



RESEARCH ARTICLE

# Pengembangan Sistem E-Katalog sebagai Media Pemasaran Produk Alat Tulis Kantor pada PT Era Cipta Digital

Ridho Wahyu Darmawan <sup>1\*</sup> | Arnes Sembiring <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Medan Area, Kota Medan, Provinsi Sumatra Utara, Indonesia.

## Correspondence

<sup>1</sup> Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Medan Area, Kota Medan, Provinsi Sumatra Utara, Indonesia.  
Email: ridhowahyud@gmail.com<sup>1</sup>  
arnessembiring@gmail.com<sup>2</sup>

## Funding information

Universitas Medan Area.

## Abstract

The development of an e-catalog system for Office Supplies products at PT Era Cipta Digital aims to utilize digital technology to enhance marketing efficiency and simplify customer access to product information. This e-catalog is designed with features such as fast and effective product search, a user-friendly interface, and comprehensive product information, including specifications, prices, and real-time product availability. The development process begins with user needs analysis to understand customer expectations and requirements, followed by the design of a user-friendly system and the implementation of a digital platform accessible through various devices. In its implementation, the e-catalog is expected to improve product visibility, accelerate transaction processes, and provide a more comfortable and efficient shopping experience for customers. Furthermore, this e-catalog system is also anticipated to support PT Era Cipta Digital's long-term business goals by improving operational efficiency and expanding market reach, making the company more competitive in the ever-growing office supplies market.

## Keywords

E-Catalog; Digital Marketing; Office Supplies; Digital System; PT Era Cipta Digital; Information Technology; Customer Experience; Operational Efficiency.

## Abstrak

Pengembangan sistem e-katalog untuk produk Alat Tulis Kantor di PT Era Cipta Digital bertujuan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi pemasaran dan mempermudah akses informasi produk bagi pelanggan. E-katalog ini dirancang dengan fitur pencarian produk yang cepat dan efektif, tampilan antarmuka yang ramah pengguna, serta informasi produk yang komprehensif, termasuk spesifikasi, harga, dan ketersediaan produk secara real-time. Pengembangan sistem ini dimulai dengan analisis kebutuhan pengguna untuk memahami harapan dan kebutuhan pelanggan, diikuti dengan perancangan sistem yang user-friendly serta implementasi platform digital yang dapat diakses melalui berbagai perangkat. Dalam penerapannya, e-katalog ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk, mempercepat proses transaksi, serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan efisien bagi pelanggan. Selain itu, sistem e-katalog ini juga diharapkan dapat mendukung tujuan bisnis jangka panjang PT Era Cipta Digital dengan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dan memperluas jangkauan pasar, menjadikan perusahaan lebih kompetitif dalam pasar alat tulis kantor yang semakin berkembang.

## Keywords

E-Katalog, Pemasaran Digital, Alat Tulis Kantor, Sistem Digital, PT Era Cipta Digital, Teknologi Informasi, Pengalaman Pelanggan, Efisiensi Operasional.

## 1 | PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, perusahaan perlu beradaptasi dengan tren digital untuk tetap bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Salah satu bentuk adaptasi yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan sistem e-katalog sebagai media pemasaran produk. PT Era Cipta Digital, yang bergerak di bidang penjualan alat tulis kantor, memiliki potensi untuk memanfaatkan platform digital guna meningkatkan efektivitas pemasaran dan memperluas jangkauan pasar. Sistem e-katalog dapat menjadi solusi yang tepat untuk memamerkan produk secara lebih efisien dan terorganisir. Melalui e-katalog, PT Era Cipta Digital dapat menyediakan informasi lengkap mengenai produk, harga, dan fitur, yang dapat diakses oleh pelanggan dengan mudah, kapan saja, dan di mana saja. Selain itu, e-katalog juga memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pemesanan, sehingga dapat meningkatkan pengalaman belanja dan mempercepat proses transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengembangan sistem e-katalog sebagai sarana pemasaran bagi PT Era Cipta Digital. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi manfaat dan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam implementasi sistem ini, serta dampaknya terhadap peningkatan penjualan produk alat tulis kantor.

Penerapan sistem e-katalog telah menunjukkan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi pemasaran serta kepuasan pelanggan. Arifin *et al.* (2023) dalam penelitian mereka mengenai e-katalog pada Biro Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan menjelaskan bahwa penggunaan e-katalog dapat mempercepat proses pengadaan barang dan mempermudah penyedia dalam memilih produk yang tepat. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa e-katalog berperan penting dalam memperlancar komunikasi antara penyedia dan pembeli, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan penyedia. Penelitian lain oleh Krisnanda *et al.* (2023) membahas pemanfaatan e-katalog sebagai alat promosi yang efektif pada PT. Satria Pangan Sejati. Dengan menggunakan e-katalog, perusahaan dapat lebih mudah mengenalkan produk kepada pelanggan dengan cara yang terorganisir dan lebih menarik. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta mempercepat proses transaksi dan pembelian. Maharani *et al.* (2024) mengungkapkan bahwa e-katalog berbasis digital marketing juga diterapkan dalam sektor budidaya tambak. Penggunaan platform digital untuk mempromosikan produk terbukti membantu meningkatkan penjualan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Implementasi sistem e-katalog pada PT Era Cipta Digital diharapkan dapat memberikan dampak positif yang serupa. Penerapan sistem ini di sektor penjualan alat tulis kantor akan mempermudah proses pemasaran dan transaksi, serta meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menilai potensi sistem e-katalog dalam meningkatkan daya saing PT Era Cipta Digital di pasar yang semakin digital.

