

Analisis dan Perancangan Website E-Business Undangan Pernikahan Digital

Nabil Fauzan¹, Syalom Kristian Manurung², Fendi Pradana Saputra³, Putri Taqwa Prasetyaningrum⁴

Universitas Mercu Buana Yogyakarta / Fakultas Teknologi Informasi / Program Studi Sistem Informasi Yogyakarta, Indonesia

e-mail: ¹ nabilfauzan457@gmail.com, ² syalomkristian09@gmail.com, ³ saputrafendi460@gmail.com, ⁴ putri@mercubuana-yogya.ac.id

Diajukan: 16 Januari 2024; Diterima: 26 November 2024

Abstrak

Undangan pernikahan digital telah menjadi solusi inovatif untuk mengabadikan momen sakral pernikahan secara efisien dan ramah lingkungan. Namun, banyak pengguna mengalami kesulitan dalam memilih dan menggunakan platform yang tepat karena berbagai keterbatasan dan kurangnya informasi. Penelitian ini mengembangkan platform "Jadi Satu" untuk memberikan solusi tersebut dengan fitur-fitur intuitif dan fleksibel. Metode pengujian yang digunakan meliputi blackbox testing untuk memeriksa fungsionalitas sistem. Hasil pengujian menunjukkan bahwa platform ini mampu meningkatkan efisiensi dan kepuasan pengguna secara signifikan.

Kata kunci: Efisien, Digital, Website, Harmoni, Fleksibel.

Abstract

Bringing two people together in love is not just a celebration, but a symbol of harmony and togetherness. In this digital era, "Jadi Satu" is here as an innovative solution to capture that sacred moment through elegant and affordable online wedding invitations. Through the "Jadi Satu" platform, brides-to-be can choose from a variety of classy designs, customize the invitation wording to their liking, and send it to all corners of the world with just a few clicks. Saving time, paper and money, "Jadi Satu" contributes to an eco-friendly and efficient start to family life. The "Jadi Satu" website is designed with an intuitive and user-friendly interface, allowing anyone, regardless of technological expertise, to create with ease. Featured features such as thematic design galleries, flexible text editor, and online RSVP, ensure a fun and memorable invitation drafting experience. More than just an invitation, "Jadi Satu" is committed to being a part of love journey.

Keywords: Efficient, Digital, Website, Harmony, Flexible.

1. Pendahuluan

Pernikahan, sebagai salah satu momen paling berkesan dalam kehidupan, telah mengalami evolusi yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi. Dalam era digital ini, konsep pernikahan tidak hanya terbatas pada upacara fisik di hadapan kerabat dan teman-teman, tetapi juga memasuki ranah virtual melalui perkembangan e-business. Dengan semakin meningkatnya ketergantungan pada internet, kemudahan akses, dan kebutuhan untuk menciptakan pengalaman pernikahan yang unik, munculnya website undangan pernikahan online menjadi fenomena yang menarik.[1]. Namun, pengguna sering mengalami kesulitan dalam memilih platform yang tepat karena keterbatasan fitur dan informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan platform undangan pernikahan digital yang inovatif, mengidentifikasi masalah yang dihadapi pengguna, dan menawarkan solusi yang efektif. Penelitian terdahulu menunjukkan adanya kebutuhan yang besar untuk solusi undangan pernikahan digital yang lebih baik, namun belum ada platform yang benar-benar memenuhi semua kebutuhan pengguna.

