



MEDIA PROMOSI KLINIK DOKTER HEWAN DAN PET SHOP ZHAZA

Cyntia Rivatunisa¹, Sukma Puspitorini²

¹²Program Studi Teknik Informatika, STMIK Nurdin Hamzah, Jambi
E-mail: ¹cyntiarvtns@gmail.com, ²sukmapit@gmail.com

Abstract – This paper explains about Veterinary Clinic Promotion Media and Pet Shop as an Effort to Increase consumer trust with the aim to facilitating the promotion of the product to boost sales volume, create a brand image in the minds of consumers to increase consumer confidence, as well give more extensive information about services that is provided at the clinic. The web developer used PHP Programming Language as a display (interface) and Php MyAdmin as a database. Admin input requirements for this website such as admin's data input, product's data input, information's data input, data input. With user input requirements in the form of member data input, order data input and payment's data input. The required process of this needs of this website are in the form of an order transaction process and payment transaction process. And the output requirement of this website in the form of a bill of payment, member data reports and order history data reports.

Keywords: Brand Awareness, Promotion Media, Php MyAdmin, Veterinary, Web.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah membawa dampak yang cukup signifikan dalam berbagai bidang, baik bidang bisnis, usaha ataupun yang lainnya. Dengan teknologi informasi sekarang ini pengolahan data maupun promosi dapat berlangsung lebih mudah, cepat dan *up to date*. Hal ini menyebabkan cara promosi secara konvensional misalnya dengan menyebarkan kartu nama, stiker, poster, memasang umbul-umbul hampir mulai ditinggalkan karena dianggap kurang efisien. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi serta semakin tingginya kebutuhan informasi maka akan mendorong setiap lembaga atau instansi memperbaiki media promosinya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, salah satunya dengan menggunakan sistem informasi berbasis web sebagai media promosi. Hal ini dikarenakan sistem informasi berbasis web lebih praktis dan menawarkan berbagai kemudahan dari segi akses informasi, promosi maupun bisnis.

Berdiri sejak tahun 2017 Klinik Hewan dan *Pet Shop* Zhaza merupakan salah satu klinik hewan terlengkap di kota Jambi. Klinik Hewan dan *Pet Shop* Zhaza berlokasi di Jalan Kol. Amir Hamzah No. 76, Telanaipura, Kota Jambi. Sejak dibuka pada tahun 2017 Klinik yang dipimpin oleh DRH. Berawansyah Putra ini terus mengalami peningkatan pengunjung 20 % setiap tahun-nya. Layanan utama di Klinik Hewan dan *Pet Shop* Zhaza meliputi konsultasi kesehatan, rawat inap, vaksinasi, ultrasonografi (USG), grooming, X-Ray, bedah minor, bedah mayor, obat-obatan bagi hewan peliharaan serta layanan penunjang berupa *home care*, *pet hotel*, dan *Pet Shop*.

Jenis kegiatan pemasaran yang telah dilakukan oleh Klinik Hewan dan *Pet Shop* Zhaza adalah berupa promosi pasif. Promosi pasif berupa pemasaran elektronik beberapa akun di media sosial yaitu Facebook dan Instagram, liputan kegiatan klinik hewan dari media massa yang dimuat di media cetak maupun elektronik. Kegiatan promosi yang dilakukan mayoritas bersifat pasif, terkadang penyampaian informasi tersebut kurang menarik perhatian masyarakat luas.

Hal ini masih dirasa kurang maksimal dalam mengembangkan usaha karena terbatasnya daerah pemasaran yang dijangkau. Semakin banyaknya bisnis Klinik Hewan dan *Pet Shop* akan semakin sulit mengenalkan produknya ke publik sehingga diperlukan solusi untuk menarik konsumen dan selangkah lebih maju dibandingkan kompetitor yang lainnya. Dengan adanya masalah di atas, maka dibutuhkan suatu sistem informasi sebagai media promosi yang dapat membantu dalam mengetahui informasi terkait dengan Klinik Hewan dan *Pet Shop* tersebut. Oleh sebab itu, pengolahan data promosi tersebut diupayakan dapat dioperasikan dengan menggunakan perangkat komputer melalui sistem aplikasi berbasis Web.