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, perusahaan semakin dituntut untuk beradaptasi dengan sistem digital dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Marwanto Rahmatuloh (2022) menjelaskan bahwa penerapan teknologi informasi yang tepat dapat mempercepat proses bisnis dan memberikan kemudahan dalam pelayanan pelanggan. Dalam hal ini, pengembangan sistem e-katalog dapat menjadi solusi yang efektif bagi perusahaan untuk memperkenalkan produk secara lebih efisien dan mudah diakses oleh konsumen. Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Nur Khasani *et al.* (2025), mereka mengembangkan aplikasi pemesanan berbasis website untuk sebuah kafe, yang menunjukkan pentingnya penggunaan platform digital dalam mempermudah proses transaksi dan mempercepat komunikasi antara penyedia layanan dan pelanggan. Aplikasi ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan pemesanan secara online dengan mudah, yang berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempercepat proses layanan. Putri *et al.* (2024) juga meneliti pengembangan platform digital melalui e-katalog untuk meningkatkan diseminasi informasi pada PT. Uola Pandawa Sejahtera di Yogyakarta. Penelitian ini menunjukkan bahwa e-katalog dapat menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan produk dan menyebarkan informasi secara lebih cepat kepada pelanggan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya di pasar.

Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk semakin relevan seiring berkembangnya kebutuhan akan sistem yang lebih efisien. Rasiban *et al.* (2024) dalam penelitiannya tentang sistem informasi otomatisasi pelaporan data penjualan di Toko Buku Nazwa menekankan pentingnya sistem yang dapat mengelola data dengan lebih cepat dan akurat. Otomatisasi proses pelaporan dan pengelolaan stok produk memungkinkan perusahaan untuk memantau dan mengambil keputusan dengan lebih efisien. Konsep serupa dapat diterapkan pada e-katalog, yang memungkinkan perusahaan untuk memasarkan produk secara lebih mudah dan terorganisir. Suryono *et al.* (2021) meneliti penerapan e-katalog di sektor UMKM selama pandemi COVID-19. Mereka menemukan bahwa e-katalog berperan penting dalam memperlancar transaksi dan memperluas jangkauan pasar, terutama ketika pembatasan sosial membatasi interaksi fisik. Platform digital semacam ini memungkinkan usaha kecil untuk tetap terhubung dengan pelanggan mereka meskipun berada di tengah kondisi yang penuh tantangan. Dengan e-katalog, produk dapat dipromosikan secara lebih efisien dan pelanggan dapat melakukan pembelian tanpa hambatan.

Berdasarkan berbagai penelitian yang telah disebutkan, penerapan sistem e-katalog terbukti memberikan berbagai manfaat, mulai dari peningkatan efisiensi pemasaran hingga kemudahan dalam transaksi bagi pelanggan. Penggunaan e-katalog sebagai sarana untuk memasarkan produk juga memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih

luas dan mempercepat proses komunikasi antara penyedia dan konsumen. Oleh karena itu, implementasi sistem ini di PT Era Cipta Digital memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya saing perusahaan di pasar alat tulis kantor. Dengan memanfaatkan platform digital yang efisien, diharapkan perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan volume penjualan, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Penelitian ini akan mengkaji lebih lanjut tantangan dan peluang yang dihadapi oleh PT Era Cipta Digital dalam mengimplementasikan e-katalog, serta memberikan gambaran mengenai dampaknya terhadap efektivitas pemasaran dan operasional perusahaan.

## 2 | LANDASAN TEORI

Perkembangan teknologi informasi yang pesat memberikan dampak signifikan pada cara perusahaan memasarkan produk mereka. Salah satu alat yang semakin populer adalah e-katalog, yang memungkinkan perusahaan untuk memasarkan produk secara digital dengan cara yang lebih efisien dan terorganisir. Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk mengakses informasi produk secara langsung dan melakukan pembelian tanpa batasan waktu atau tempat. Penerapan e-katalog juga memberikan banyak manfaat, baik dari segi efisiensi operasional maupun pengalaman pelanggan.

### Definisi dan Fungsi E-Katalog

E-katalog adalah versi digital dari katalog produk yang biasanya dicetak dan disebarakan secara fisik. Dalam e-katalog, informasi mengenai produk seperti harga, deskripsi, gambar, dan spesifikasi dapat diakses oleh pelanggan dengan lebih cepat dan mudah. Adrian (2025) menjelaskan bahwa e-katalog memungkinkan perusahaan untuk memberikan informasi yang lebih terperinci dan terorganisir tentang produk mereka, memudahkan pelanggan dalam memilih produk yang diinginkan. Berdasarkan penelitian Zahra, Remalya, dan Rahmatin (2025), e-katalog menjadi alat promosi yang penting bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya dalam memperluas pasar mereka. Dengan e-katalog, UMKM dapat memasarkan produk mereka secara digital tanpa harus bergantung pada metode pemasaran tradisional yang terbatas oleh ruang dan waktu. Pelanggan bisa mengakses katalog dengan mudah dan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

### Keuntungan Penggunaan E-Katalog

Penggunaan e-katalog menawarkan beberapa keuntungan penting. Pertama, biaya produksi dan distribusi menjadi lebih efisien karena perusahaan tidak perlu mencetak katalog fisik atau mengirimkannya ke pelanggan. Semua informasi produk tersedia secara online dan dapat diperbarui kapan saja. Hal ini membuat e-katalog lebih praktis, menghemat waktu dan biaya. Kedua, e-katalog memungkinkan perusahaan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik. Putri *et al.* (2024) mengemukakan bahwa dengan adanya platform digital, pelanggan dapat melihat gambar produk, membaca deskripsi, memeriksa harga, dan melakukan pembelian secara langsung. Proses ini mempermudah pelanggan untuk membuat keputusan pembelian dengan informasi yang lebih lengkap dan jelas. Ketiga, e-katalog dapat mempercepat pengelolaan informasi produk. Dalam sebuah perusahaan, apabila ada perubahan harga atau penambahan produk baru, e-katalog memungkinkan pembaruan informasi secara instan. Tidak ada lagi ketergantungan pada bahan cetakan yang memerlukan waktu dan biaya tambahan untuk memperbarui. Ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar bagi perusahaan dalam mengelola informasi produk secara efektif.

