

**RANCANG BANGUN APLIKASI PEMASARAN PADA
PT SUPRA KENCANA SUKSES BERBASIS WEB**

SKRIPSI



Oleh:

Yogi Andriadi

131510015

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS PUTERABATAM
2018**

RANCANG BANGUN APLIKASI PEMASARAN PADA PT SUPRA KENCANA SUKSES BERBASIS WEB

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



Oleh:

Yogi Andriadi

131510015

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS PUTERABATAM
2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 05 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,

Yogi Andriadi

131510015

**RANCANG BANGUN APLIKASI PEMASARAN PADA PT
SUPRA KENCANA SUKSES BERBASIS WEB**

Oleh:

Yogi Andriadi

131510015

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 05 Agustus 2018

**Muhammat Rasid Ridho, S.Kom., M.SI.
Pembimbing**

ABSTRAK

Perseroan Terbatas (PT), dulu disebut juga *Naamloze Vennootschaap* (NV), adalah suatu persekutuan untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya. Karena modalnya terdiri dari saham-saham yang dapat diperjualbelikan, perubahan kepemilikan perusahaan dapat dilakukan tanpa perlu membubarkan perusahaan. Perseroan Terbatas adalah bentuk yang paling populer dari semua bentuk usaha bisnis, salah satu contohnya adalah PT Supra Kencana Sukses. PT Supra Kencana Sukses merupakan sebuah PT di kota Batam yang bergerak di bidang otomotif yaitu sepeda motor yang berlokasi di Jalan Bunga Raya Komplek Plaza 91 Square Blok C No.13 A Batam. Di dalam melakukan pemasaran, pihak *dealer* masih menggunakan media sosial, brosur, iklan di koran, serta perbincangan dari orang ke orang. Pemasaran menggunakan media sosial yaitu mempromosikan keunggulan produk serta dana pertama motor dan angsuran motor, dalam menggunakan iklan di koran yaitu menawarkan produk motor ke pelanggan yang berlangganan koran atau membeli koran tersebut dan terakhir perbincangan dari orang ke orang yaitu mempromosikan motor ke saudara atau teman lain yang membutuhkan motor, apabila orang yang mempromosikan motor di PT Supra Kencana Sukses akan mendapat uang *fee*. Dalam melakukan penelitian ini ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis yaitu untuk merancang aplikasi pemasaran berbasis web pada PT Supra Kencana Sukses dan untuk mengimplementasikan aplikasi pemasaran berbasis web pada PT Supra Kencana Sukses. Metode yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan *waterfall*. Bahasa pemrograman yang digunakan yaitu *PHP* dan data base yang digunakan adalah *MYSQL*. Hasil kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa Sistem Informasi yang dirancang mampu menyimpan semua data konsumen ke dalam *database MYSQL* menggunakan *PHP* dan Sistem Informasi yang diimplementasikan dapat membantu data pemasaran lebih mudah digunakan oleh konsumen dalam hal melihat produk kategori pada motor tersebut .

Kata Kunci : PT Supra Kencana Sukses, Pemasaran, *Waterfall*, *PHP*, *MYSQL*

ABSTRACT

Limited Liability Company (PT), formerly known as Naamloze Vennootschap (NV), is a partnership to run a business with capital consisting of shares, whose owners own as much of the shares as they own. Because the capital consists of tradable shares, changes in company ownership can be made without the need to dissolve the company. Limited Company is the most popular form of all business forms, one example is PT Supra Kencana Sukses. PT Supra Kencana Sukses is a PT in Batam city engaged in the automotive field of motorcycle cycles located at Jalan Bunga Raya Plaza Plaza 91 Block Blok C No.13 A Batam. Di in doing marketing, the dealers are still using social media, brochures, advertisements in newspapers, as well as people-to-person conversations. Marketing using social media that is promoting the benefits of the product as well as the first fund motorcycle and installment of motorcycle, in using ads in the newspaper that is offering motorcycle products to customers who subscribe to newspapers or buy the newspaper and the last conversation from person to person that is promoting motorcycle to brother or other friend need a motorcycle, if the person who promotes the motorcycle in PT Supra Kencana Sukses will get the fee money. In doing this research there are several goals to be achieved by the author is to design web based marketing applications on PT Supra Kencana Sukses and to implement web-based marketing applications on PT Supra Kencana Sukses. The method used is waterfall approach. The programming language used is PHP and the data base used is MYSQL. The conclusions in this study indicate that the designed Information System is able to store all consumer data into the MYSQL database using PHP and Implemented Information System can help marketing data more easily used by consumers in terms of seeing the product category on the motorcycle.

Key Word : PT Supra Kencana Sukses, Marketing, Waterfall, PHP, MYSQL

KATA PENGANTAR

Kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Dr Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Dekan Fakultas Teknik dan Komputer Bapak Amrizal, S.Kom., M.SI.
3. Ketua Program Studi Bapak Muhammad Rasid Ridho, S.Kom., M.SI. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Putera Batam.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
5. Kepada kedua orang tua penulis yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan baik moral maupun materi.
6. Kepada teman-teman seperjuangan program studi Sistem Informasi yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Kepada PT Supra Kencana Sukses Batam yang telah banyak memberi dukungan dalam penelitian Skripsi ini.
8. Dan kepada semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya.

Batam, 05 Agustus 2018

Yogi Andriadi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penulisan	6
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.6.2. Secara Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Teori Umum.....	8
2.1.1. Sistem	8
2.1.2. Informasi	10
2.1.3. Sistem Informasi	11
2.1.4. Perancangan.....	12
2.1.5. <i>Website</i>	13
2.1.6. SDLC (<i>System Development Life Cycle</i>).....	14
2.1.7. Aliran Sistem Informasi (ASI).....	15
2.1.8. <i>UML (Unified Modeling Language)</i>	17
2.1.8.1. Sejarah <i>UML</i>	18
2.1.8.2. Gambar UML.....	20
2.1.8.3. Struktur UML.....	23

2.2.	Teori Khusus.....	25
2.2.1.	Pemasaran	25
2.2.2.	Sistem Informasi Pemasaran.....	28
2.2.3.	PHP	29
2.2.4.	MySQL	31
2.2.5.	Laravel	32
2.2.6.	CSS	33
2.2.7.	Frame Work.....	33
2.3.	Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1.	Desain Penelitian	38
3.2.	Objek Penelitian.....	40
3.3.	Struktur Organisasi	41
3.4.	Analisis SWOT Program	42
3.5.	Analisis sistem yang sedang berjalan	45
3.6.	Aliran Sistem Informasi yang sedang berjalan	45
3.7.	Permasalahan yang sedang dihadapi.....	48
3.8.	Usulan Pemecahan Masalah	49
BAB IV ANALISA PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI		50
4.1.	Analisa Sistem Yang Baru.....	50
4.1.1.	Aliran Sistem Informasi Yang Baru	51
4.1.2.	UML (<i>Unified Modeling Language</i>)	52
4.1.2.1.	<i>Use Case Diagram</i>	53
4.1.2.2.	<i>Activity diagram</i>	56
4.1.2.3.	<i>Sequence diagram</i>	58
4.1.2.4.	<i>Class Diagram</i>	58
4.2.	Disain Rinci	60
4.2.1.	Rancangan Layar	60
4.2.2.	Rancangan File.....	65
4.3.	Rencana Implementasi	69
4.3.1.	Jadwal Implementasi.....	69
4.4.	Perbandingan Sistem.....	70
4.5.	Analisis Produktivitas	71
4.5.1.	Segi Efisiensi.....	71

4.5.2. Segi Efektifitas	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1.Kesimpulan	73
5.2.Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
SURAT BALASAN PERUSAHAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Aliran Sistem Informasi.....	16
Gambar 2.2. Diagram UML	16
Gambar 2.3. Notasi Actor UML	20
Gambar 2.4. Notasi Class Diagram	21
Gambar 2.5. Notasi <i>Use-Case</i>	21
Gambar 2.6. Notasi <i>Realization</i>	22
Gambar 2.7. Notasi <i>Interaction</i>	22
Gambar 2.8. Notasi <i>Dependency</i>	22
Gambar 2.9. Aliran Sistem Konsep Pemasaran	23
Gambar 2.10. Siklus Kerja PHP	25
Gambar 2.11. Koding PHP Menggunakan HTML	30
Gambar 3.1. Waterfall Model.....	38
Gambar 3.2. Denah PT Supra Kencana Sukses.....	41
Gambar 3.3. Struktur Organisasi	41
Gambar 3.4. Aliran Sistem Informasi Lama	48
Gambar 4.1. Aliran Sistem Informasi Baru.....	51
Gambar 4.2. <i>Use Case Diagram</i>	52
Gambar 4.3. <i>Activity Diagram</i> Konsumen	53
Gambar 4.4. <i>Activity Diagram</i> Admin	54
Gambar 4.5. <i>Activity Diagram</i> Owner.....	55
Gambar 4.6. <i>Sequence Diagram</i> konsumen	56
Gambar 4.7. <i>Sequence Diagram</i> Admin.....	57
Gambar 4.8. <i>Sequence Diagram</i> Owner	58
Gambar 4.9. <i>Class Diagram</i>	59
Gambar 4.10. Form Formulir	60
Gambar 4.11. Form Menu	61
Gambar 4.12. Form Login	62
Gambar 4.13. Form Laporan	62
Gambar 4.14. Form Laporan Marketing.....	63
Gambar 4.15. Form Laporan Pesanan	64
Gambar 4.16. Form Chat	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Pemasaran Motor Periode Bulan Januari - Maret.....	3
Tabel 4. 1. Rancangan <i>File</i> Konsumen	66
Tabel 4. 2. Rancangan <i>Order</i>	66
Tabel 4. 3. Rancangan Produk.....	67
Tabel 4. 4. Rancangan Kategori	67
Tabel 4. 5. Rancangan <i>User</i>	68
Tabel 4. 6. Rancangan Webchat Lines	68
Tabel 4. 7. Rancangan Webchat User	69
Tabel 4. 8. Jadwal Implementasi	70
Tabel 4. 9. Perbandingan Sistem	70

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I TAMPILAN MENU HOME

LAMPIRAN II TAMPILAN REGISTER

LAMPIRAN III TAMPILAN LOGIN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perseroan Terbatas (PT), dulu disebut juga *Naamloze Vennootschaap* (NV), adalah suatu persekutuan untuk menjalankan usaha yang memiliki modal terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian sebanyak saham yang dimilikinya. Karena modalnya terdiri dari saham-saham yang dapat diperjualbelikan, perubahan kepemilikan perusahaan dapat dilakukan tanpa perlu membubarkan perusahaan. Perseroan Terbatas adalah bentuk yang paling populer dari semua bentuk usaha bisnis. Yang di maksud dengan Perseroan Terbatas menurut Hukum Indonesia adalah suatu badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian antara dua orang atau lebih yang di mana kedua belah pihak mengikatkan diri dengan kata sepakat dan memiliki tujuan tertentu untuk memenuhi suatu prestasi, (sumber: Pahaso, 2015:154) salah satu contohnya adalah PT Supra Kencana Sukses.