Menurut David A. Aaker dalam Rangkuti (2002:36) merek adalah nama dan atau simbol yang bersifat membedakan (seperti sebuah logo, cap atau kemasan) dengan maksud mengidentifikasi barang atau jasa yang yang dihasilkan oleh kompetitor.

Menurut (Humdiana, 2005) *Brand Awareness* (Kesadaran merek) memainkan peran penting saat membeli produk atau layanan dan memiliki kontrol terhadap penilaian risiko yang dirasakan konsumen dan tingkat jaminan mereka tentang keputusan pembelian karena kesadaran dengan merek dan keunikan. (Sri Rahayusih Wilujeng, 2014:05).

Di setiap usaha kesadaran terhadap suatu merek merupakan elemen penting, dengan menciptakan citra merek dalam benak konsumen dapat meningkatkan loyalitas merek, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan meningkatkan volume penjualan.

Promosi merupakan sarana untuk membantu pemasaran yang efektif dalam menjalin komunikasi antara perusahaan dengan konsumen sebagai usaha pembentukan kesadaran merek (*Brand Awareness*).

Adanya hubungan positif dan signifikan antara promosi dan pembentukan *Brand Awareness* Yahya (2014). Daya tarik promosi ini dapat mempengaruhi *Brand Awareness* yang berimbas pada peningkatan *Brand Attitude* (Elysa, 2011).

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana membangun Media Promosi Klinik Dokter Hewan dan *Pet Shop Zhaza* Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membangun Media Promosi Klinik Dokter Hewan dan *Pet Shop Zhaza* Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* agar dapat lebih dikenal masyarakat luas dan mempertahankan sebuah usaha untuk mengubah citra Klinik dokter hewan dan *pet shop zhaza* dengan strategi mempromosikan di media sosial.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Dapat membantu mengembangkan usaha klinik hewan dan *pet shop zhaza* dengan meningkatkan kesadaran merek (*Brand awareness*) yang akan membuat usaha klinik hewan dan *pet shop Zhaza* menjadi *Top of Mind* di masyarakat
2. Dapat membantu memperkenalkan klinik hewan dan *pet shop zhaza* dengan menyampaikan informasi – informasi tentang klinik dan *pet shop zhaza* yang ingin disampaikan ke konsumen dan calon konsumen
3. Dapat meningkatkan kemungkinan Klinik Hewan dan Pet Shop Zhaza untuk terus mendapatkan pembeli baru dan juga pembeli berulang dengan mempertahankan *brand* personanya.
4. Memberikan gambaran, dan keyakinan tentang kualitas dari klinik hewan dan *pet shop Zhaza* kepada masyarakat.

1.5. Metode Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Studi Literatur
pada tahap ini mulai mencari sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat, sumber ini baik berupa jurnal, buku dokumentasi, internet, dan pustaka. Pencarian studi literatur pada penelitian ini tentang media promosi dan pemesanan produk.
2. Pengumpulan Data Terkait Penelitian
Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi kepustakaan.
3. Analisis dan Interpretasi Data
Data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber selanjutnya akan dianalisis dan diinterpretasi.
4. Merancang dan Membangun media promosi klinik dokter hewan dan pet shop zhaza sebagai upaya meningkatkan brand awareness
Perancangan dimulai dengan merancang database, merancang alur kerja sistem dan merancang interface (antarmuka).
5. Implementasi Sistem
Pada implementasi database framework dibuat dengan menggunakan MySQL, alur data digambarkan dalam bentuk DFD (Data Flow Diagram), interface dibangun dengan bahasa pemrograman Web. Pada tahap ini juga di uji untuk input, proses dan output.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Promosi

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. (Buchari Alma, 2014).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya.

2.2. Website Profil

Website profil adalah sebuah website yang menampilkan informasi tentang latar belakang sebuah perusahaan, produk atau layanan, informasi kontak dan berita singkat seputar perusahaan. (Fajar Adi Priyanto, 2014)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa web profil adalah sebuah website yang bertujuan untuk mempromosikan suatu perusahaan dengan menampilkan informasi yang berisi tentang layanan,



produk, fasilitas, kelebihan, informasi kontak seputar perusahaan.