### Teknologi yang Digunakan dalam Pengembangan E-Katalog

Pembuatan dan pengembangan e-katalog tidak lepas dari teknologi yang mendukungnya. Abdillah (2025) dalam penelitiannya mengenai e-katalog berbasis multi-tenant menggunakan Laravel dan QR Code, menjelaskan bahwa teknologi ini memungkinkan pembuatan platform yang lebih cepat, efisien, dan mudah dikelola. Penggunaan Laravel sebagai framework pengembangan website memungkinkan pengembang untuk membuat aplikasi e-katalog yang lebih cepat dan dengan struktur kode yang lebih terorganisir. QR code yang diterapkan dalam e-katalog memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk mengakses produk dengan memindai kode menggunakan smartphone mereka. Pemanfaatan teknologi ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk memberikan informasi yang lebih tepat dan efisien. QR code mempercepat proses akses informasi produk dan dapat digunakan di berbagai media pemasaran, seperti poster, brosur, dan kemasan produk. Ini memberikan kemudahan tambahan bagi pelanggan dalam berinteraksi dengan produk yang mereka minati.

### Peran E-Katalog dalam Transformasi Digital Bisnis

Dalam era digital, e-katalog telah menjadi salah satu alat yang efektif untuk mendukung transformasi digital sebuah perusahaan. Suryono *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa selama pandemi COVID-19, banyak perusahaan

yang beralih menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka, termasuk melalui e-katalog. Hal ini menunjukkan bahwa e-katalog sangat relevan dalam mendukung kelangsungan bisnis, terutama ketika interaksi fisik terbatas atau tidak memungkinkan. Dengan menggunakan e-katalog, perusahaan dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi atau waktu. Ini memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada lebih banyak pelanggan, baik lokal maupun global. Di sisi lain, e-katalog juga memungkinkan perusahaan untuk memantau preferensi dan perilaku pelanggan, yang dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif.

### Implementasi E-Katalog di PT Era Cipta Digital

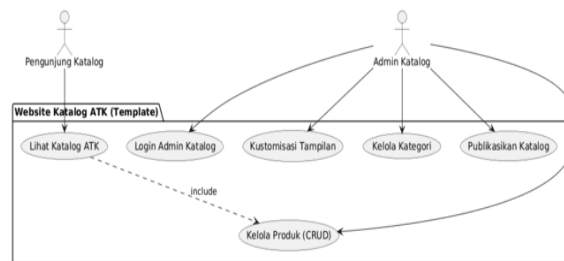
Penerapan sistem e-katalog pada PT Era Cipta Digital diharapkan dapat mempercepat proses pemasaran produk alat tulis kantor. Dengan e-katalog, perusahaan dapat menyediakan informasi yang lebih lengkap mengenai produk mereka secara online, yang akan mempermudah pelanggan dalam memilih dan membeli produk. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan penjualan. Menurut Ahmad, (2024) Sistem e-katalog ini juga akan memungkinkan PT Era Cipta Digital untuk memantau permintaan pasar dan mengelola stok produk dengan lebih efisien. Dengan data yang lebih akurat, perusahaan dapat merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan merespons perubahan permintaan pelanggan dengan lebih cepat.

### Tantangan dalam Pengembangan E-Katalog

Meskipun e-katalog menawarkan banyak keuntungan, ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi dalam pengembangannya. Salah satunya adalah kebutuhan untuk memastikan bahwa platform e-katalog dapat diakses dengan mudah oleh berbagai jenis pengguna, baik itu menggunakan desktop, tablet, atau smartphone. Pengembangan yang tidak memperhatikan kenyamanan pengguna bisa mengurangi efektivitas sistem ini. Pratiwi, *et al.* (2024). Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan aspek keamanan data dan transaksi. Penggunaan e-katalog yang melibatkan transaksi online memerlukan sistem keamanan yang kuat untuk melindungi data pelanggan dan mencegah penyalahgunaan informasi.

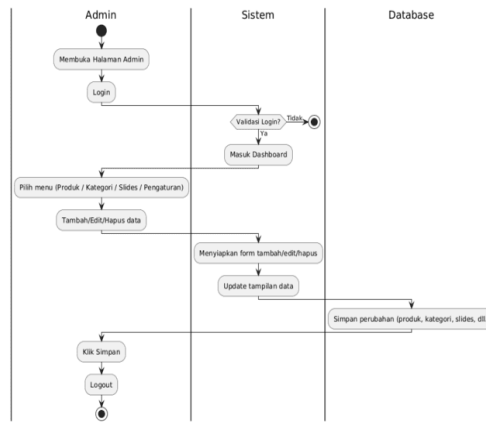
## 3 | METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan studi kasus untuk menganalisis penerapan sistem e-katalog pada PT Era Cipta Digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memeriksa secara detail dan menyeluruh bagaimana sistem e-katalog diimplementasikan dalam operasional perusahaan serta menganalisis dampaknya terhadap efisiensi pemasaran produk alat tulis kantor.