E-Commerce merupakan proses transaksi jual beli secara online melalui jaringan internet dimana penjual dan pembeli dipertemukan dalam dunia maya contohnya penjualan surat undangan pernikahan dan jenis E-Commerce yang cocok digunakan dalam penjualan surat undangan adalah Business to Customer.[2]

Pada saat era pandemi dulu banyak warga Indonesia memilih layanan online dalam berbagai aktivitas. Banyak toko online bermunculan. Banyak perusahaan yang beralih dari konvensional ke digital. Aktivitas belanja online semakin banyak digunakan untuk membeli sepeda motor, mobil, peralatan rumah tangga, perlengkapan anak dan perlengkapan kantor, atau mencari lowongan kerja.[3]

Perkembangan zaman menyebabkan masyarakat Indonesia mempunyai kecenderungan memilih menggunakan jasa online dalam berbagai aktivitas. Hal ini ditandai dengan banyaknya situs-situs penjualan secara online, seperti; Tokopedia, Lazada, Shopee dan lain sebagainya. Dalam situs-situs tersebut masyarakat dimudahkan dengan berbagai akses untuk mencari barang dan jasa yang diinginkan. Semisal dalam situs Tokopedia terdapat kategori jenis penjualan barang seperti; baju, celana, properti, keperluan pribadi, elektronik dan gadget, hobi dan olahraga, rumah tangga, perlengkapan bayi dan anak.[4]

Dalam ragam bisnis online juga terdapat jasa penjualan undangan pernikahan. Bisnis ini memiliki peminat yang cukup banyak, perlu diingat pernikahan merupakan suatu kebutuhan dalam kehidupan manusia. Salah satu syarat pada upacara pernikahan adalah kartu undangan untuk memberi informasi acara pernikahan kepada seseorang yang dituju. Sebelum adanya bisnis online, setiap orang yang ingin membuat undangan pernikahan akan mengunjungi tempat pembuatan undangan secara langsung. Namun semenjak berkembangnya teknologi online, tempat pembuatan undangan tak harus dikunjungi secara langsung, melainkan bisa mengunjunginya melalui aplikasi atau situs online yang menyediakan jasa tersebut. Selain itu, kini tersedia media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsaap.[5]

Jurnal ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang konsep e-business dalam konteks undangan pernikahan online, mengidentifikasi perubahan paradigma dalam penyelenggaraan pernikahan, dan menganalisis dampaknya terhadap berbagai aspek seperti efisiensi, kreativitas, dan interaktivitas. Dengan fokus pada website undangan pernikahan online, penelitian ini akan membahas bagaimana platform digital ini memberikan solusi yang inovatif dan efektif dalam mengatasi berbagai tantangan yang mungkin dihadapi oleh pasangan yang akan menikah.[6]

2. Metode Penelitian

Metodologi Penelitian adalah proses tahapan penelitian yang akan dilakukan, dalam metodologi Penelitian terdapat 2 bagian utama, yaitu tahapan pengumpulan data dan analisa data. Tahapan pengumpulan data menceritakan bagaimana proses perolehan data dalam penelitian yang dilakukan.

A. Teknik Pengumpulan Data

Mengamati beberapa website undangan pernikahan online untuk dijadikan referensi yang digunakan untuk perancangan website[7]

B. Teknik Analisa Data

Analisa perancangan ini menggunakan metode strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk metode SWOT seperti berikut:

1. Kekuatan (Strenghts) adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini. Strenght ini bersifat internal dari organisasi atau sebuah program.

2. Kelemahan (Weaknesses) adalah kegiatankegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi. Kelemahan itu terkadang lebih mudah dilihat daripada sebuah kekuatan, namun ada beberapa hal yang menjadikan kelemahan itu tidak diberikan solusi yang tepat dikarenakan tidak dimaksimalkan kekuatan yang sudah ada.
3. Peluang (Opportunities) adalah faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi organisasi atau program kita untuk memanfaatkannya. Opportunity tidak hanya berupa kebijakan atau peluang dalam hal mendapatkan modal berupa uang, akan tetapi bisa juga berupa respon masyarakat atau isu yang sedang diangkat.
4. Ancaman (Threats) adalah faktor negatif dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnyaatau berjalannya sebuah brand. Ancaman ini adalah hal yang terkadang selalu terlewat dikarenakan banyak yang ingin mencoba untuk kontroversi atau out of stream (melawan arus) namun pada kenyataannya organisasi tersebut lebih banyak layu sebelum berkembang.[8]