PT Supra Kencana Sukses merupakan sebuah PT di kota Batam yang bergerak di bidang otomotif yaitu sepeda motor yang berlokasi di Jalan Bunga Raya Komplek Plaza 91 Square Blok C No.13 A Batam. Mekanisme pemasaran yang terjadi di PT Supra Kencana Sukses adalah konsumen datang ke *showroom*

untuk melihat motor yang akan ingin dipesan seperti motor *cub* (Revo, Blade, Supra X125, Supra Helm In 125 dan Supra GTR 150), *matic* (Beat, Spacy, Scoopy, Vario 110, Vario 125, Vario 150), *sport* (Verza, Megapro, Sonic, CB150R, CBR150R, CRF) dan motor premium (PCX, SH150i, CBR250RR). Di dalam melakukan pemasaran, pihak *dealer* masih menggunakan media sosial, brosur, iklan di koran, serta perbincangan dari orang ke orang. Pemasaran menggunakan media sosial yaitu mempromosikan keunggulan produk serta dana pertama motor dan angsuran motor, dalam menggunakan iklan di koran yaitu menawarkan produk motor ke pelanggan yang berlangganan koran atau membeli koran tersebut dan terakhirnya perbincangan dari orang ke orang yaitu mempromosikan motor ke saudara atau teman lain yang membutuhkan motor, apabila orang yang mempromosikan motor di PT Supra Kencana Sukses akan mendapat uang fee.

Pada PT Supra Kencana Sukses apabila terdapat penambahan motor baru pihak dealer harus mencetak brosur serta memperpanjang kontrak iklan di koran. Ini membutuhkan biaya besar dan waktu yang cukup lama dalam pembuatannya sehingga pemasaran produk baru menjadi terhambat. Masalah utamanya adalah proses pemasaran yang hanya berlokasi di Batam membuat pelanggan yang berada di luar kota Batam misalnya Belakang Padang dan Tanjung Uban merasa kesulitan apabila ingin membeli motor tersebut, mereka kurang mengetahui informasi mengenai produk motor terbaru pada PT Supra Kencana Sukses. Selain itu, PT Supra Kencana Sukses sulit menjangkau untuk memasarkan ke lokasi-lokasi lainnya seperti Tanjung Balai Karimun, Tanjung Pinang, Tanjung Batu,

Durai, Guntung, dan Selat Panjang. Masalah lainnya adalah munculnya marketing baru di didealer lain serta munculnya kompetitor seperti Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan lain-lain, sehingga membuat data penjualan semakin menurun. Dengan adanya web yang akan dibangun maka masyarakat yang ingin membeli motor di wilayah-wilayah tersebut lebih mudah mendapatkan informasi dibandingkan jika pemasaran yang dilakukan secara manual, mengingat bahwa hampir semua kalangan saat ini menggunakan *smartphone* yang dapat mengakses website. Web yang ditampilkan hanya untuk proses pemasaran tidak mencakup penjualan. Dalam proses pemasaran di Batam, pelanggan harus mencari PT Supra Kencana Sukses secara langsung, sehingga membuat pelanggan mengalami kesulitan untuk mencari lokasi PT Supra Kencana Sukses untuk membeli motor tersebut sehingga mereka akan mencari dealer honda di lokasi terdekat dengan komplek perumahan mereka. Hal ini dapat mengurangi pendapatan PT Supra Kencana Sukses, seperti data pemasaran yang di tampilkan pada gambar dibawah. Dimana berdasarkan data pemasaran pada periode bulan Januari sampai Maret mengalami penurunan.

Tabel 1.1. Data Pemasaran Motor Periode Bulan Januari - Maret

PT SUPRA KENCANA SUKSES
Data Pemasaran Unit Motor
Periode Januari-Maret 2018

No	Nama Motor	Bulan			Total
		Januari	Februari	Maret	
1	Motor Cub	15	10	5	30
2	Motor Matic	30	25	10	65
3	Motor Sport	8	6	1	15
4	Motor Premium	5	3	0	8

Oleh karena itu pemilik dari PT Supra Kencana Sukses diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan dan calon pelanggan salah satunya penyediaan *website* dimana dengan adanya *website* ini diharapkan nantinya dapat mempermudah pelanggan untuk mendapatkan informasi mengenai motor secara langsung tanpa datang ke PT langsung, sehingga pendapatan PT Supra Kencana Sukses akan mengalami peningkatan. Pernyataan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Oliver & Tri, 2015), yang mengatakan bahwa bahwa sistem informasi dapat mempermudah melakukan pemasaran produk dan sistem informasi dapat memberikan informasi yang lengkap dan bermanfaat untuk konsumen produk. Penelitian (Amirullah & Megawati, 2016) juga mengatakan bahwa *website* dapat meningkatkan pemasaran produk properti secara online sehingga mendapatkan cakupan konsumen lebih luas. Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “**Rancang Bangun Aplikasi Pemasaran Pada PT Supra Kencana Sukses Berbasis Web**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Pada pembahasan latar belakang yang telah dikemukakan diatas penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Munculnya *marketing* baru didealer dan kompetitor lain sehingga membuat data pemasaran semakin menurun.
2. Membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang cukup besar dalam mencetak brosur dan memasang iklan di koran.

3. Pelanggan merasa kesulitan mencari lokasi PT Supra Kencana Sukses untuk membeli motor.

1.3. Batasan Masalah

Agar lebih jelas dan terarah serta tidak terjadi banyaknya masalah yang akan timbul, maka penulis hanya akan memberikan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada PT Supra Kencana Sukses Batam dengan mengambil data pemasaran pada periode Januari sampai Maret 2018.
2. Sistem yang dibangun hanya difungsikan untuk promosi produk tidak mencakup semua kegiatan penjualan.
3. Sistem yang dirancang pada PT Supra Kencana Sukses Berbasis Web menggunakan *PHP*.
4. Database yang digunakan *MYSQL*.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka terdapat beberapa hal menjadi permasalahan penelitian :

1. Bagaimana merancang aplikasi pemasaran berbasis web pada PT Supra Kencana Sukses?
2. Bagaimana mengimplementasikan aplikasi pemasaran berbasis web pada PT Supra Kencana Sukses?

1.5. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis yaitu:

1. Untuk merancang aplikasi pemasaran berbasis web pada PT Supra Kencana Sukses.
2. Untuk mengimplementasikan aplikasi pemasaran berbasis web pada PT Supra Kencana Sukses.

1.6. Manfaat Penulisan

Manfaat penelitian penulisan ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, yaitu :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat secara teoritis yaitu:

1. Jika penelitian ini telah selesai dilakukan, rumusan masalah terjawab dan tujuan penelitian tercapai.
2. Hasil penelitian ini akan berguna untuk melengkapi teori-teori yang berkaitan dengan rancang bangun aplikasi pemasaran Web menggunakan PHP di PT Supra Kencana Sukses Kota Batam.

Penelitian tersebut dapat membantu perusahaan dalam kegiatan proses pemasaran menggunakan Web.

1.6.2. Secara Praktis

Adapun manfaat secara praktis adalah diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan berfikir dalam bidang rancang bangun aplikasi pemasaran Web menggunakan PHP di PT Supra Kencana Sukses di Kota Batam.
2. Sebagai tambahan informasi dan sebagai referensi bagi pihak yang menggunakan aplikasi tersebut yang akan meneliti masalah yang sama dimasa yang akan datang.

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam membuat aplikasi berbasis web sebagai objek penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teori Umum

2.1.1. Sistem

Menurut (Oliver & Tri, 2015: 229), “ Sistem yaitu yang menekankan pada prosedurnya dan yang menekankan pada komponen atau elemennya. Pendekatan sistem yang lebih menekankan pada prosedur mendefinisikan sistem sebagai suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran yang tertentu. Pendekatan sistem yang lebih menekankan pada elemen atau komponennya mendefinisikan sistem sebagai kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu.”

Terdapat dua kelompok pendekatan didalam mendefinisikan sistem, yaitu yang menekankan pada prosedurnya dan yang menekankan pada komponen atau elemennya. Pendekatan sistem yang lebih menekankan pada prosedur mendefinisikan sistem sebagai suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran yang tertentu. Pendekatan sistem yang lebih menekankan pada elemen atau komponennya mendefinisikan sistem sebagai

kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Jogiyanto, 2005).

Menurut (Ali & Wangdra, 2010:8), “ Sistem adalah kumpulan dari sub-sub sistem, elemen-elemen, prosedur-prosedur, yang saling berintegrasi untuk mencapai tujuan tertentu, seperti informasi, target atau goal ”. Karakter suatu sistem terdiri dari : Komponen (*Components*), Batas Sistem (*Boundary*), Lingkungan luar sistem (*Environments*), Penghubung (*Interface*), *input*, *process* dan *output*, Sasaran(*Objectives*), Tujuan(*Goal*).