Gambar 1. Use Case Diagram

Dalam penelitian ini, Use Case Diagram digunakan untuk menggambarkan interaksi antara aktor dan sistem e-katalog yang diterapkan pada PT Era Cipta Digital. Diagram ini menunjukkan hubungan antara aktor (pengguna atau sistem lain) dengan sistem e-katalog untuk mencapai tujuan tertentu, seperti pemesanan produk atau pembaruan informasi produk. Use Case Diagram ini juga menjelaskan berbagai fungsi atau layanan yang diberikan oleh sistem kepada pengguna, serta bagaimana pengguna dapat mengakses fitur-fitur dalam sistem tersebut. Diagram ini sangat penting untuk memahami gambaran umum tentang fungsionalitas sistem dan memastikan bahwa sistem memenuhi kebutuhan pengguna yang terlibat (Adrian, 2025).



Gambar 2. Activity Diagram

Untuk menggambarkan alur proses yang terjadi dalam penggunaan sistem e-katalog, digunakan Activity Diagram. Diagram ini menampilkan serangkaian langkah-langkah atau aktivitas yang dilakukan oleh sistem dan pengguna, seperti pemilihan produk, pemesanan, hingga pembayaran. Activity Diagram berfokus pada bagaimana alur kerja atau kegiatan tersebut terhubung dan berinteraksi satu sama lain, yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi potensi hambatan atau area yang memerlukan perbaikan dalam sistem pemasaran produk. Dalam penelitian ini, diagram ini membantu untuk memetakan dan memahami keseluruhan proses dalam sistem e-katalog secara lebih terstruktur (Rasiban *et al.*, 2024).



Gambar 3. Sequence Diagram

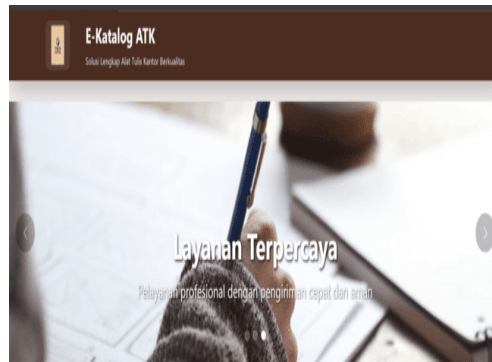
Sequence Diagram digunakan untuk menggambarkan urutan interaksi antar objek dalam sistem e-katalog. Diagram ini menampilkan alur pesan atau perintah yang dikirimkan antara objek-objek dalam sistem, seperti interaksi antara pengguna dan sistem untuk memastikan setiap langkah transaksi dilakukan sesuai urutan yang diinginkan. Dalam penelitian ini, Sequence Diagram membantu untuk memvisualisasikan bagaimana informasi produk diproses dan dikirimkan ke pelanggan, serta bagaimana proses transaksi terjadi secara bertahap. Diagram ini memberikan gambaran yang jelas tentang komunikasi antar objek dalam sistem dan memastikan bahwa alur kerja sistem berjalan dengan lancar dan efisien (Nur Khasani *et al.*, 2025).

## 4 | HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

Penerapan sistem e-katalog pada PT Era Cipta Digital menunjukkan peningkatan efisiensi dalam pemasaran produk alat tulis kantor. Berdasarkan wawancara dengan tim terkait, penggunaan e-katalog mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi produk seperti harga, deskripsi, dan ketersediaan stok secara langsung. Proses pemesanan juga berjalan lebih cepat dan transparan. Observasi menunjukkan bahwa e-katalog memungkinkan perusahaan untuk memperbarui informasi produk secara otomatis, mengurangi kesalahan data yang sering terjadi dalam sistem manual. Selain itu, pengelolaan stok produk menjadi lebih efisien karena informasi produk selalu terupdate secara real-time. Namun, tantangan yang ditemukan adalah kebutuhan untuk meningkatkan pengalaman pengguna pada platform dan memperkuat sistem keamanan transaksi. Secara keseluruhan, penerapan e-katalog telah berhasil meningkatkan

efektivitas pemasaran serta memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian dan transaksi.



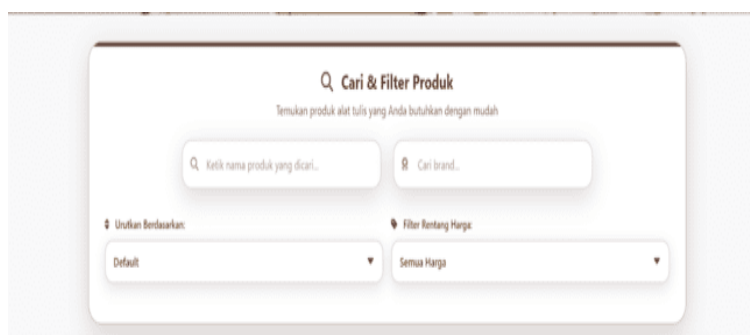
Gambar 4. Halaman Berand

Halaman awal situs e-katalog alat tulis kantor berperan sebagai beranda utama yang memberikan gambaran umum layanan yang tersedia. Bagian header memuat logo serta nama aplikasi sebagai identitas visual yang mudah dikenali. Selain itu, terdapat slider utama yang menampilkan gambar promosi disertai teks informatif untuk menarik perhatian pengunjung. Perancangan antarmuka dilakukan secara sistematis agar tampilan terlihat rapi, profesional, serta mampu meningkatkan kenyamanan pengguna saat mengakses layanan yang disediakan.