Berikut hasil SWOT dari website:

1. Tabel Analisis SWOT (S-O)

Faktor Eksternal	Opportunity (Peluang)				
Masyarakat perkotaan di Indonesia.	Banyaknya orang tua yang tertarik kepada undangan pernikahan digital.	Kesadaran masyarakat meningkat tentang digitalisasi.	Berkenaan dengan industri undangan pernikahan digital yang pesat.		Memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasarnya.
Faktor Internal	1	2	3	4	5
Strength (Kekuatan)	STRATEGI S-O				

<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki Tim yang berpengalaman dalam bidang marketing untuk mengiklankan produk dan layanan digital dan berpengalaman di bidang desain grafis 2. Menghasilkan Produk inovatif dan kreatif yaitu undangan pernikahan digital yang dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan pemesan. 3. Mempunyai layanan pelanggan yang responsif dan ramah. 4. Harga yang kompetitif dibandingkan dengan kompetitor. 5. Potensi untuk berkembang pesat di tengah tren pernikahan digital yang semakin meningkat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan produk dan layanan undangan pernikahan digital yang inovatif dan kreatif yang sesuai dengan tren pernikahan digital yang semakin meningkat. (S2, S5, O1, O2, O3). 2. Menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan kompetitor. (S4, O1, O2). 3. Membangun brand awareness dan kepercayaan pelanggan melalui strategi pemasaran digital yang agresif. (S1, S4, O1, O2).
--	--

Table 1 Strategi SO

2. Tabel Analisis SWOT (S-T)

Faktor Eksternal		Threats (Ancaman)	
		Ketatnya persaingan antar kompetitor	Kemungkinan terjadinya pergeseran tren teknologi yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis.
Faktor Internal		1	2
Strength (Kekuatan)		STRATEGI S-T	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki Tim yang berpengalaman dalam bidang marketing untuk mengiklankan produk dan layanan digital dan berpengalaman di bidang desain grafis 2. Menghasilkan Produk inovatif dan kreatif yaitu undangan pernikahan digital yang dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan pemesan. 3. Mempunyai layanan pelanggan yang responsif dan ramah. 4. Harga yang kompetitif dibandingkan dengan kompetitor. 5. Potensi untuk berkembang pesat di tengah tren pernikahan digital yang semakin meningkat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan kekuatan tim yang berpengalaman dalam bidang desain grafis untuk mengatasi keterbatasan pilihan template undangan pernikahan digital. (S1, T1). 2. Memanfaatkan kekuatan produk dan layanan yang inovatif dan kreatif untuk mengatasi ancaman pergeseran tren teknologi. (S2, T2). 		

Table 2 Strategi ST

3. Tabel Analisis SWOT (W-O)

Faktor Eksternal	Opportunity (Peluang)
------------------	-----------------------

	Masih tingginya angka pernikahan di Indonesia.	Banyaknya pasangan yang tertarik kepada undangan pernikahan digital.	Kesadaran masyarakat meningkat tentang digitalisasi.	Berkembangnya industri undangan pernikahan digital yang pesat.	Memfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasarnya.
Faktor Internal	1	2	3	4	5
Weakness (Kelemahan)		STRATEGI W-O			
1.	Tidak memiliki nama brand yang kuat.	1. Melakukan kampanye pemasaran digital yang agresif untuk meningkatkan brand awareness dan kepercayaan pelanggan. (W1, O1, O5).			
2.	Pendatang baru.	2. Melakukan kerja sama dengan vendor template undangan pernikahan digital untuk mendapatkan akses ke lebih banyak pilihan template. (W4, O2).			
3.	Tidak memiliki fitur-fitur yang canggih.	3. Melakukan inovasi dan pengembangan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. (W3, O3).			
4.	Pilihan template undangan pernikahan digital yang masih terbatas.				
5.	Memiliki Potensi kerugian akibat persaingan yang semakin ketat dari kompetitor.				
6.	Memiliki potensi perubahan tren dan kebutuhan pelanggan dapat merugikan pertumbuhan bisnis.				