Agar organisasi dengan mudah mencapai tujuannya, maka diperlukan kompetensi pemimpin dan kompetensi karyawan atau staff. Semakin banyak kompetensi dipertimbangkan dalam proses rekrutmen sumber daya manusia, semakin meningkat budaya organisasi. Kompetensi juga merupakan karakteristik individu yang mendasari kinerja atau perilaku dalam organisasi. Kinerja seorang dipengaruhi oleh pengetahuan, kemampuan, sikap, gaya kerja, kepentingan, kepercayaan dan gaya kepemimpinan. Organisasi sangat membutuhkan peranan seorang pemimpin oleh karena pemimpin memiliki gaya pengaruh yang sangat signifikan dalam pencapaian suatu organisasi.

Berdasarkan beberapa para ahli dikemukakan diatas, maka menurut peneliti Sistem adalah kumpulan dari sub-sub sistem, elemen-elemen, prosedur-prosedur, yang saling berintegrasi untuk mencapai tujuan tertentu, seperti informasi, target atau goal.

2.1.2. Informasi

Menurut (Tantra, 2012:1), “ Informasi dapat dipahami sebagai pemrosesan input yang terorganisir, memiliki arti, dan berguna bagi orang yang menerimanya. Data berbeda dengan informasi. Data dapat didefinisikan sebagai fakta-fakta yang masih mentah atau acak yang menjadi input untuk proses yang menghasilkan informasi. Informasi harus memiliki arti sehingga dapat dimanfaatkan. Agar memiliki arti, informasi harus memiliki beberapa karakteristik, yaitu dapat diandalkan (*reliable*), relevan, memiliki keterkaitan dengan waktu (*timely*), lengkap, dapat dipahami dan dapat diverifikasi.

Informasi dapat diandalkan jika bebas dari kesalahan atau bias, secara akurat merepresentasikan keadaan atau aktivitas organisasi. Informasi relevan jika dapat mendukung pengambilan keputusan karena memberikan tambahan pengetahuan atau nilai kepada para pengambil keputusan. Informasi berkaitan dengan waktu karena apabila hendak mendukung suatu keputusan, maka informasi tidak boleh terlambat atau ketinggalan. Informasi adalah lengkap jika mengandung semua data yang relevan. Informasi dapat dipahami jika tersusun dalam bentuk yang dapat dimanfaatkan dan jelas bagi yang menggunakannya. Informasi dapat diverifikasi jika ada sumber lain yang dapat menjadi pembanding bagi keabsahannya.

Menurut (Ali & Wangdra, 2010:10), “ Informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi si penerima dan mempunyai nilai yang nyata atau dapat dirasakan manfaatnya dalam keputusan-keputusan yang akan datang ”. Output informasi dari komputer digunakan oleh para Menejer, non

Menejer, serta orang-orang dan organisasi-organisasi dalam lingkungan perusahaan. Agar kegiatan Manajemen berhasil maka para Menejer perlu memiliki keahlian dalam berkomunikasi dan memecahkan masalah serta harus mengerti komputer.

Berdasarkan beberapa para ahli dikemukakan diatas, maka menurut peneliti Informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi si penerima dan mempunyai nilai yang nyata atau dapat dirasakan manfaatnya dalam keputusan-keputusan yang akan datang.

2.1.3. Sistem Informasi

Menurut (Tantra, 2012:2), “ Sistem Informasi adalah cara terorganisir untuk mengumpulkan, memasukkan, dan memproses data dan menyimpannya, mengelola, mengontrol dan melaporkannya sehingga dapat mendukung perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan ”. Sistem Informasi dapat bersifat formal maupun informal. Sistem informasi akuntansi, produksi dan penjualan merupakan contoh sistem informasi formal yang memang secara resmi memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan informasi yang akurat. Sedangkan sistem informasi informal adalah kebalikannya, berasal dari bagian-bagian organisasi yang tidak secara resmi memberikan informasi, seperti misalnya bagian legal.

Menurut (Minarni & Fazril, 2011:103), “ Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan- laporan

yang diperlukan ”. Sistem informasi adalah “suatu sistem didalam sebuah organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan data transaksi harian yang mendukung operasi dan bersifat manajerial dan kegiatan strategis yang diperlukan bagi pihak luar tertentu.

Berdasarkan beberapa para ahli dikemukakan diatas, maka menurut peneliti Sistem Informasi adalah suatu sistem dimana dalam suatu organisasi untuk mengumpulkan, mengelola dan memproses data dapat mendukung perusahaan atau organisasi untuk mencapai suatu tujuan.

2.1.4. Perancangan

Menurut (Mujiati Hanik & Sukadi, 2012:12), “ Perancangan mempunyai dua maksud, yaitu untuk memenuhi kebutuhan kepada pemakai sistem dan untuk memberikan gambaran yang jelas kepada pemrogram komputer dan ahli-ahli teknik lainnya yang terlibat ”.

Menurut (Widhiarso Yoni & Sukadi, 2013:2), “ Perancangan yaitu metode dengan cara merancang untuk keperluan penyampaian informasi yang berkaitan dengan website yang dibuat”.

Berdasarkan beberapa para ahli dikemukakan diatas, maka menurut peneliti Perancangan adalah metode dengan cara merancang untuk memenuhi kebutuhan kepada pemakai sistem dan keperluan penyampaian informasi yang berkaitan dengan website yang dibuat.

2.1.5. Website

Menurut (Widhiarso Yoni & Sukadi, 2013:3), “ Website merupakan kumpulan dari halaman-halaman web yang berhubungan dengan file-file lain yang terkait ”. Dalam sebuah website terdapat suatu halaman yang dikenal dengan sebutan *home page*. *Home page* adalah sebuah halaman yang pertama kali dilihat ketika seseorang mengunjungi website. Dari *home page*, pengunjung dapat mengklik hyperlink untuk pindah ke halaman lain yang terdapat dalam website tersebut (Jhonsen, 2004:29).

Secara umum website mempunyai fungsi sebagai berikut :

1. Fungsi Komunikasi

Beberapa fasilitas yang memberikan fungsi komunikasi, seperti : chatting, web base email dan lain-lain.

2. Fungsi Informasi

Fungsi informasi website seperti : *News, Profile, Library*, referensi dan lain-lain.

3. Fungsi Entertainment

Website mempunyai fungsi hiburan. Misalnya web-web yang menyediakan *I, musicon-line* dan lain-lain.

Menurut (Winoto S.A Ragil, 2013:44), “ Website merupakan sebuah halaman berisi informasi yang dapat dilihat jika komputer terkoneksi dengan internet ”. Dengan adanya website, semua orang di dunia bisa mendapatkan dan mengelola informasi dengan berbagai sumber yang tersedia di internet. Website

sendiri saat ini bisa memuat berbagai macam media, mulai dari teks, gambar, suara bahkan video. (Wahana, 2010).

Berdasarkan beberapa para ahli dikemukakan diatas, maka menurut peneliti Website adalah sebuah halaman berisi informasi yang dapat dilihat jika komputer terkoneksi dengan internet.

2.1.6. SDLC (*System Development Life Cycle*)

Menurut (Rudi, et al, 2016:3), “*System Development Life Cycle* atau sering disingkat dengan SDLC merupakan pengembangan yang berfungsi sebagai sebuah mekanisme untuk mengidentifikasi perangkat lunak. Pengembangan sistem informasi yang berbasis komputer dapat merupakan tugas kompleks yang membutuhkan banyak sumber daya dan dapat memakan waktu untuk menyelesaikannya. Proses pengembangan sistem melewati beberapa tahapan dari mulai sistem itu direncanakan sampai dengan sistem tersebut di terapkan, dioperasikan, dan dipelihara. Daur atau siklus hidup dari pengembangan sistem merupakan suatu bentuk yang digunakan untuk menggambarkan tahapan utama dan langkah-langkah di dalam tahapan tersebut dalam proses pengembangannya.

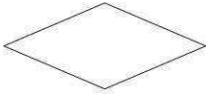
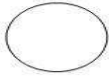
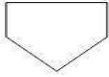
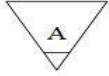
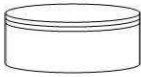
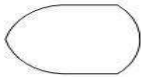
Menurut (Rosa & Shalahuddin, 2011:24-28), “ *System Development Life Cycle* atau sering disingkat dengan SDLC adalah proses mengembangkan atau mengubah suatu sistem perangkat lunak dengan menggunakan model-model dan metodologi yang digunakan orang untuk mengembangkan sistem-sistem perangkat lunak sebelumnya (berdasarkan *best practice* atau cara-cara yang sudah teruji baik)”. Model SDLC air terjun (*waterfall*) sering juga disebut model sekuensial linier (*sequential linier*) atau alur hidup klasik (*classic life cycle*).

Model air terjun menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial atau terurut dimulai dari analisis, desain, pengodean, pengujian dan tahap pendukung (*support*).

Berdasarkan beberapa para ahli dikemukakan diatas, maka menurut peneliti SDLC adalah pengembangan yang berfungsi sebagai sebuah mekanisme untuk mengidentifikasi perangkat lunak. Pengembangan sistem informasi yang berbasis komputer dapat merupakan tugas kompleks yang membutuhkan banyak sumber daya dan dapat memakan waktu untuk menyelesaikannya.