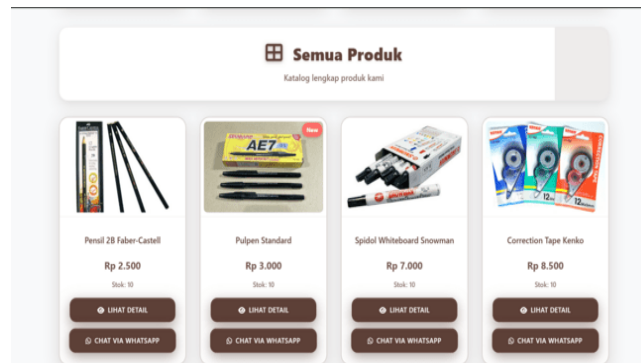
Gambar 5. Halaman Kategori

Untuk memudahkan pelanggan dalam menemukan alat tulis kantor sesuai kebutuhan, pengelompokan produk disusun secara terstruktur. Website e-katalog menampilkan lima kategori utama, yaitu alat tulis, label dan perekat, pemotong kertas, penjilidan dan penyimpanan, serta produk kertas. Setiap kategori dirancang dengan penamaan yang jelas agar proses pencarian berlangsung lebih cepat, efisien, dan membantu pengguna memperoleh pilihan produk yang relevan.



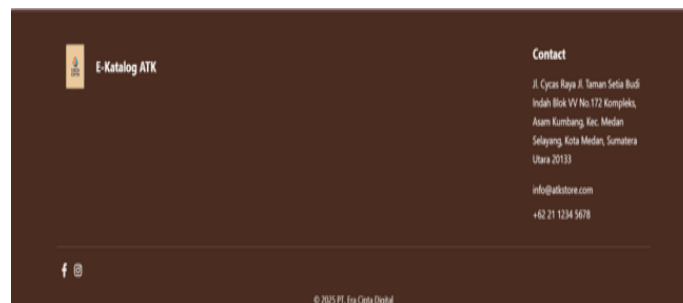
Gambar 6. Halaman Pencarian

Gambar ini menampilkan halaman e-katalog alat tulis kantor yang dilengkapi fitur pencarian produk untuk memudahkan pengguna menemukan barang yang diinginkan. Melalui kolom pencarian, pengguna dapat memasukkan nama produk atau merek secara langsung. Selain itu, tersedia opsi penyaringan hasil berdasarkan kategori tertentu dan rentang harga yang diinginkan. Fitur tersebut dirancang agar proses pencarian menjadi lebih cepat, terarah, serta membantu pengguna memperoleh hasil yang sesuai kebutuhan secara efisien.



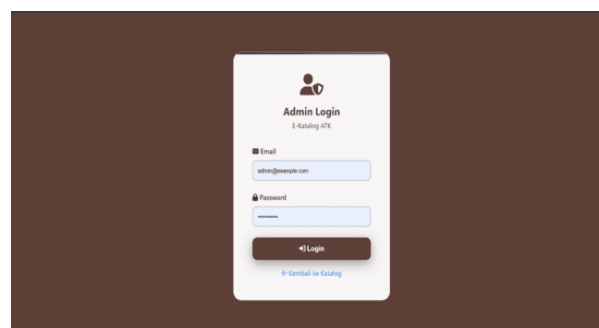
Gambar 7. Halaman Produk

Gambar ini memperlihatkan halaman “Semua Produk” pada website e-katalog alat tulis kantor yang berfungsi sebagai pusat penelusuran seluruh barang yang tersedia. Setiap produk ditampilkan dalam bentuk kartu yang tersusun rapi sehingga memudahkan pengguna membaca informasi secara cepat. Kartu memuat nama produk, kategori, harga, serta deskripsi singkat sebagai gambaran umum. Tata letak dirancang jelas dan terstruktur agar pengguna lebih mudah membandingkan pilihan produk serta menentukan kebutuhan secara efisien.



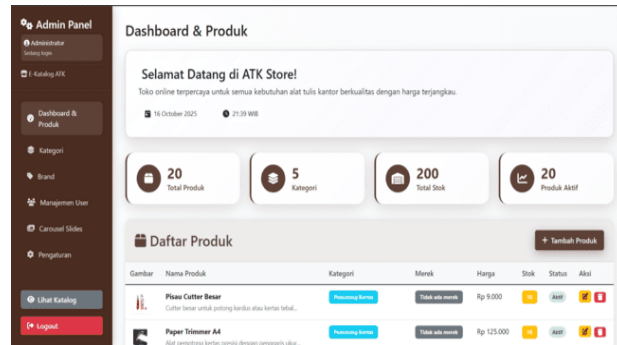
Gambar 8. Halaman footer

Pada bagian bawah halaman terdapat profil toko yang memberikan gambaran mengenai identitas dan peran sebagai distributor alat tulis kantor yang terpercaya. Informasi yang ditampilkan menekankan ketersediaan produk berkualitas tinggi dengan pilihan yang beragam sesuai kebutuhan pelanggan. Selain itu, layanan yang diberikan dirancang untuk mendukung kenyamanan selama proses pembelian. Penjelasan tersebut bertujuan membangun kepercayaan serta memperkuat citra usaha di mata pelanggan secara konsisten.