Table 3 Strategi WO

4. Tabel Analisis SWOT (W-T)

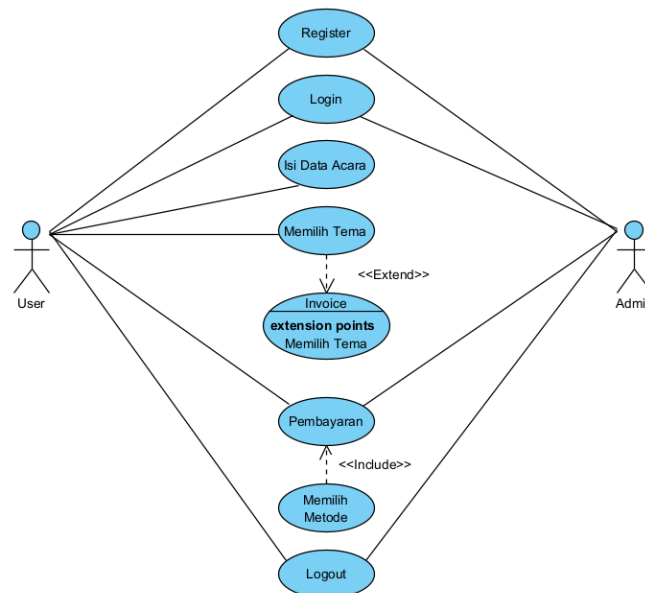
Faktor Eksternal	Threats (Ancaman)	
	Ketatnya persaingan antar kompetitor.	Kemungkinan terjadinya pergeseran tren teknologi yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis.
Faktor Internal	1	2
Weakness (Kelemahan)	STRATEGI W-T	

<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memiliki nama brand yang kuat. 2. Pendaatang baru. 3. Tidak memiliki fitur fitur yang canggih. 4. Pilihan template undangan pernikahan digital yang masih terbatas. 5. Memiliki Potensi kerugian akibat persaingan yang semakin ketat dari kompetitor. 6. Memiliki potensi perubahan tren dan kebutuhan pelanggan dapat merugikan pertumbuhan bisnis. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerja sama dengan mitra strategis untuk mendapatkan akses ke sumber daya dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk bersaing dengan kompetitor. (W1, T1). 2. Melakukan inovasi dan pengembangan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, sekaligus untuk mengantisipasi perubahan tren teknologi. (W3, T2).
---	--

Table 4 Strategi WT

C. Teknik Perancangan

Pada tahap perancangan (design), langkah yang dilakukan adalah menggambarkan alur proses atau gambaran antara sub-sub sistem untuk memudahkan pengguna dalam menjalankan aplikasi. Alur proses sistem dirancang menggunakan Unified Modelling Language (UML) dalam bentuk Use Case Diagram seperti terlihat pada gambar di bawah ini.[9]



Gambar Use Case Diagram 1

Pembahasan use case

- Pada tahap Register menjelaskan bahwa user dan admin bisa mengakses Langkah tersebut.
- Pada tahap Login ini menjelaskan bahwa admin dan user bisa mengakses tahap tersebut.
- Pada tahap Isi Data Acara ini menjelaskan bahwa user dapat mengisi data acara yang akan di gunakan dalam undangan online tersebut.
- Pada tahap Memilih Tema ini Extend dengan tahap invoice karena setelah memilih tema selesai akan langsung muncul halaman invoice pada website.
- Pada tahap Pembayaran ini langsung include dengan user memilih metode pembayaran yang akan di gunakan, dan admin menerima pembayaran yang sudah di verifikasi oleh sistem.
- Pada tahap Logout user dan admin dapat mengakses tahap tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari perancangan website pernikahan online ini adalah kebutuhan untuk merancang proses bisnis e-commerce diawali dengan menemukan, mengidentifikasi, dan menganalisis semua kebutuhan informasi yang berkaitan dengan undangan online. Banyak perusahaan yang sudah menggunakan jasa perkembangan teknologi pada saat ini untuk membantu kinerja perusahaan, akan tetapi sistem yang sudah ada kurang sesuai dengan sistem yang trend di era saat ini. Hal ini menjadikan perusahaan perlu berubah dengan online agar bisa mengatasi kebutuhan konsumen pada saat ini. Tujuan dari kegiatan ini untuk mengklasifikasi kebutuhan sistem informasi dari setiap proses bisnis sehingga model aplikasi dan prosedur situs web bisnis kompetibel dengan proses bisnis tradisional. Perancangan sistem ini tidak dapat di pisahkan dari hasil analisis, karena analisis dapat digunakan untuk membuat sistem baru untuk membuat desain.[10]