2.1.7. Aliran Sistem Informasi (ASI)

Menurut (Ismael, 2017:149), “ Aliran sistem informasi merupakan bagan yang menunjukkan arus pekerjaan serta keseluruhan dari sistem. Bagan ini menjelaskan urutan dari prosedur-prosedur yang ada dalam system Adapun simbol-simbol yang dapat digunakan pada Aliran Sistem Informasi (ASI) ini adalah sebagai berikut:

Daftar Simbol			
	Simbol	Pengertian	Keterangan
		<i>Terminator</i>	Menyatakan permulaan atau akhir suatu program
		Dokumen	Digunakan untuk merekam data terjadinya suatu transaksi
		Proses Manual	Menunjukkan proses yang dikerjakan secara manual
		Proses Komputer	Menunjukkan proses yang dari operasi program komputer
		Garis Alir	Menunjukkan arus data antar simbol/proses
		<i>Decision</i>	Menunjukkan pilihan yang akan dikerjakan atau keputusan yang harus dibuat dalam proses pengolahan data
		<i>Penghubung (On-page reference)</i>	Digunakan untuk penghubung dalam satu halaman
		<i>Penghubung (Off-page reference)</i>	Digunakan untuk penghubung berbeda halaman
		<i>Offline-line Storage</i>	Digunakan untuk menyimpan data secara manual dan sementara jika "A" berarti disimpan menurut abjad, "N" berarti disimpan menurut Nomor urut dan "T" berarti disimpan menurut kronologis atau menurut tanggal
		<i>Database</i>	Tempat penyimpanan data dari proses simpan yang dilakukan
		<i>Input/Output</i>	Memasukkan data/menunjukkan hasil dari suatu proses
		<i>Display</i>	Menunjukkan output yang ditampilkan ke monitor

Gambar 2.1. Aliran Sistem Informasi

Menurut (MM. Santoso & Zefriyenni, 2015:26), “Aliran sistem informasi sangat berguna untuk mengetahui permasalahan yang ada pada suatu sistem. Dari sini dapat diketahui apakah sistem informasi tersebut masih layak dipakai atau tidak, masih manual atau komputerisasi. Jika sistem informasinya tidak layak lagi maka perlu adanya perubahan dalam pengolahan datanya sehingga menghasilkan informasi yang cepat dan akurat serta keputusan yang lebih baik.

Berdasarkan beberapa para ahli dikemukakan diatas, maka menurut peneliti Aliran Sistem Informasi adalah bagan yang menunjukkan arus pekerjaan serta keseluruhan dari sistem.

2.1.8. UML (*Unified Modeling Language*)

Menurut (Rosa & Shalahuddin, 2011:118), “ UML adalah suatu yang salah, tapi perlu ditelaah dimanakah UML digunakan dan hal apa yang ingin divisualkan ”. Secara analogi jika dengan bahasa yang kita gunakan sehari-hari, belum tentu penyampaian bahasa dengan puisi adalah hal yang salah. Sistem Informasi bukanlah ilmu yang pasti maka jika ada banyak perbedaan dan interpretasi didalam bidang sistem informasi merupakan hal yang sangat wajar. Bahasa pemrograman berorientasi objek yang pertama dikembangkan dikenal dengan nama Simula-67 yang dikembangkan pada 1967. Bahasa pemrograman ini kurang berkembang dan dikembangkan lebih lanjut, namun dengan kemunculannya telah memberikan sumbangan yang besar pada developer pengembang bahasa pemrograman berorientasi objek selanjutnya. Perkembangan aktif dari pemrograman berorientasi objek mulai menggeliat ketika berkembangnya bahasa pemrograman Smalltalk pada awal 1980-an yang kemudian diikuti perkembangan

bahasa berorientasi objek lainnya seperti *C Objek*, *C++*, *Eiffel*, dan *CLOS*. Karena banyaknya metodologi-metodologi yang berkembang pesat saat itu, maka muncullah ide untuk membuat sebuah bahasa yang dapat dimengerti semua orang. Usaha penyatuan ini banyak mengambil dari metodologi-metodologi yang berkembang saat itu. Secara fisik, UML adalah sekumpulan spesifikasi yang dikeluarkan oleh OMG (*Object Management Group*).

Menurut (Amin Al Muhammad, Febriansyah Aldi, Ricoida Ida Desy, 2012:1), “ UML merupakan bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan diagram dan teks-teks pendukung ”. UML hanya berfungsi untuk melakukan pemodelan. Jadi penggunaan UML tidak terbatas pada metodologi tertentu, meskipun pada kenyataannya UML paling banyak digunakan pada metodologi berorientasi objek.”

2.1.8.1. Sejarah *UML*

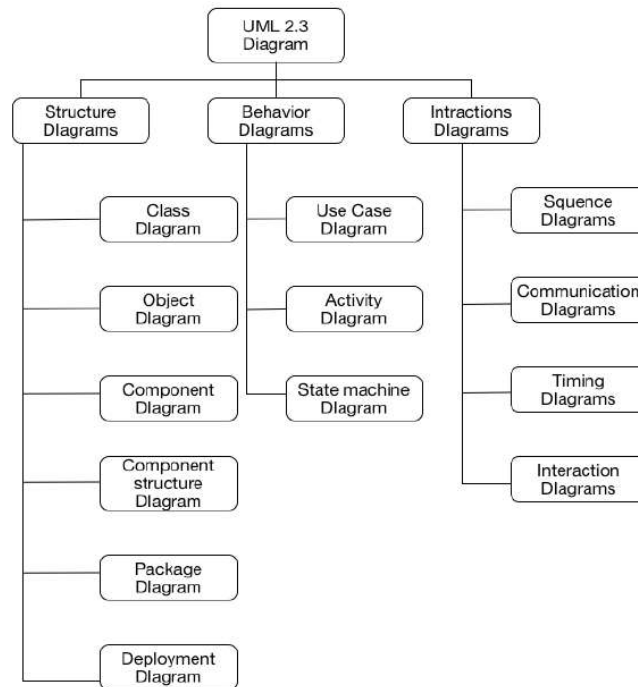
Sejarah UML sendiri terbagi dalam dua fase; sebelum dan sesudah munculnya UML. Dalam fase sebelum, UML sebenarnya sudah mulai diperkenalkan sejak tahun 1990an namun notasi yang dikembangkan oleh para ahli analisis dan desain berbeda-beda, sehingga dapat dikatakan belum memiliki standarisasi. Fase kedua; dilandasi dengan pemikiran untuk mempersatukan metode tersebut dan dimotori oleh *Object Management Group* (OMG) maka pengembangan UML dimulai pada akhir tahun 1994 ketika Grady Booch dengan metode OOD (*Object-Oriented Design*), Jim Rumbaugh dengan metode OMT (*Object Modelling Technique*) mereka ini bekerja pada *Rasional Software*

Corporation dan *Ivar Jacobson* dengan metode OOSE (*Object-Oriented Software Engineering*) yang bekerja pada perusahaan *Objectory* Rasional. Sebagai pencetus metode-metode tersebut mereka bertiga berinisiatif untuk menciptakan bahasa pemodelan terpadu sehingga pada tahun 1996 mereka berhasil merilis UML versi 0.9 dan 0.91 melalui *Request for Proposal* (RFP) yang dikeluarkan oleh OMG (Braun, et.al. 2001). Kemudian pada Januari 1997 IBM, *Object Time*, *Platinum Technology*, *Ptech*, *Taskon*, *Reich Technologies* dan *Softeam* juga menanggapi *Request for Proposal* (RFP) yang dikeluarkan oleh OMG tersebut dan menyatakan kesediaan untuk bergabung.

Perusahaan-perusahaan ini menyumbangkan ide-ide mereka, dan bersama para mitra menghasilkan UML revisi 1.1. Fokus dari UML versi rilis 1.1 ini adalah untuk meningkatkan kejelasan UML Semantik versi rilis 1.0. Hingga saat ini UML versi terbaru adalah versi 2.0 (<http://www.uml.org/>). Saat ini sebagian besar para perancang sistem informasi dalam menggambarkan informasi dengan memanfaatkan UML diagram dengan tujuan utama untuk membantu tim proyek berkomunikasi, mengeksplorasi potensi desain, dan memvalidasi desain arsitektur perangkat lunak atau pembuat program.

Secara filosofi UML diilhami oleh konsep yang telah ada yaitu konsep permodelan *Object Oriented* karena konsep ini menganalogikan sistem seperti kehidupan nyata yang didominasi oleh obyek dan digambarkan atau dinotasikan dalam simbol-simbol yang cukup spesifik.

Berikut gambar dari diagram UML

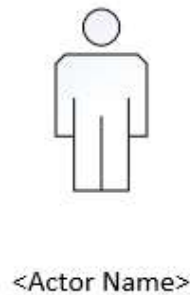


Gambar 2.2.Diagram UML

2.1.8.2. Gambar UML

Untuk menggambarkan analisa dan desain diagram, UML memiliki seperangkat notasi yang akan digunakan ke dalam tiga kategori diatas yaitu struktur diagram, behaviour diagram dan interaction diagram. Berikut beberapa notasi dalam UML diantaranya :

1. *Actor*; menentukan peran yang dimainkan oleh user atau sistem lain yang berinteraksi dengan subjek. *Actor* adalah segala sesuatu yang berinteraksi langsung dengan sistem aplikasi komputer, seperti orang, benda atau lainnya. Tugas *actor* adalah memberikan informasi kepada sistem dan dapat memerintahkan sistem untuk melakukan sesuatu tugas.



Gambar 2.3.Notasi *Actor* UML

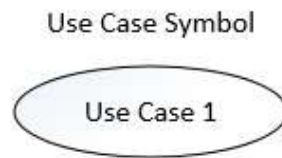
2. *Class diagram*; Notasi utama dan yang paling mendasar pada diagram UML adalah notasi untuk mempresentasikan suatu *class* beserta dengan atribut dan operasinya. *Class* adalah pembentuk utama dari sistem berorientasi objek.