2.3. Klinik Hewan

Klinik hewan adalah tempat usaha pelayanan jasa medik veteriner yang dijalankan oleh suatu manajemen dengan dipimpin oleh seorang dokter hewan penanggung jawab dan memiliki fasilitas untuk pengamatan hewan yang mendapat gangguan kesehatan tertentu. (Peraturan Menteri Pertanian, 2009)

2.4. Brand Awareness (Kesadaran Merek)

Kesadaran merek diciptakan dan ditingkatkan dengan cara meningkatkan keakraban merek melalui paparan berulang sehingga konsumen merasa mengenal merek tersebut (Wulan Suciningtyas 2012).

Dapat disimpulkan bahwa pengertian *Brand Awareness* (Kesadaran Merek) adalah kemampuan konsumen atau calon konsumen mengingat suatu produk dimulai dari tidak menyadari merek tersebut hingga produk tersebut menjadi puncak pikiran di dalam benak konsumen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kebutuhan Masukan (*Input*)

Adapun kebutuhan masukan pada media promosi ini terdiri dari:

1. Data Kasir
Input data kasir untuk menambah data admin yang melakukan login, mencakup username dan password admin.
2. Data Informasi
Input data informasi untuk menampilkan informasi seputar dunia veterinary yang dapat menambah pengetahuan pengunjung.
3. Data Visi Misi
Input data visi misi untuk mengetahui Visi dan Misi dari Klinik Dokter Hewan dan Pet Shop Zhaza itu sendiri.
4. Data Produk
Input data produk untuk menampilkan dan menawarkan produk yang tersedia di pet shop zhaza. Mencakup Id, Nama Produk, Harga, Keterangan dan foto produk.
5. Data Sejarah
Input data sejarah untuk mengetahui sejarah Klinik Dokter Hewan dan Pet Shop Zhaza seperti tanggal berdirinya, perjalanan bisnis, dan hubungan kerjasama.
6. Data Member
Input data member agar member dapat melakukan pemesanan dan pembayaran. Mencakup id, nomor ktp, nama, alamat, email, nomor telepon, nama login, password login dan tanggal daftar.

7. Data pemesanan
Input data pemesanan merupakan data produk yang sudah di pilih untuk di beli oleh member. Mencakup jenis produk, dan jumlah pesanan.
8. Data pembayaran
Input data pembayaran merupakan verifikasi pembayaran atas produk yang sudah di pesan. Mencakup foto bukti transfer.

3.2. Kebutuhan Proses

Adapun kebutuhan proses pada sistem ini terdiri dari:

1. Proses Transaksi Pemesanan
Proses ini berfungsi untuk mengolah data produk yang sudah di pesan.
2. Proses Transaksi Pembayaran
Proses ini berfungsi untuk mengolah data pemesanan yang sudah di bayar.

3.3. Kebutuhan Keluaran (*Output*)

Adapun data keluaran terdiri dari:

1. Laporan Data Produk
Berisi tentang id produk, nama produk, harga, keterangan dan foto produk berdasarkan data produk yang sudah di inputkan.
2. Laporan Data transaksi
Berisi tentang data pemesanan yang sudah melakukan pembayaran.
3. Laporan Data Pengunjung
Berisi tentang data perkembangan jumlah pengunjung di website klinik hewan dan pet shop zhaza.
4. Laporan Data Member
Berisi tentang data pengunjung yang sudah mendaftar menjadi member Mencakup id, nomor ktp, nama, alamat, email, nomor telepon, nama login, password login dan tanggal daftar.
5. Laporan Resi Pengiriman
Berisi tentang nomor resi ekspedisi untuk pengiriman produk yang sudah melakukan pembayaran yang akan di kirimkan via email yang sudah diinputkan saat register

3.4. Kebutuhan Antarmuka

Kebutuhan Antarmuka terdiri dari: antarmuka Halaman Login, halaman menu utama admin, halaman menu utama user, halaman tampil dan input data satgas, halaman tampil aspek dan subaspek, halaman pilih satgas, halaman input nilai, halaman Perhitungan dan halaman cetak laporan.

