fokus publik pada layanan transportasi massal yang menggunakan eskalator. Jika warna merah menjadi yang paling dominan dalam grafik, ini menandakan bahwa kata kunci "eskalator" memiliki tingkat minat tertinggi di antara ketiga kata kunci tersebut.



Gambar 6 Keywords Google Trends

b. Elevator (Warna Biru):

Kata kunci "elevator" ditampilkan dalam analisis dengan warna biru. Meskipun memiliki minat yang sedikit lebih rendah daripada "eskalator", kata kunci ini masih menunjukkan tingkat minat yang signifikan. Ini mungkin mencerminkan kepentingan pengguna terhadap pemeliharaan, inovasi, atau layanan terkait elevator. Warna biru, meskipun tidak mendominasi grafik, tetap menunjukkan bahwa kata kunci "elevator" adalah topik yang cukup dicari oleh pengguna.

c. Perusahaan Lift (Warna Kuning):

Kata kunci "perusahaan lift" diwakili dengan warna kuning dalam analisis Google Trends. Meskipun memiliki tingkat minat yang lebih rendah dibandingkan dengan "eskalator" dan "elevator", kata kunci ini tetap relevan bagi mereka yang mencari informasi tentang penyedia jasa lift. Warna kuning mungkin tidak menjadi yang paling dominan dalam grafik, namun tetap mencerminkan minat pengguna terhadap perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri ini.

3.5.2 Ubberr Suggest

Dengan menggunakan alat analisis kata kunci seperti Ubersuggest, perusahaan dapat menganalisis kata kunci yang digunakan oleh kompetitor, khususnya Fujitec. Ini membuka peluang untuk mengidentifikasi area baru yang dapat dioptimalkan dalam konten dan kampanye pemasaran perusahaan. Dengan mengeksplorasi kata kunci yang berhasil memberikan lalu lintas yang signifikan kepada Fujitec, perusahaan dapat menemukan kata kunci yang mungkin telah terlewatkan.

Selain itu, melihat kata kunci yang ditekankan oleh Fujitec memberikan pandangan mendalam tentang tingkat persaingan di pasar yang sama. Ini membantu perusahaan dalam mengukur sejauh mana peran serta dan potensi persaingan di pasar yang spesifik. Analisis ini juga berfungsi sebagai inspirasi untuk mengembangkan strategi konten yang lebih baik. Dengan memahami kata kunci yang efektif digunakan oleh Fujitec, perusahaan dapat merancang strategi konten yang lebih efektif, menciptakan materi yang lebih menarik dan informatif untuk audiens Perusahaan.

Dengan demikian, pemanfaatan Ubersuggest dalam menganalisis kata kunci yang digunakan oleh kompetitor seperti Fujitec membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang yang belum dimanfaatkan, mengisi celah dalam strategi pemasaran, mengukur tingkat persaingan di pasar, dan merancang strategi konten yang lebih unggul. Ini menjadi langkah penting dalam mengoptimalkan upaya pemasaran Perusahaan.

SEO KEYWORDS	VOLUME	POSITION	EST. VISITS
fujitec	390	1	192
pt fujitec indonesia	170	1	86
grha kedoya	5,400	9	79
fujitec indonesia	170	1	78
chase plaza	2,900	5	76
vivo mall	2,900	28	20
mid plaza	4,400	28	18
wisma bni 46	2,400	7	16
hotel vasa surabaya	5,400	14	7

Gambar 9 Keywords Kompetitor

Sumber: Ubersuggest, 2023

4 Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pembuatan website e-katalog sebagai media deseminasi pada PT Uola Pandawa Sejahtera dalam rangka deseminasi informasi dapat meningkatkan pelayanan serta dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Pengembangan e-katalog untuk meningkatkan fleksibilitas karyawan PT Uola Pandawa Sejahtera untuk memperbarui informasi yang ada dan memudahkan pelanggan untuk mengakses informasi produk atau layanan dari PT Uola Pandawa Sejahtera kapan saja dan dimana saja.

.Daftar Pustaka

- Adha, W. M. (2024). DIGITAL MARKETING DEVELOPMENT STRATEGY OF COCOA PRODUCTS. [ESTRATEGIA DE DESENVOLVIMENTO DE MARKETING DIGITAL DE PRODUTOS DE CACAU ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA

COMERCIALIZACIÓN DIGITAL DE LOS PRODUCTOS DEL CACAO] Revista De Gestão Social e Ambiental, 18.