Gambar 2.4.Notasi *Class Diagram*

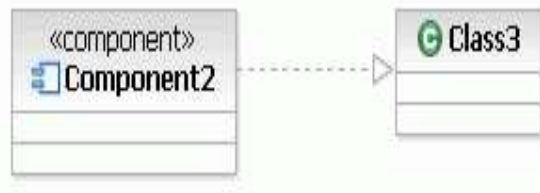
3. *Use Case* dan *use case specification*; *Use case* adalah deskripsi fungsi dari sebuah sistem perspektif pengguna. *Use case* bekerja dengan cara mendeskripsikan tipikal interaksi antara *user* (pengguna) sebuah sistem dengan sistemnya sendiri melalui sebuah cerita bagaimana sebuah sistem dipakai. Urutan langkah-langkah yang menerangkan antara pengguna dan sistem disebut skenario. *Use case* merupakan awal yang sangat baik untuk setiap fase pengembangan berbasis objek, design, testing, dan dokumentasi yang menggambarkan kebutuhan sistem dari sudut pandang di luar sistem.

Perlu diingat bahwa *use case* hanya menetapkan apa yang seharusnya dikerjakan oleh sistem, yaitu kebutuhan fungsional sistem dan tidak untuk menentukan kebutuhan non-fungsional, misalnya: sasaran kinerja, bahasa pemrograman dan lain sebagainya.



Gambar 2.5.Notasi *Use-Case*

4. *Realization*; *Realization* menunjukkan hubungan bahwa elemen yang ada di bagian tanpa panah akan merealisasikan apa yang dinyatakan oleh elemen yang ada di bagian dengan panah.



Gambar 2.6.Notasi *Realization*

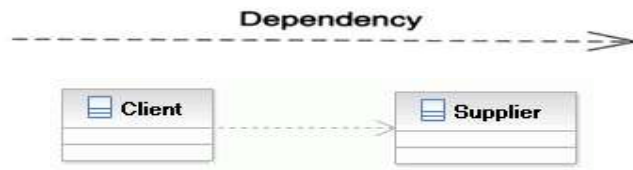
5. *Interaction*; *Interaction* digunakan untuk menunjukkan baik aliran pesan atau informasi antar obyek maupun hubungan antar obyek.



Gambar 2.7.Notasi *Interaction*

6. *Dependency*; *Dependency* merupakan relasi yang menunjukkan bahwa perubahan pada salah satu elemen memberi pengaruh pada elemen lain. Terdapat 2 *stereotype* dari *dependency*, yaitu *include* dan *extend*. Include menunjukkan bahwa suatu bagian dari elemen (yang ada digaris tanpa

panah) memicu eksekusi bagian dari elemen lain (yang ada di garis dengan panah). *Extend* menunjukkan bahwa suatu bagian dari elemen di garis tanpa panah bisa disisipkan ke dalam elemen yang ada di garis dengan panah.



Gambar 2.8.Notasi *Dependency*

2.1.8.3.Struktur UML

Menggambarkan elemen dari spesifikasi dimulai dengan kelas, obyek, dan hubungan mereka, dan beralih ke dokumen arsitektur logis dari suatu sistem. Struktur diagram dalam UML terdiri atas :

1) *Class diagram*

Class diagram menggambarkan struktur statis dari kelas dalam sistem anda dan menggambarkan atribut, operasi dan hubungan antara kelas. *Class diagram* membantu dalam memvisualisasikan struktur kelas-kelas dari suatu sistem dan merupakan tipe diagram yang paling banyak dipakai. Selama tahap desain, *class diagram* berperan dalam menangkap struktur dari semua kelas yang membentuk arsitektur sistem yang dibuat.

Class memiliki tiga area pokok :

1. Nama (dan *stereotype*)
2. Atribut
3. Metoda

2) *Activity* diagram

Menggambarkan aktifitas-aktifitas, objek, *state*, transisi *state* dan *event*. Dengan kata lain kegiatan diagram alur kerja menggambarkan perilaku sistem untuk aktivitas.

3) *Sequence* Diagram

Sequence diagram menjelaskan interaksi objek yang disusun berdasarkan urutan waktu. Secara mudahnya *sequence* diagram adalah gambaran tahap demi tahap, termasuk kronologi (urutan) perubahan secara logis yang seharusnya dilakukan untuk menghasilkan sesuatu sesuai dengan *use case* diagram.

4) *Use Case* Diagram

Diagram yang menggambarkan *actor*, *use case* dan relasinya sebagai suatu urutan tindakan yang memberikan nilai terukur untuk aktor. Sebuah *use case* digambarkan sebagai elips horizontal dalam suatu diagram UML *use case*.

Use Case memiliki dua istilah:

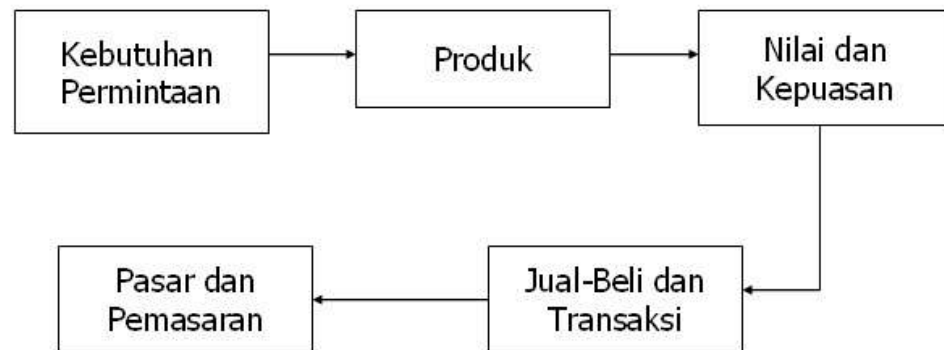
1. *System use case*; interaksi dengan sistem.
2. *Business use case*; interaksi bisnis dengan konsumen atau kejadian nyata.

Berdasarkan beberapa para ahli dikemukakan diatas, maka menurut peneliti UML adalah suatu yang salah, tapi perlu ditelaah dimanakah UML digunakan dan hal apa yang ingin divisualkan.

2.2. Teori Khusus

2.2.1. Pemasaran

Menurut (Setiawan, et al, 2009: E-7), “ Pemasaran merupakan sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan dan menukarkan produk-produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Adapun aliran sistem pemasaran ditunjukkan pada Gambar 2.10.



Gambar 2.9.Aliran Sistem Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dimana yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyerahan produk yang memuaskan secara lebih efektif dan lebih efisien (Keegan, 2006). Dalam setiap kegiatan usaha, manajemen pemasaran harus mengembangkan data pemasaran bagi para perencana strategis untuk mengembangkan rencana pemasaran yang berlandaskan pada sasaran usaha yang telah disepakati.

Adapun proses manajemen pemasaran terdiri lima langkah, yaitu :

1. Menganalisis peluang pasar
2. Meneliti dan memilih pasar sasaran
3. Mengembangkan strategi pemasaran
4. Merencanakan taktik pemasaran
5. Melaksanakan serta mengendalikan usaha pemasaran

Proses pemasaran meliputi : menganalisa peluang pemasaran, memilih target pasar, mengembangkan marketing mix (meliputi : 4P yaitu product, price, place dan promotion), serta mengatur upaya pemasaran. Hal utama yang harus diperhatikan sebuah perusahaan saat ini agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis global adalah harus berorientasi pada pelanggan, memenangkan pelanggan dari para pesaing dengan terlebih dahulu memahami apa yang jadi kebutuhan dan keinginannya sehingga dibutuhkan analisa pasar yang seksama. Adapun proses yang dibutuhkan meliputi 3 langkah yaitu : segmentasi pasar (membagi pasar kedalam sekelompok pembeli yang berbeda yang memiliki perbedaan kebutuhan, karakteristik atau kebiasaan), menentukan target pasar yang meliputi evaluasi terhadap tingkat kemenarikan masing-masing segmen dan memilih satu atau lebih segmen untuk dimasuki, melakukan market positioning (pengaturan untuk sebuah produk untuk menempati sebuah tempat yang jelas, berbeda dan diinginkan untuk bersaing dengan produk yang ada dalam pikiran konsumen).

Menurut (H.A.Paulus & Yazdanifard, 2014:334), “Pemasaran adalah pemasaran, terlepas dari produk atau pasar. Bidang pemasaran saat ini telah berevolusi dan termasuk dari analisis pemasaran dasar, melalui strategi pasar

sasaran keputusan, untuk menentukan program dan kontrol bauran taktis, ada perbedaan yang nyata dalam masalah yang dihadapi dan pendekatan yang dilakukan antara konsumen dan pemasaran industri.”

Bidang pemasaran menempatkan hal berikut dalam konteks:

1. Memahami Pesaing: Mungkin karena keunggulan merek dan *media in-home* yang *high profile* Diadopsi dalam banyak promosi konsumen, kebanyakan pemasar konsumen menyadari merek dan pemasaran pesaing merekataktik. Terlalu sering, pemahaman kompetitif semacam itu hanya bersifat dangkal, namun pemasar konsumen setidaknya menunjukkannya Kesadaran kuat akan arena kompetitif seperti mereka.
2. Segmentasi Pasar: Mungkin salah satu aspek pemasaran yang paling penting, segmentasi pasar, adalah sering digunakan oleh praktisi di semua pasar.
3. Bermerk: bermerk ada terutama untuk identifikasi dan untuk memperlancar tugas membedakan produk. Ada bahan psikologis kuat yang melekat pada consumer branding dengan banyak konsumen, terutama dari supermarket barang dagangan, menunjukkan kesetiaan yang kuat pada merek favorit mereka.
4. Bauran Pemasaran: "4P" McCarthy telah muncul kembali dalam banyak teks pemasaran selama sekitar tiga dekade yaitu Produk, promosi, harga dan tempat (channels) masih dianggap sebagai taktik pemasaran taktis yang dimanipulasi oleh kebanyakan praktisi pemasaran

Pemasaran modern telah berubah dan berganti nama menjadi "4Ps". Sebagai Masa modern adalah: Orang-orang mencerminkan, sebagian, pemasaran internal dan faktabahwa karyawan sangat penting dalam keberhasilan pemasaran. Pemasaran hanya akan sebaik orang-orang di dalam organisasi. Proses mencerminkan semua kreativitas, disiplin, dan struktur yang dibawa ke pemasaran. Dengan kata lain, pemasaran harus dan harus menghindari perencanaan dan pengambilan keputusan secara ad hoc. Program mencerminkan semua konsumen perusahaan yang diarahkan kegiatan.