3.5. Data Flow Diagram (DFD)

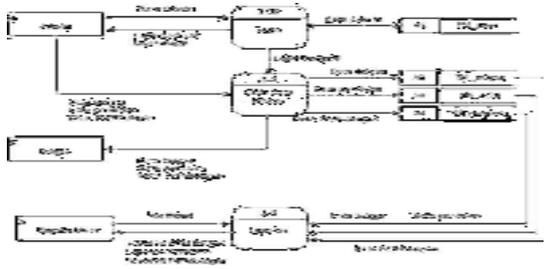
Data Flow Diagram merupakan suatu cara untuk menggambarkan aplikasi secara logika, tentang bagaimana aplikasi tersebut berjalan dari satu bagian ke bagian yang lainnya, dengan menggunakan simbol-simbol dan anak panah sebagai penghubung yang menyatakan arus data dari aplikasi tersebut (Jogiyanto, HM, 2014).

Berikut ini adalah gambar Diagram Konteks dan DFD Level 0.



Gambar 1. Diagram Konteks

Diagram level 0 merupakan diagram berjenjang, diagram level 0 sangat menunjang dari pembuatan laporan secara mendetail, menjelaskan jalannya sistem yang dibangun dan turunan dari diagram level 0 ini terdapat diagram detail yang menggambarkan lebih terperinci lagi, pada gambar 2 diagram level 0 dibawah ini terdapat beberapa entitas dan proses antara lain sebagai berikut :



Gambar 2. DFD Level 0

3.6. Implementasi

Implementasi perangkat lunak dibangun berbasis Web dengan menggunakan Bahasa Pemrograman PHP dan databasenya menggunakan MySQL.

1. Implementasi Halaman Utama

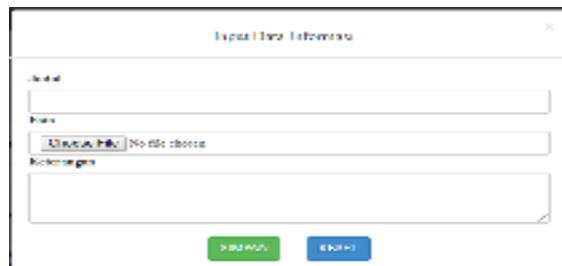
Pada halaman home admin di website klinik hewan dan pet shop zhaza terdapat Data Informasi, Data Produk, Data Riwayat Pemesanan, Data Pembayaran, dan Data Member.



Gambar 3. Implementasi Halaman Utama

2. Implementasi Tampilan Halaman Data Informasi

Halaman ini menampilkan Pada tampilan data informasi terdapat Id, Judul, Isi Dan Aksi.



Gambar 4. Implementasi Halaman Data Informasi

3. Implementasi Halaman Input Data informasi

Pada tampilan halaman data informasi terdapat Judul dan Foto.



Gambar 5. Implementasi Halaman Input Data Informasi

4. Implementasi Halaman edit data informasi

Pada tampilan halaman edit data informasi menampilkan Id, Judul, Keterangan, dan Foto informasi.

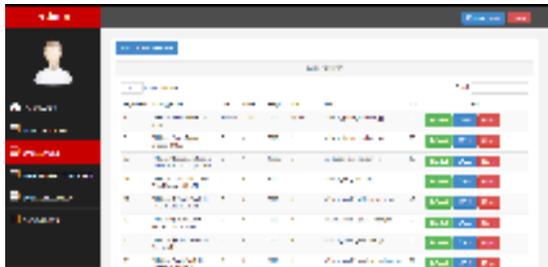


Gambar 6. Implementasi Halaman Edit Data



5. Implementasi Halaman Data Produk

Halaman ini adalah halaman Pada tampilan halaman data produk terdapat Id Produk, Nama Produk, Usia, Berat, Harga, Keterangan, Foto , Stok Dan Aksi.