3.1. Tampilan Halaman Depan

a. Menu dan Banner

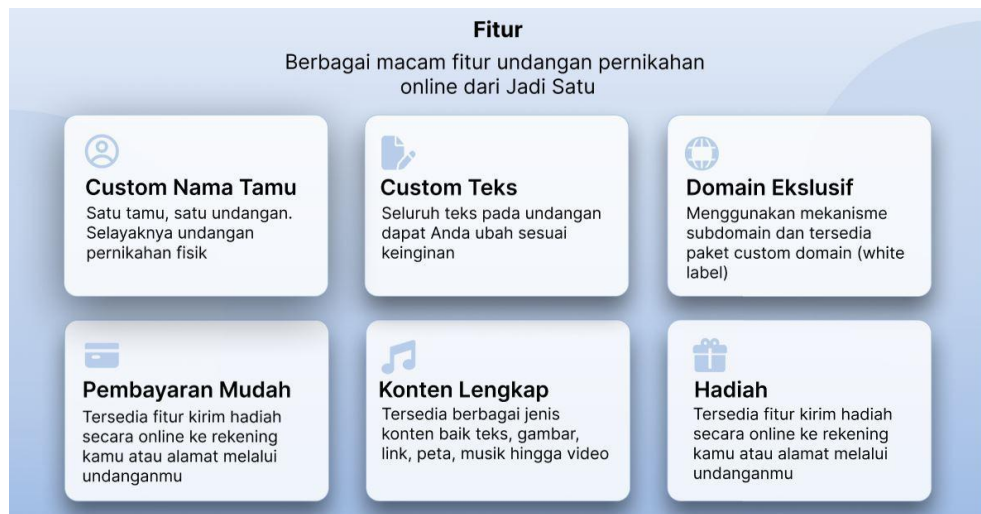


b. Tentang

Tentang

Jadi Satu adalah sebuah website yang memberikan layanan pembuatan website undangan pernikahan online dengan template yang bagus dan menarik. Pada dasarnya Jadi Satu memberikan layanan secara gratis tetapi dengan template yang terbatas, jika ingin mendapatkan template yang lebih baik kami menyediakan template yang berbayar.