2.2.2. Sistem Informasi Pemasaran

Menurut (Rahmawati & Mulyono, 2017:105), “ Sistem Informasi Pemasaran adalah suatu struktur, interaksi secara kompleks antara orang, mesin, dan prosedur untuk dapat menghasilkan alur informasi yang teratur, tepat dari sumber-sumber dalam dan luar perusahaan untuk dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan bagi pimpinan.

Menurut (Taufani, et al, 2016:3), “ Sistem Informasi Pemasaran adalah suatu sistem berbasis komputer yang bekerja sama dengan sistem informasi fungsional lain untuk mendukung manajemen perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan pemasaran produk perusahaan (McLeod, 2007:183). Sistem informasi pemasaran memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung komponen utama dari fungsi pemasaran (O'Brien, Marakas, 2011:287). Sistem informasi pemasaran terdiri dari berbagai komponen untuk memberikan informasi yang tepat dan akurat kepada para pengambil keputusan pemasaran (Kotler, Keller, 2012:69).

2.2.3. PHP

Menurut (Minarni & Fazril, 2011:104), “ PHP adalah bahasa pemrograman web atau *scripting language* yang didesain untuk membuat *web-based application* [2] ”. PHP banyak dipakai untuk memprogram situs web dinamis, walaupun tidak tertutup kemungkinan digunakan untuk pemakaian lain. PHP adalah kependekan dari "PHP (*Personal HomePage*) *Hypertext Preprocessor*" yang merupakan bahasa scripting yang dieksekusi di sisi server (*server-side scripting language*). Fungsinya adalah untuk membuat sebuah web yang interaktif dan dinamis, sama halnya dengan bahasa *script* lainnya, seperti *Active Server Pages (ASP)*, *Java Server Pages (JSP)* dan *Allaire ColdFusion (CFM)*.

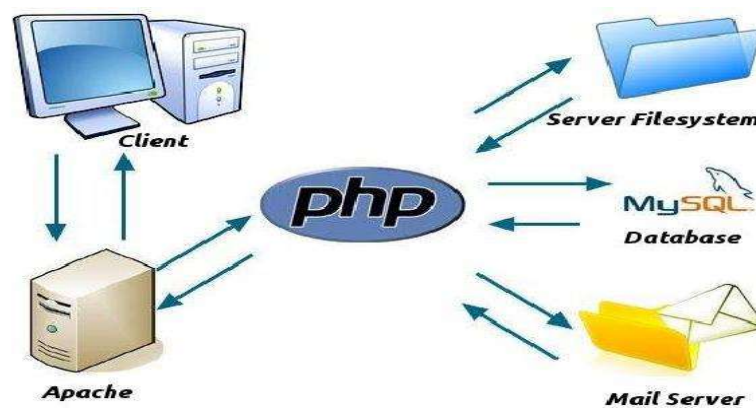
Menurut (Widhiarso Yoni & Sukadi, 2013:3), “ PHP adalah suatu bahasa pemrograman *Open Source* yang digunakan secara luas terutama untuk pengembangan web dan dapat disimpan dalam bentuk HTML ”. Keuntungan utama menggunakan PHP adalah script PHP tidak benar benar sederhana bagi pemula, tetapi menyediakan banyak fitur tambahan untuk programmer profesional. Meskipun PHP lebih difokuskan sebagai *script Server Side*.

Script PHP dapat digunakan dalam 3 hal, yaitu:

1. Penulisan program *Server Side*. Hal ini adalah target utama PHP. Diperlukan tiga hal agar script PHP dapat bekerja antara lain, *PHP Parser* (CGI atau *Server module*), *server web* dan *browser web*. menjalankan *server web* terlebih dahulu, kemudian mengakses keluaran program PHP melalui *browser web* dan melihat halaman web.

2. Penulisan program *Command Line*. Script PHP dapat berjalan tanpa server atau browser. Hanya diperlukan PHP Parser dalam bentuk *Command Line*.
3. Penulisan program aplikasi desktop.(Ed.I,2006:12).

PHP adalah singkatan dari PHP Hypertext Preprocessor yang digunakan sebagai bahasa *script server-side* dalam pengembangan web yang disisipkan pada dokumen HTML.



Gambar 2.10.Siklus Kerja PHP

PHP adalah bahasa scripting yang menyatu dengan HTML dan dijalankan pada serverside. Artinya semua sintaks yang kita berikan akan sepenuhnya dijalankan pada server sedangkan yang dikirimkan ke browser hanya hasilnya saja.

<HTML>

<Head>

<Title>

</Title>

</Head>

<Body>

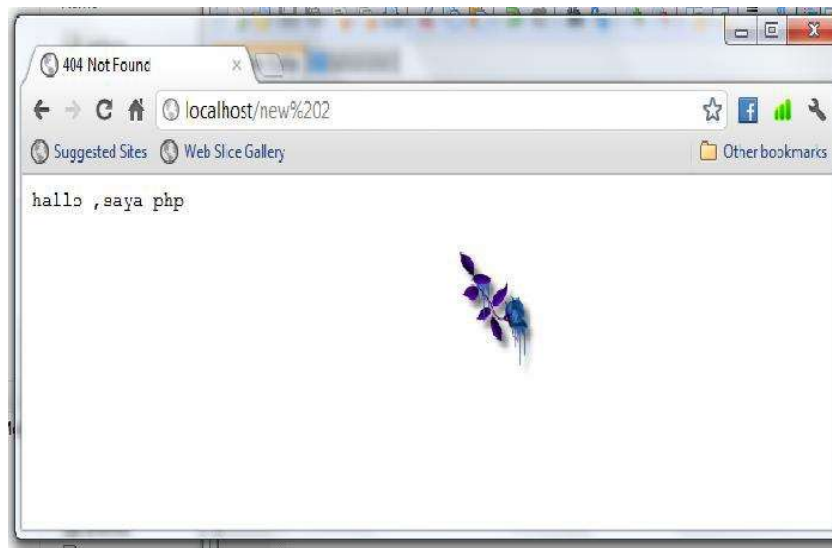
```
<?
```

```
echo "hallo ,saya php ";
```

```
?>
```

```
</Body>
```

```
</HTML>
```



Gambar 2.11.Koding PHP Menggunakan HTML

2.2.4. MySQL

Menurut (Winoto S.A Ragil, 2013), “ MYSQL adalah multiuser database menggunakan bahasa *Structured Query Language* (SQL) ”. MySQL dalam operasi *clientserver* melibatkan *server daemon* MySQL di sisi *server* dan berbagai macam program serta *library* yang berjalan di sisi *client*. MySQL mampumenangani data yang cukup besar. Perusahaanyang mengembangkan MySQL yaitu Text,mengaku mampu menyimpan data lebih dari 40database, 10.000 tabel dan sekitar 7 juta baris, totalnya kurang lebih 100 Gigabyte data.SQL

adalah bahasa standar yang digunakan untuk mengakses database *server*. Bahasa ini pada awalnya dikembangkan oleh IBM, namun telah diadopsi dan digunakan standar industri. Dengan menggunakan SQL, Proses akses database menjadi lebih *user-friendly* dibandingkan menggunakan dBASE atau Clipper yang masih menggunakan perintah-perintah pemrograman (Sunarfrihantono, 2002).

Menurut (Saputra, 2012:77), “ MySQL merupakan salah satu database kelas dunia yang sangat cocok bila dipadukan dengan bahasa pemrograman PHP ”. MySQL bekerja menggunakan bahasa SQL (*Structure Query Language*) yang merupakan bahasa standar yang digunakan untuk manipulasi database. Pada umumnya, perintah yang sering digunakan dalam MYSQL adalah SELECT (mengambil), INSERT (menambah), UPDATE (mengubah), dan DELETE (menghapus). Selain itu, SQL juga menyediakan perintah untuk membuat database, field, ataupun indeks untuk menambah atau menghapus data. Penulis akan membahas mengenai basic (dasar) dari query language tersebut pada sub bab selanjutnya.

2.2.5. *Laravel*

Menurut (Indriyanti Dwi & Pratama, 2015:77), “ *Laravel* adalah sebuah framework yang terbilang baru dalam PHP. Berbeda dengan *framework* sebelumnya. *Laravel* dibuat supaya kegiatan memprograman sebuah aplikasi web menjadi lebih menyenangkan versi baru *Laravel*, yaitu *Laravel 4* diadaptasi framework yang telah ada sebelumnya yaitu *simfony*, hanya tentu saja *Laravel* lebih *expressif* dalam hal *syntax*.”

Menurut (Irfandi, 2015: 7734), “Laravel adalah salah satu *web application framework* yang bersifat *open source*. Frame work ini berjalan diatas PHP 5 dan berbasis MVC (*Model View Controller*). Laravel pertama kali dirilis pada 22 Februari 2012, dan versi stabil terbaru adalah versi 4.2.11 yang dirilis pada 4 Oktober 2014.”

2.2.6.CSS

Menurut (Binarso Ardi, 2012: 76), “CSS adalah *stylesheet language* yang digunakan untuk mendeskripsikan penyajian dari dokumen yang dibuat dalam mark up language. CSS merupakan sebuah dokumen yang berguna untuk melakukan pengaturan pada komponen halaman web, inti dari dokumen ini adalah memformat halaman web standar menjadi bentuk web yang memiliki kualitas yang lebih indah dan menarik.”