Gambar 7. Implementasi Halaman Data Produk

6. Implementasi Halaman Input data produk

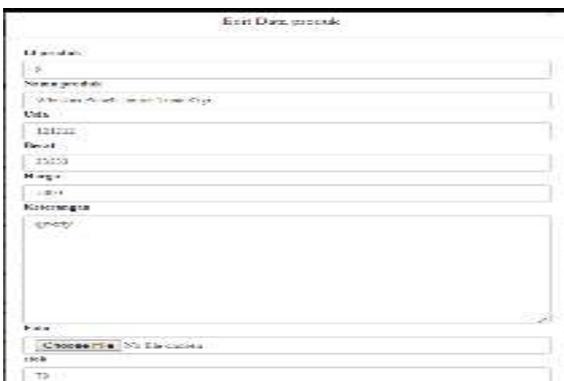
Halaman ini adalah Pada tampilan halaman input data produk terdapat Nama Produk, Usia, Berat, Harga, Keterangan, Foto Dan Stok.



Gambar 8. Implementasi Halaman Input Data Produk

7. Implementasi Halaman Edit data Produk

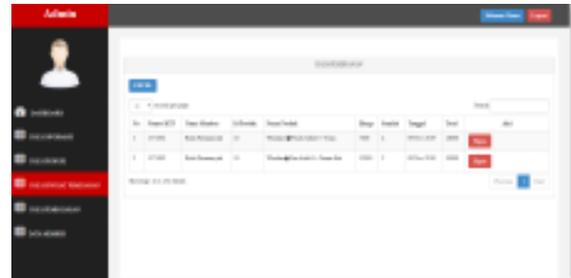
Halaman ini adalah Pada tampilan edit data produk menampilkan data produk.



Gambar 9. Implementasi Halaman Edit Data Produk

8. Implementasi Halaman Data Riwayat pemesanan

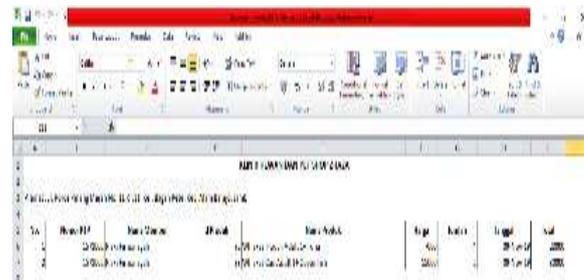
Halaman ini adalah Pada tampilan halaman data riwayat pemesanan terdapat No, Nomor Ktp, Nama Member, Id Produk, Nama Produk, Harga, Jumlah, Tanggal , Total Dan Aksi.



Gambar 10. Implementasi Halaman Data Riwayat Pemesanan

9. Implementasi Laporan Data Riwayat Pemesanan

Pada tampilan laporan data riwayat pemesanan berupa excel terdapat No, Nomor Ktp, Nama Member, Id Produk, Nama Produk, Harga, Jumlah , Tanggal Dan Total.



Gambar 11. Implementasi Laporan Data Riwayat Pemesanan

10. Implementasi Laporan Data Pembayaran

Halaman ini adalah Pada halaman data pembayaran terdapat id member, nama member, jumlah transfer, tanggal, dan bukti.



Gambar 12. Implementasi Laporan Data Pembayaran

IV. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan Pengujian dan penjelasan cara kerja media promosi klinik dokter hewan dan pet shop sebagai upaya meningkatkan brand awareness pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini peneliti menarik suatu kesimpulan:

1. Media promosi klinik dokter hewan dan pet shop zhaza sebagai upaya meningkatkan brand awareness ini menggunakan PHP sebagai bahasa program dan MySQL sebagai databasanya.
2. Media promosi klinik dokter hewan dan pet shop zhaza sebagai upaya meningkatkan brand awareness ini menggunakan PHP sebagai bahasa program dan MySQL sebagai databasanya.
3. Media Promosi ini dapat membantu meningkatkan kesadaran merek klinik dokter hewan dan pet shop zhaza di masyarakat.
4. Dengan adanya media promosi ini user dapat melakukan pemesanan produk dan pembayaran dengan mengunggah bukti transfer, user juga mendapatkan informasi terkait pelayanan, produk, dan nota pembayaran yang ada klinik dokter hewan dan pet shop zhaza.
5. Dengan adanya media promosi ini dapat mempermudah admin dalam mengolah data informasi, data produk, data riwayat pemesanan, data pembayaran, dan data member. Admin juga mendapatkan laporan riwayat pemesanan ,laporan data pembayaran dan laporan data member.