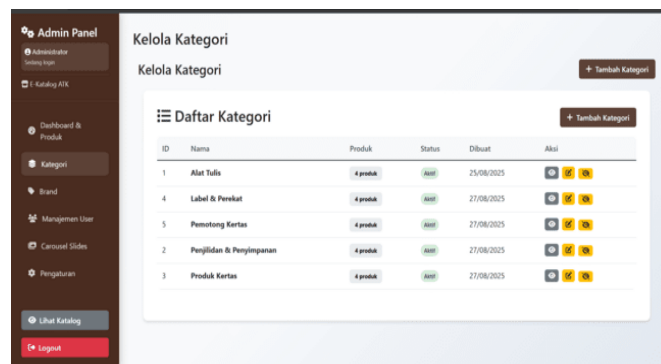
Gambar 9. Halaman Login Admin

Sebelum mengakses Dashboard, pengelola e-katalog alat tulis kantor perlu masuk melalui halaman Login Admin sebagai tahap autentikasi. Tampilan dirancang sederhana dan jelas agar proses masuk dapat dilakukan dengan cepat tanpa kendala. Sistem juga memperhatikan aspek keamanan untuk melindungi data pengelola. Selain itu, desain bersifat responsif sehingga halaman dapat digunakan dengan baik melalui perangkat seluler maupun komputer.



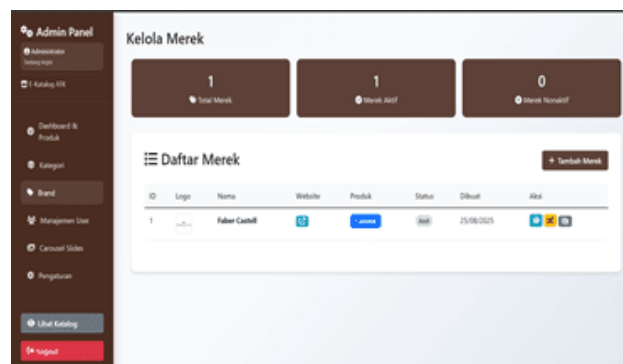
Gambar 10. Halaman Dashboard

Setelah administrator berhasil masuk ke sistem e-katalog alat tulis kantor, halaman Dashboard Admin menjadi tampilan utama yang pertama kali terlihat. Bagian tersebut memberikan ringkasan informasi terkait data yang tersimpan dalam sistem, sehingga memudahkan pemantauan secara cepat. Selain itu, tersedia menu navigasi yang disusun secara terstruktur untuk membantu administrator dalam mengelola berbagai fitur. Tata letak dirancang jelas agar proses pengelolaan dapat dilakukan dengan lebih efisien dan terarah.



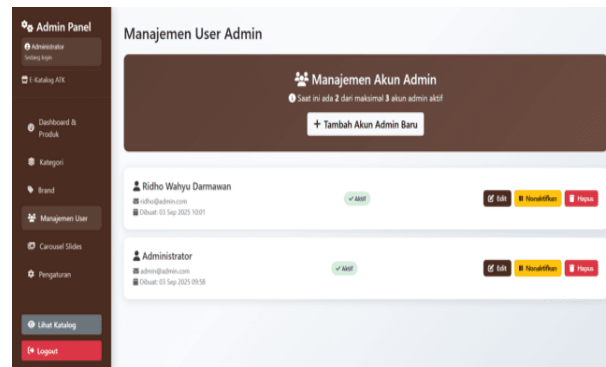
Gambar 11. Halaman Manajemen Kategori

Melalui halaman manajemen kategori, admin memiliki kendali untuk menambah, memperbarui, maupun menghapus data kategori pada e-katalog alat tulis kantor sesuai kebutuhan. Fitur tersebut dirancang agar pengelolaan data dapat dilakukan secara teratur dan mudah dipahami. Setiap perubahan yang dilakukan akan langsung tersimpan dalam sistem sehingga memudahkan proses penyesuaian. Pengaturan kategori yang baik membantu menjaga kerapian struktur produk serta mempermudah pencarian oleh pengguna.



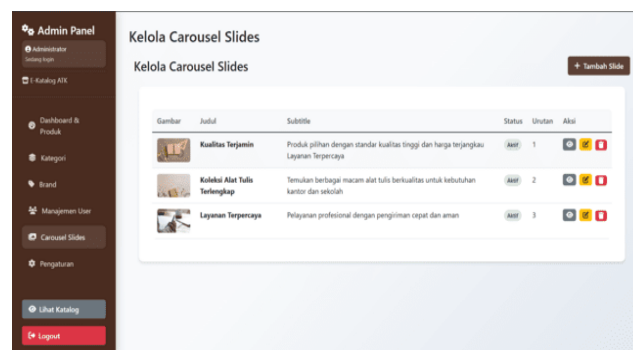
Gambar 12. Halaman Manajemen Brand

Melalui halaman manajemen brand, admin dapat menambah, mengubah, atau menghapus merek produk dalam e-katalog alat tulis kantor sesuai kebutuhan operasional. Pengaturan ini membantu menyusun produk dengan lebih teratur, sehingga setiap brand dapat terlihat jelas dan mudah dikenali. Penataan yang rapi memudahkan pengguna dalam menelusuri dan menemukan produk yang diinginkan. Fitur ini dirancang agar pengelolaan brand berlangsung efisien, aman, dan mendukung kelancaran administrasi katalog secara keseluruhan.