Menurut (Pranata, et al, 2015: 26), “ CSS adalah suatu cara untuk membuat format atau layout halaman web menjadi lebih menarik dan mudah dikelola. CSS muncul karena sulitnya mengatur layout tampilan dokumen yang dibuat dengan HTML murni meskipun telah menggunakan berbagai kombinasi format.”

2.2.7.FrameWork

Menurut (Octafian, 2015: 2), “*Framework* adalah koleksi atau kumpulan potongan-potongan program yang disusun atau diorganisasikan sedemikian rupa, sehingga dapat digunakan untuk membantu membuat aplikasi untuh tanpa harus membuat semua kodenya dari awal. Saat ini ada banyak framework PHP, diantaranya: Zend, Cake PHP, Trax, Symfony, Codeigniter dan sebagainya.”

Tentu saja, setiap framework memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Keuntungan yang dapat diperoleh dari penggunaan framemork adalah:

1. Waktu pembuatan aplikasi website jauh lebih singkat.
2. Kode aplikasi website menjadi lebih mudah dibaca, karena sedikit dan sifatnya pokok, detailnya adalah kode dari framework.
3. Website menjadi lebih mudah diperbaiki, karena tidak perlu fokus ke semua komponen kode website, terutama kode sistem framework.
4. Tidak perlu lagi membuat kode penunjang aplikasi website seperti koneksi database, validasi form, GUI, dan keamanan.
5. Pikiran pengembang menjadi lebih terfokus ke kode alur permasalahan website, apa yang ditampilkan dan layanan apa saja yang diberikan dari aplikasi website tersebut.
6. Jika dikerjakan *team work*, maka akan lebih terarah karena sistem framework, mengharuskan adanya keteraturan peletakan kode. Seperti bagian pengambilan database terpisah dengan bagian pengaturan tampilan untuk pengunjung.

Menurut (Irfandi, 2015: 7733), “ *Framework* adalah sebuah kerangka perangkat lunak yang dirancang untuk membantu pembangunan web dinamis , aplikasi web, *web services* , dan *web resources*.” Dengan menggunakan sebuah *framework*, proses pembangunan web akan menjadi semakin mudah, cepat, dan hemat biaya. Ini dikarenakan sebagian besar framework telah mengimplementas

ikan fitur-fitur seperti *Data Persistence, Session Management, User Authentication, Security, Caching, dan Administrative Interface*.

2.3. Penelitian Terdahulu

Berikut ini akan dikemukakan hasil penelitian terdahulu yang digunakan sebagai dasar di dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang penulis jabarkan adalah penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini:

1. Amirullah dan Megawati(2016) yang berjudul Rancang Bangun Sistem Informasi Pemasaran Perumahan Permata Bening Berbasis Web

Pada penelitian ini, membahas beberapa permasalahan umum yang analisis sistem bertujuan untuk menguraikan permasalahan yang terdapat pada sistem yang akan dibangun kedalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, analisis ini diperlukan untuk perancangan sistem pada tahap selanjutnya. Analisis sistem yang akan dibahas diharapkan dapat mengidentifikasi kebutuhan yang diperlukan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikan. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Sistem informasi pemasaran yang dibangun membantu dalam meningkatkan kinerja pegawai dalam proses pemasaran perumahan, serta pencarian perumahan dapat dilakukan lebih mudah dibandingkan dengan sistem lama yang harus datang ke lokasi untuk melihat perumahan yang diinginkan.

2. Noni dan Herry (2016) yang berjudul Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web pada Toko Billy

Pada penelitian ini, membahas masalah yang menggunakan *prototype* perancangan yang meliputi perancangan proses, perancangan basis dan antarmuka. Pada tahap ini penelitian menggunakan metode perancangan sistem yaitu dengan menggunakan metode *prototype*. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Pada pengolahan sistem pemasaran website toko billy tidak perlu lagi penyimpanan data secara manual tapi sudah dapat menggunakan sistem pengolahan menggunakan teknologi informasi dalam mengelolah data karena sudah adanya sistem basis data atau database untuk menambah, menyimpan, mengedit dan meghapus data, serta megirim promo produk terbaru kepada pengunjung yang mengisi data pengunjung melalui email. Agar pengunjung yang mengisi data pengunjung dapat mengetahui produk terbaru, promo dan lain- lain.

3. Oliver dan Tri (2015) yang berjudul Sistem Informasi Pemasaran

Produk Usaha Pertanian (Studi kasus : Kwt .Widuri, Desa Trumpon)

Pada penelitian ini, dibuat dengan menggunakan analisis sistem terdapat dua bagian yaitu *user* dan *admin*. Sistem informasi pada bagian user ditunjukan untuk para konsumen yang membutuhkan informasi terkait dengan informasi produk KWT. Widuri untuk mempermudah mendapatkan informasi tentang produk usaha pertanian dalam waktu yang relatif singkat dan dapat diakses oleh semua konsumen dimana dan kapan saja. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Sistem informasi dapat mempermudah melakukan pemasaran produk usaha pertanian dengan bantuan web.

4. Iwan (2016) yang berjudul Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web

Studi Kasus : Batikologi Batik Craft

Pada penelitian ini, menggunakan perancangan sistem untuk menciptakan suatu sistem informasi yang dapat mengelola seluruh data dan informasi mengenai pemasaran produk pada Batikologi Batik Craft. Hasil penelitian disimpulkan bahwa dengan adanya sistem informasi pemasaran berbasis website ini, sangat membantu pemilik usaha dalam memasarkan produk-produknya secara lebih global lagi karena dapat diakses dimanapun tempatnya dan kapanpun waktunya. Para konsumen pun dapat berbelanja tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan.

5. Paulus dan Rashard (2014) yang berjudul *Is E-Marketing the Future of Marketing Field*

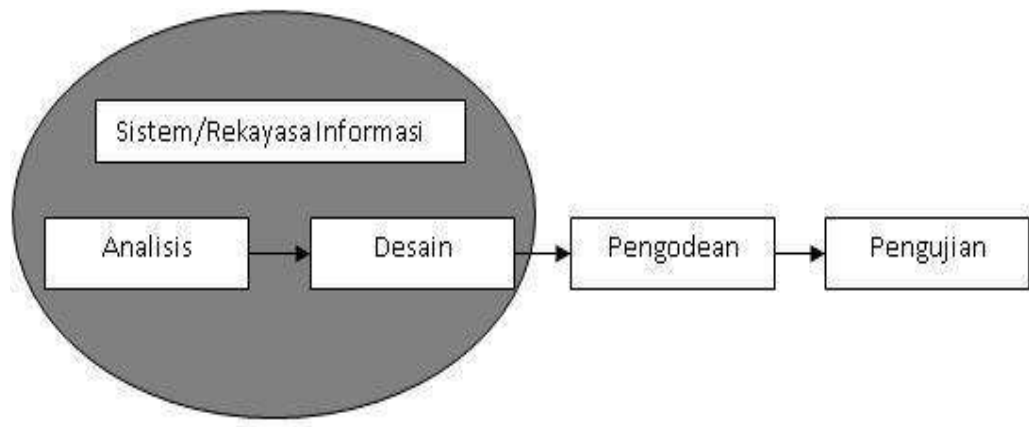
Dalam penelitian ini, menggunakan *E-marketing* tumbuh dengan kecepatan yang dramatis dan secara signifikan mempengaruhi perilaku pasar pelanggan dan bisnis. Akibatnya, kebanyakan perusahaan mulai mengembangkan strategi pemasaran elektronik. Hasil penelitian disimpulkan bahwa dengan tujuan yang sama, benar metode, salah satu yang memasukkan e-marketing akan ditinggalkan dengan persentase kecil orang ke pasar untuk, di perasaan bahwa mayoritas telah beralih dengan teknologi dan menggunakan gadget dan ponsel pintar. Namun, pandangan yang disajikan di sini adalah bahwa masa depan milik *e-marketing* di bidang pemasaran, namun tidak terbatas pada itu.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Metode ini merupakan salah satu metode yang sering digunakan oleh penganalisa sistem pada umumnya. Inti dari *waterfall* adalah pengerjaan dari suatu sistem dilakukan secara berurutan dari analisis, desain, pengkodean dan pengujian. Dimana pada setiap tahapan sistem bisa melakukan revisi atau perbaikan sistem sebelumnya. Beberapa tahapan metode *waterfall* akan dijelaskan sesuai yang dilakukan dalam perancangan sistem pada skripsi ini.