c. Fitur



d. Footer

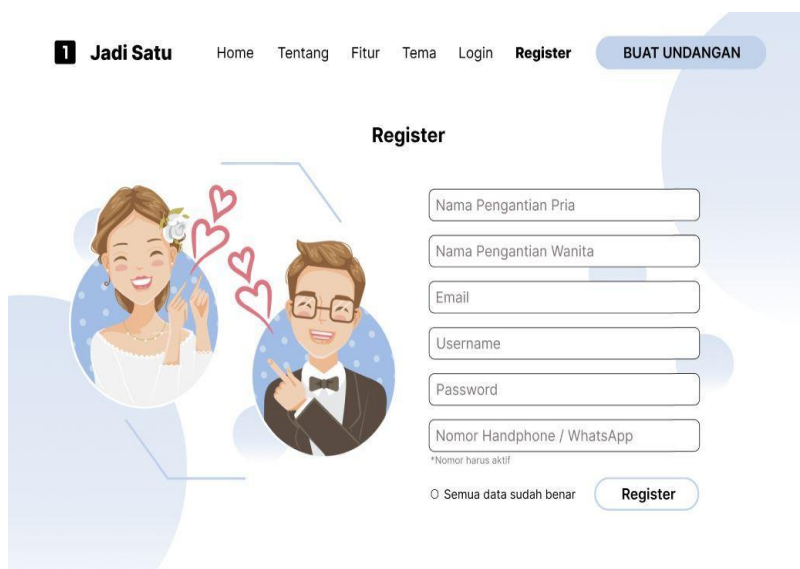


3.2. Tampilan Halaman Tema

Berisi Tema atau Template yang masih tersedia dan siap digunakan

3.3. Tampilan Proses Bisnis atau Transaksi

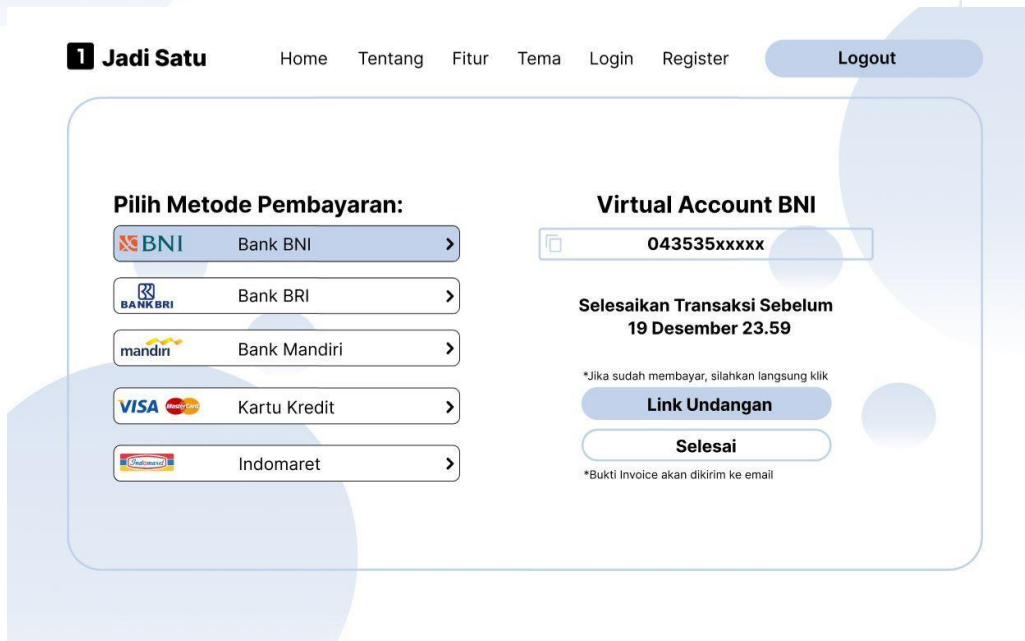
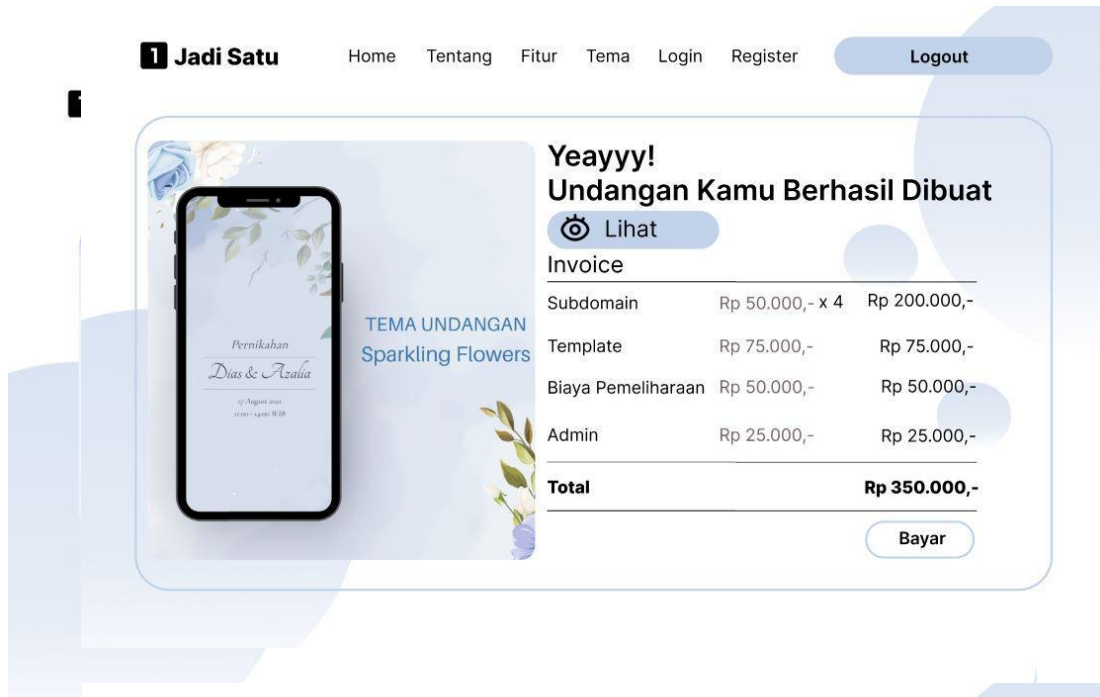
a. Register Akun