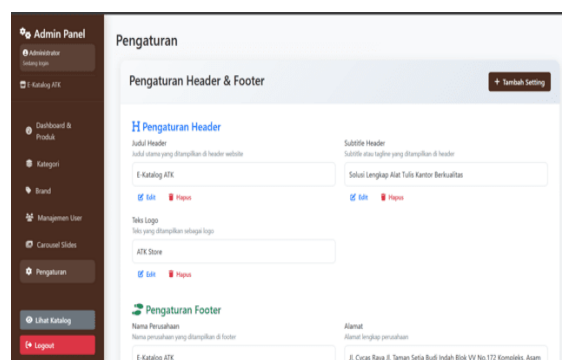
Gambar 13. Halaman Manajemen User

Akun pengelola sistem e-katalog disimpan di laman manajemen user admin. Halaman ini digunakan oleh pemilik atau pengelola utama untuk membuat akun baru, memperbarui data akun lama, atau menonaktifkan akun tertentu. Dengan fitur ini, pengelolaan sistem menjadi lebih sistematis dan dapat diawasi, dan aspek keamanan dan akuntabilitas dalam mengelola situs web menjadi lebih terjamin.



Gambar 14. Halaman Manajemen Carousel Slides

Halaman manajemen slides berfungsi sebagai pusat pengaturan banner promosi pada halaman utama website e-katalog alat tulis kantor. Melalui halaman ini, admin dapat menyesuaikan tampilan promosi sesuai kebutuhan, termasuk menambahkan slide baru, mengubah konten atau gambar yang ada, serta menghapus slide yang sudah tidak relevan. Pengelolaan yang teratur memungkinkan tampilan halaman utama tetap menarik dan informatif, sekaligus memastikan promosi produk selalu terkini dan mudah diakses oleh pengunjung situs.



Gambar 15. Halaman Pengaturan Website

Salah satu fitur penting pada e-katalog alat tulis kantor adalah halaman pengaturan, yang memberikan kontrol penuh kepada admin untuk memperbarui informasi dasar dan identitas situs. Melalui halaman ini, admin dapat menyesuaikan logo, kontak, profil perusahaan, serta tautan media sosial dengan mudah. Pengaturan yang tepat memastikan tampilan situs tetap konsisten, profesional, dan sesuai kebutuhan, sehingga pengunjung dapat memperoleh informasi yang akurat dan pengalaman navigasi yang nyaman.

### 3.2 Pembahasan

Penerapan sistem e-katalog pada PT Era Cipta Digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan efisiensi dalam pemasaran produk alat tulis kantor. Salah satu keunggulan utama dari sistem ini adalah kemudahan yang diberikan kepada pelanggan dalam mengakses informasi produk secara langsung. Pelanggan dapat dengan cepat mengetahui harga, deskripsi, dan ketersediaan stok produk yang mereka cari, yang mempercepat proses pemesanan. Proses ini sangat relevan dengan temuan Arifin *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa penerapan e-katalog pada Biro Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan meningkatkan efektivitas pemasaran dan mempercepat proses pengadaan barang dengan mengurangi ketergantungan pada sistem manual.

Keuntungan lainnya yang dapat dilihat dari penerapan e-katalog di PT Era Cipta Digital adalah kemampuan untuk memperbarui informasi produk secara otomatis. Sebelumnya, perusahaan menghadapi tantangan dalam menjaga akurasi data produk karena informasi yang diberikan melalui katalog fisik harus dicetak ulang setiap kali ada perubahan. Dengan adanya e-katalog, pembaruan produk dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien tanpa memerlukan biaya dan waktu tambahan untuk percetakan atau distribusi. Hal ini selaras dengan penelitian oleh Maharani *et al.* (2024), yang mengungkapkan bahwa penggunaan e-katalog berbasis digital marketing memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan pengelolaan informasi produk dan menyebarkan informasi dengan lebih efektif.

Penggunaan e-katalog juga mengurangi kesalahan yang sering terjadi pada sistem manual dalam hal pencatatan stok produk. Sebelumnya, stok produk harus dicatat dan diperbarui secara manual, yang rentan terhadap kesalahan. Namun, dengan sistem e-katalog yang terintegrasi dengan sistem pengelolaan stok, setiap perubahan informasi terkait produk dapat terupdate secara real-time, sehingga pengelolaan stok menjadi lebih efisien. Hal ini dapat mengurangi kemungkinan kekurangan atau kelebihan stok yang dapat merugikan perusahaan. Menurut Krisnanda *et al.* (2023), penerapan e-katalog dalam perusahaan tidak hanya mempermudah akses informasi tetapi juga mempercepat interaksi antara perusahaan dan pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, meskipun banyak manfaat yang telah dicapai, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan dalam implementasi e-katalog. Salah satunya adalah pengalaman pengguna pada platform yang perlu ditingkatkan. Meskipun antarmuka pengguna (UI) dari e-katalog sudah dirancang dengan cukup baik, penelitian oleh Zahra *et al.* (2025) menunjukkan bahwa interaksi pengguna dengan platform digital harus diperhatikan untuk memastikan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi. Dalam hal ini, PT Era Cipta Digital perlu terus memperbaiki antarmuka pengguna agar lebih intuitif dan mudah digunakan, serta meningkatkan navigasi dalam platform agar lebih efisien.

Selain itu, tantangan lainnya yang ditemukan adalah penguatan sistem keamanan transaksi. Mengingat e-katalog memungkinkan transaksi dilakukan secara online, masalah keamanan menjadi hal yang sangat penting. Data pelanggan dan informasi transaksi yang sensitif harus dilindungi dari potensi ancaman kebocoran atau penyalahgunaan. Sebagai referensi, Suryono *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa penerapan e-katalog selama masa pandemi COVID-19 pada UMKM memperlihatkan pentingnya sistem keamanan yang kuat untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan memastikan transaksi dilakukan dengan aman. Oleh karena itu, PT Era Cipta Digital perlu terus meningkatkan aspek keamanan dalam sistem e-katalognya, termasuk penerapan enkripsi data dan pengelolaan akun yang lebih aman.