- Alfarisyi, M. I. (2014). "Rancangan sistem informasi layanan alumni ITENAS berbasis web." Reka Integra 2(1).
- Andy Krisianto, S. (2014). *Jago WordPress* Elex Media Komputindo.
- Aryanto, A. a. (2013). "Pembangunan Sistem Penjualan Online Pada Toko Indah Jaya Furniture Surakarta." *Speed-Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi* 4(4).
- Batubara, H. H. (2016). "Penggunaan Google Form Sebagai Alat Penilaian Kinerja Dosen di Prodi PGMI Uniska Muhammad Arsyad Al Banjari." *Jurnal Al Bidayah* 8(1).
- Candra, B. a. (2015). "Pengembangan Sistem Keamanan Untuk Toko Online Berbasis Kriptografi Aes Menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan MYSQL." *Jurnal Mendia Infotama* 11(1).
- Christian, A. e. (2018). "Rancang Bangun Website Sekolah Dengan Menggunakan Framework Bootstrap (Studi Kasus SMP Negeri 6 Prabumulih)." *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)* 7(1): 22- 27.
- Fernandes, Y. D. (2018). "Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang."
- Fithri, D. L. (2018). "Turnitin Rancang Bangun E-Commerce Kerajinan Tas Kabupaten Kudus Berbasis Web Responsive."
- Hadi, S. (2015). *Metodologi riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hermawan, I. e. (2017). Diseminasi Informasi Melalui Media Sosial dan E- Store dalam Rangka Pengembangan Jaringan Pasar pada UKM Industri Kerajinan Logam di Juwana Kabupaten Pati. *Prosiding Sentrinov (Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif)*.
- Himawan, H. e. (2014). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif." *Scientific Journal of Informatics* 1(1): 53-63.
- Iskandar, H. P. (2020). Sistem Informasi Katalog Diler Motor di Kota Garut. *Jurnal Algoritma*, 17(2), 176-183.
- Kaharu, S. a. (2016). "Perancangan Sistem Informasi Pengolahan Data Akademik Pada Tk Al-Hidayah Lolu." *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer* 2(1): 30-40.
- Kraus, S. J.-B.-T. (2021). Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research. *SAGE Open*, 11(3). <https://doi.org/10.1177/2158244021104757> .
- Kurniasih, J. e. (2018). Kajian Pengembangan Generic Product dan Custom Product Perangkat Lunak. Prosiding Seminar Nasional Dinamika Informatika 2018.
- Nurlaila, N. (2018). Transparasi Layanan Izin Usaha (Studi Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan), Universitas Negeri Makassar.

- Rahardja, U. e. (2018). "Pemanfaatan Google Formulir Sebagai Sistem Pendaftaran Anggota Pada Website Aptisi. or. id." *SISFOTENIKA* 8(2): 128-139.
- Siyoto, S. a. (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta, Literasi Media Publishing.
- Suendri, S. a. (2018). "Implementasi Plugin Mathjax Untuk Menampilkan Equation Interaktif Pada Media Pembelajaran Matematika Berbasis Web Menggunakan CMS Wordpress." *AXIOM: Jurnal Pendidikan dan Matematika* 7.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, PT Alfab.
- Sumitre, M. a. (2015). "Rancang Bangun Sistem Pendukung Keputusan Seleksi Penerimaan Tenaga Pengajar Dengan Metode Fuzzy Inference System (FIS) Mamdani." *Jurnal Informatika* 14(1): 61-71.
- Sunardi, N. A. (2021). Marketing Dan Manajemen Keuangan dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(2), 96-104.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta, Start Up.
- Urva, G. a. (2015). "Pemodelan UML E-Marketing Minyak Goreng." *JURTEKSI ROYAL* Edisi2.
- Utama, D. W. (2019). "Rancang Bangun Sistem Informasi Pemesanan Custom Furniture Berbasis Website." *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)* 3(1): 53-67.
- Wahab, A. S. (2021). Penyajian Data Dalam Tabel Distribusi Frekuensi Dan Aplikasinya Pada Ilmu Pendidikan. *Education and Learning Journal*, 2(1), 40-48.
- Zakir, A. (2016). "Rancang Bangun Responsive Web Layout Dengan Menggunakan Bootstrap Framework." *InfoTekJar: Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan* 1(1): 7-10.