4.2. Saran

Agar kinerja dari program media promosi klinik dokter hewan dan pet shop yang dirancang dapat lebih optimal, maka peneliti berharap:

1. Pengembangan lebih lanjut yaitu dengan menambahkan fitur chatting online yang terhubung langsung dengan dokter tanpa harus berpindah halaman url.
2. Perawatan atau maintenance yang baik dan berkelanjutan perlu dilakukan untuk mengoptimalkan kinerja sistem agar dapat terus berjalan dengan baik.
3. Perlu adanya pelatihan atau pengajaran kepada petugas yang dipersiapkan sebagai admin, agar dapat memahami dan menjalankan aplikasi ini.
4. Diharapkan kedepannya media promosi ini dilengkapi dengan grafik peningkatan pengunjung, form kritik dan saran, serta lokasi klinik dokter hewan dan pet shop zhazha.

DAFTAR REFERENSI

- Ardhana. 2014. *“Rancang Bangun Aplikasi Layanan Perawatan dan Penitipan Hewan Berbasis SMS Gateway Pada Toko Petshop”*. Yogyakarta.
- Daniel, Setiawan. 2013. *“Sistem informasi Bisnis “SI-Bis”*. Cetakan Pertama. Baduose Medika.
- Dosen IT. 2018. *“Kelebihan dan Kekurangan PHP”*. diakses pada tanggal 25 Juli 2019, <<https://dosenit.com/kuliah-it/pemrograman/kelebihan-dan-kekurangan-php>>.
- Enterprise, J. 2018. *“HTML PHP dan MySQL untuk Pemula”*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Fajar, Adi Priyanto. 2014. *“Pemrograman database Mysql untuk pemula”*. MediaKom, Yogyakarta.
- Idcloudhost. 2016. *“Manfaat Dalam Menggunakan Bootstrap Twitter”*. diakses pada tanggal 27 Juli 2019, <<https://idcloudhost.com/5-manfaat-dalam-menggunakan-bootstrap-twitter/>>.
- Kadir, A. 2013. *“Pemrograman Database Mysql untuk Pemula”*. Mediakom, Yogyakarta.
- Omar, Pahlepi. 2014. *“Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi”*. Wedatama Widya Sastra, DKI Jakarta.
- Ronald, P sirait. 2015. *“Sistem Informasi Manajemen Komunikasi Dan Bisnis”*. Erlangga, Jakarta.
- Sutabri. 2013. *“Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Dengan PHP dan MySql”*. Gramedia, Jakarta.
- Tjiptono. 2014. *“Pemrograman WEB PHP”*. Bandung. Informatika Bandung
- Wahana. 2014. *“Sistem Informasi Manajemen”*. Jakarta.
- Wulan, Suciningtyas. 2012. *“Tuntunan Praktis Belajar Database Menggunakan MySQL”*. C.V Andi Offset. Yogyakarta.
- Yuhefizar. 2013. *“Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP dan MySQL”*. C.V ANDI OFFSET, Yogyakarta.



IDENTITAS PENULIS

Nama	: Cyntia Rivatunisa	Nama	: Sukma Puspitorini, ST,M.Kom.
NIDN/NIK	: -	NIDN / NIK	: -
TTL	: Jambi, 24 Juli 1998	TTL	: Jambi, 16 Agustus 1993
Alamat Rumah	: Perum.Pesona Jambi Blok V No. 04 RT 20 Mayang Mangurai Jambi	Alamat Rumah	: Jl. Pelabuhan Talang Duku Rt. 10
Telp.	: 082280426752	Telp	: 085377593806
Emailhyuaz	: cyntiarvtns@gmail.com	Email	: sukmapit@gmail.com