b. Form Data Acara

c. Memilh Tema dan Waktu

Rincian Biaya



4. Kesimpulan

Pengembangan platform "Jadi Satu" menunjukkan bahwa undangan pernikahan digital dapat dibuat lebih efisien dan ramah pengguna. Pengujian blackbox menunjukkan bahwa semua fitur berfungsi dengan baik tanpa kesalahan. Setiap gambar yang disertakan dalam jurnal dijelaskan secara detail untuk memberikan pemahaman yang jelas. Penggunaan metode pengujian yang tepat memastikan validitas dan reliabilitas sistem. Dengan platform ini, pasangan dapat dengan mudah membuat dan mengirim undangan pernikahan digital yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Daftar Pustaka

- [1] H. Jurnal, D. Rahman Habibie, and S. Eka Putra, "JURNAL PUBLIKASI TEKNIK INFORMATIKA SISTEM INFORMASI PENJUALAN KARTU UNDANGAN BERBASIS WEB," *JUPTI*, vol. 1, no. 2, 2022.
- [2] N. Noor, K. Sari, and I. Diantoro, "Sistem Informasi Penjualan Undangan Pernikahan Online Berbasis Web Di Kota Palangka Raya."
- [3] "PUBLIKASI ILMIAH."
- [4] "01 Cover".
- [5] "Elsa 2018".
- [6] Y. I. Chandra, D. Ruri Irawati, S. Widayati, K. Airinia, and G. Artikel, "Jalan Kapten Tendean No.2, RT.2/RW.5, Pela Mampang," 2022. [Online]. Available: <https://journal.universitاسbumigora.ac.id/index.php/sasak/workflow/index/868/5>.
- [7] A. Sevtiana, F. Cahyadi, and A. Setiawan, "Perancangan Aplikasi Undangan Pernikahan Online Berbasis Mobile Menggunakan Flutter."
- [8] A. B. Arfian, I. R. Immasari, and A. S. Rini, "Perancangan aplikasi undangan digital berbasis website menggunakan codeigniter 4," *Jurnal Manajemen Informatika Jayakarta*, vol. 2, no. 1, p. 1, Feb. 2022, doi: 10.52362/jmijayakarta.v2i1.680.
- [9] "835-Article Text-4022-1-10-20230215".
- [10] D. Rostilawati, D. Kurniadi, and R. Setiawan, "Rancang Bangun Content Management System Wedding Invitation Berbasis Web Multimedia Menggunakan Metode Object Oriented Hypermedia Design." [Online]. Available: <https://jurnal.itg.ac.id/>