## 5 | KESIMPULAN

Praktik di PT Era Cipta Digital menunjukkan bahwa desain e-katalog alat tulis kantor dengan sistem manajemen telah diselesaikan dengan baik. Situs ini responsif dan mudah digunakan, dan memiliki sistem manajemen yang memungkinkan bisnis untuk mengedit, mengubah, atau menghapus data produk. Hasil dari praktik ini juga dapat digunakan sebagai alat digital untuk menampilkan produk alat tulis kantor. Mereka juga dapat digunakan sebagai template e-katalog untuk penjualan dan pengembangan produk digital. Oleh karena itu, praktik ini memiliki manfaat ganda: menghasilkan produk yang bernilai komersial dan meningkatkan efektivitas promosi digital perusahaan.

## REFERENSI

Abdillah, I. A. (2025). Rancang Bangun dan Pengembangan Website E-Katalog Multi-Tenant Katalog untuk Mendukung Transformasi Digital Bisnis menggunakan Laravel Berbasis Qrcode di PT. Era Cipta Digital.

Adrian, T. (2025). Perancangan Website E-Katalog Aksesoris Mobil Dengan Sistem Admin Pada PT Era Cipta Digital.

<https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/28761>

- Ahmad, A. . (2024). Implementasi E Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Pekanbaru. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 6, 589–594. Retrieved from <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9395>
- Arief, S., Latifah, L., Susanti, A., Wahyono, E., & Sofianto, A. (2024). Strategi Peningkatan Penggunaan Dalam Negeri (P3DN) dan UMKM Pada Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. *Analisis Kebijakan Daerah*, 1(1), 13-97.
- Arifin, K., Daga, R., & Anshar, Muh. A. (2023). Analisis penerapan e-katalog terhadap efektivitas dan kepuasan penyedia pada Biro Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Sains Manajemen Nitro*, 2(2), 193–205. <https://doi.org/10.56858/jsmn.v2i2.165>
- Asrori, F. Implementasi strategi e-marketing pada penjualan alat elektromedik. *Diakses tanggal*, 7.
- Azizan, R. (2025). Implementasi Sistem Informasi Pembuatan Surat Kuasa Otomatis Menggunakan Template Dinamis Di Kantor Notaris Ppat Rachmansyah Purba. Sh., M. Kn.
- Krisnanda, K. G., Narayana, I. W. G., & Rahardian, R. L. (2023). Penerapan e-katalog sebagai media promosi pada PT. Satria Pangan Sejati. *MAVIB Journal*, 4(2), 156–167. <https://doi.org/10.33050/mavib.v4i2.2679>
- Maharani, I. P., Mufarrokha, L., Suryaningsih, R. T., Hanum, Y. M., Prasetyo, Y., & Nurhayati, E. (2024). Pemanfaatan e-katalog berbasis digital marketing pada budidaya tambak. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(3), 478–488. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i3.22029>
- Marwanto Rahmatuloh, M. R. R. (2022). 1944-Article Text-3848-1-10-20220208. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(1), 3–5. <https://ejournal.ulbi.ac.id/index.php/informatika/article/download/1944/930>
- Nur Khasani, R., Anggraini, N., & Subrata, J. (2025). Aplikasi pemesanan Camellia Cafe di RSU Islam Harapan Anda Kota Tegal berbasis website. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(4), 6494–6501. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i4.14021>
- Pratiwi, D. A., Abidah, D., Ilhami, F. H., Husna, F., Farida, N. A. F., Ariyanti, M. P., ... Afandi, A. J. (2024). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Pembuatan E-Katalog Di Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Bandar Kidul Kota Kediri. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 791–796. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1755>
- Putri, S., Azizah, A., Hermawan, I., & W, D. V. (2024). Pengembangan Platform Digital Melalui E-Katalog dalam Rangka Diseminasi Informasi pada PT. Uola Pandawa Sejahtera di Yogyakarta. *Jurnal Kridatama Sains Dan Teknologi*, 6(01), 335–349. <https://doi.org/10.53863/kst.v6i01.1147>
- Rasiban, Septiansyah, A., Hasanah, S., Permatasari, V. N., & Yulawati, A. (2024). Sistem informasi otomatisasi pelaporan data penjualan Toko Buku Nazwa yang masuk dan yang keluar. *Informatika*, 8(1), 283–284. <https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v8i1>
- Suryono, A., Rahayu, Y. D., Winasis, M. A., & Murod, M. F. N. (2021). E-katalog dalam pemasaran barang/jasa pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam masa pandemi Covid-19. *Journal of Community Development*, 2(2), 66–69. <https://doi.org/10.47134/comdev.v2i2.33>
- Zahra, S. A. A., Remalya, A. B., & Rahmatin, L. S. (2025). Pembuatan E-Katalog Sebagai Media Promosi Digital UMKM Warga RW 03 Kelurahan Manyar Sabrangan. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 7(1), 17-23. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v7i1.5836>

How to cite this article: Darmawan, R. W., & Sembiring, A. (2026). Pengembangan Sistem E-Katalog sebagai Media Pemasaran Produk Alat Tulis Kantor pada PT Era Cipta Digital. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi (JMASIF)*, 5(1), 24-34. <https://doi.org/10.59431/jmasif.v5i1.733>