Gambar 3.1.Waterfall Model

Dalam pengembangan sistem seperti gambar ilustrasi diatas dapat dijabarkan seperti berikut :

1. Analisis

Analisis merupakan tahap awal yang dilakukan oleh peneliti dalam mengembangkan program web yang sedang dibuat. Dalam tahap analisis ini, penulis menganalisis sistem lama yang ada pada PT Supra Kencana Sukses, melakukan suatu wawancara atau interview mengenai sistem yang diinginkan oleh pemilik PT Supra Kencana Sukses untuk memajukan tingkat pemasaran sehingga memudahkan penulis untuk mendesain sistem yang akan dibangun. (sumber:Rosa & Shalahuddin, 2011:24-28)

2. Desain

Desain yang dimaksud bukan hanya tampilan atau interfacenya saja, tetapi yang dimaksud desain dalam metode ini adalah desain sistem yang meliputi : alur kerja sistem, cara pengoperasian sistem, hasil keluaran (output) dengan menggunakan metode-metode seperti UML (*Unified Modeling Language*) tampilan sistem dan lain-lain yang telah disesuaikan dengan analisis kebutuhan pada tahap awal untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. (sumber:Rosa & Shalahuddin, 2011:24-28)

3. Pengodean

Bagian pengodean merupakan bagian dimana penulis untuk mengerti dan memahami script kode pemrograman kedalam sebuah aplikasi yang telah di desain, aplikasi tersebut dapat digunakan oleh pelanggan untuk mengakses dan

melihat informasi mengenai produk motor yang update (misal : untuk Handphone, *Internet Explorer*, *Mozilla Firefox*, *Website*, *Google Chrome* dan lain-lain). Untuk aplikasi tersebut menggunakan *HTML*, *PHP*, *MYSQL* dan lain-lain. (sumber:Rosa & Shalahuddin, 2011:24-28)

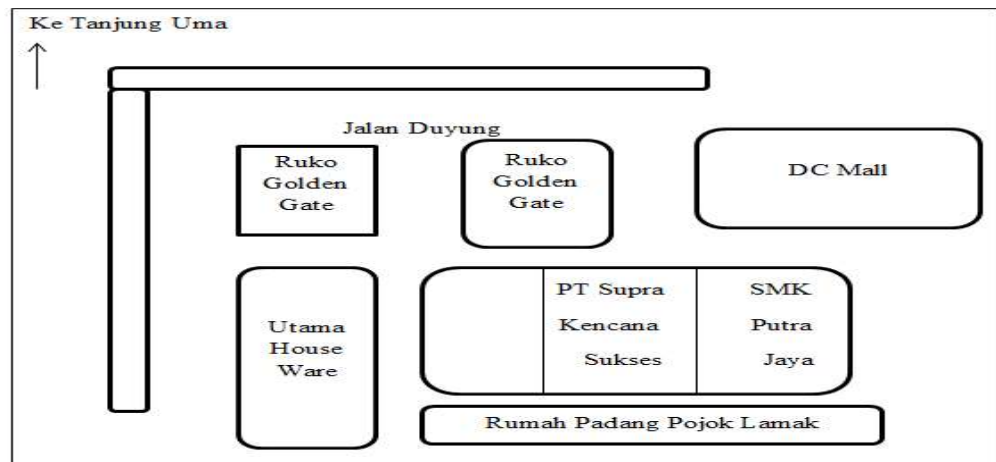
4. Pengujian

Tahap pengujian dalam merancang suatu aplikasi yang dibuat haruslah di ujicobakan dengan *Black Box Testing* dimana pengujian yang dilakukan hanya mengamati hasil eksekusi melalui data uji dan memeriksa fungsi dari sistem *software*.(sumber:Rosa & Shalahuddin, 2011:24-28)

3.2. Objek Penelitian

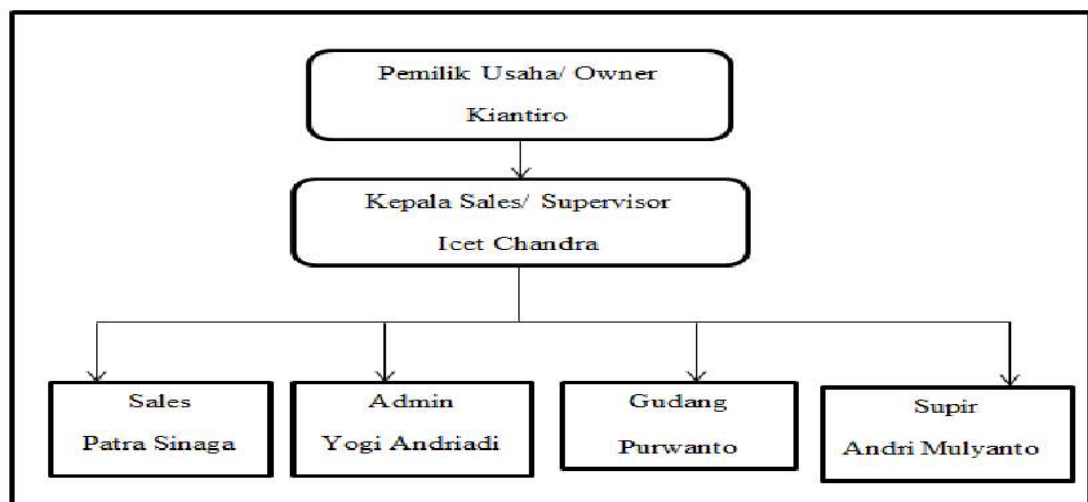
PT Supra Kencana Sukses telah berdiri sejak tahun 2000 pertama kali lokasi di Jl. Sultan Abdul Rahman Komp. Sulaiman Blok B No : 8 – 9, pada tahun 2013 sudah pindah alamat di Jalan Bunga Raya Komplek Plaza 91 Square Blok C No.13 A Batam. Bidang usaha PT tersebut bergerak di bidang otomotif khusus sepeda motor. PT Supra Kencana Sukses menyediakan sepeda motor terdiri dari 3 kelompok yaitu *cub* (Revo, Blade, Supra X125, Supra Helm In 125 dan Supra GTR 150), *matic* (Beat, Spacy, Scoopy, Vario 110, Vario 125, Vario 150), *sport* (Verza, Megapro, Sonic, CB150R, CBR150R, CRF) dan motor premium (PCX, SH150i, CBR250RR).

Objek penelitian rancang bangun aplikasi pemasaran berbasis web dilakukan pada PT Supra Kencana Sukses beralamat di Jalan Bunga Raya Komplek Plaza 91 Square Blok C No.13 A dekat di DC Mall.



Gambar 3.2.Denah PT Supra Kencana Sukses

3.3. Struktur Organisasi



Gambar 3.3.Struktur Organisasi

Dalam Struktur organisasi pada PT Supra Kencana Sukses terdiri dari

1. Kegiatan Sales terdiri dari : memberikan brosur, melakukan proses registrasi dan membuat data pemasaran.
2. Kegiatan Konsumen terdiri dari : melihat brosur, mengecek barang yang mau dipesan yang tertera pada brosur dan mengisi data pesanan dan menerima *invoice* yang dikirim oleh supir.
3. Kegiatan Gudang terdiri dari : menerima laporan pesanan, mengerjakan pesanan dan mengeluarkan motor langsung kirim ke supir.
4. Kegiatan *Admin* terdiri dari : menerima data pesanan yang dikerjakan oleh gudang dan membuat *invoice* sebanyak 3 rangkap.
5. Kegiatan Supir terdiri dari : mengantar pesanan pelanggan, menerima pembayaran pelanggan.
6. Kegiatan Kepala Sales terdiri dari : memantau kinerja sales, membantu sales apabila promosi motor kurang laku dan memfollow up kembali konsumen untuk mengambil motor.
7. Kegiatan *Owner* terdiri dari : menerima *invoice* yang dikerjakan oleh Admin, melakukan verifikasi, serta verifikasi *invoice* ulang 2 rangkap.

3.4. Analisis SWOT Program

Pada pengembangan sistem ini, penulis menganalisa SWOT untuk memperjelaskan *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* pada sistem yang akan digunakan pada PT Supra Kencana Sukses. Berikut SWOT pada sistem pada sistem lama yang digunakan :

1. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan yang dimaksud merupakan situasi atau kondisi di PT SupraKencana Sukses dari segi internal yang dapat digunakan sebagian kekuatan dasar bagi perusahaan. Penerapan sistem yang berjalan sekarang pada PT Supra Kencana Sukses memperoleh beberapa faktor kekuatan sebagai berikut:

- a. Dengan menggunakan brosur dapat mempermudah dalam hal promosi langsung produk motor ke pelanggan.
- b. Dengan menggunakan promosi ke rumah pelanggan tersebut lebih mudah untuk memproses transaksi pembelian sepeda motor..

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan muncul sebagai faktor yang membatasi serta mencegah manajemen untuk merealisasikan potensi yang sesungguhnya. Kegiatan perusahaan dalam hal ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat memperoleh peluang yang lebih baik. Penerapan sistem yang berjalan sekarang pada PT Supra Kencana Sukses memperoleh beberapa faktor kelemahan sebagai berikut:

- a. Pemasaran menggunakan brosur menyebabkan kertas mudah robek sehingga pelanggan sulit mendapatkan lokasi PT Supra Kencana Sukses.
- b. Membutuhkan biaya cukup besar untuk mempromosikan produk motor yang berada diluar Batam.

3. *Opportunity* (Kesempatan)

Peluang merupakan peluang perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan pelayanannya. Peluang menunjukkan kondisi lingkungan eksternal yang mempunyai dampak menguntungkan bagi perusahaan. Penerapan sistem yang berjalan sekarang pada PT Supra Kencana Sukses memperoleh beberapa faktor peluang untuk mengembangkan sistem sebagai berikut:

- a. Perkembangan teknologi yang cukup pesat dapat meningkatkan pemasaran produk motor.
- b. Dengan pemasaran menggunakan sistem yang sedang dapat mempermudah untuk konsumen dalam melihat spesifikasi produk motor.

4. *Threat* (Ancaman)

Ancaman menunjukkan kondisi lingkungan eksternal yang dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan dan mencegah pencapaian sasaran perusahaan. Penerapan sistem yang berjalan sekarang pada memperoleh beberapa PT Supra Kencana Sukses faktor ancaman sistem sebagai berikut:

- a. Dengan mempromosikan produk motor hanya dengan menggunakan brosur maka pemasaran tidak luas sehingga dapat mengakibatkan PT Supra Kencana Sukses kalah bersaing dari perusahaan dealer motor lainnya.
- b. Dengan mempromosikan produk motor dengan hanya mengunjungi rumah pelanggan dapat membuang waktu sehingga mengakibatkan proses pemasaran semakin menurun.

3.5. Analisis sistem yang sedang berjalan

Sistem Sistem yang sedang berjalan pada PT Supra Kencana Sukses masih menggunakan manual yaitu promosi menggunakan brosur yang dilakukan di PT Supra Kencana Sukses dirasakan kurang efektif, sehingga jangkauan pemasaran produk tidak luas, membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang cukup besar dalam mencetak brosur dan memasang iklan di koran, dan Pelanggan merasa kesulitan mendapatkan informasi produk-produk motor pada PT Supra Kencana Sukses.

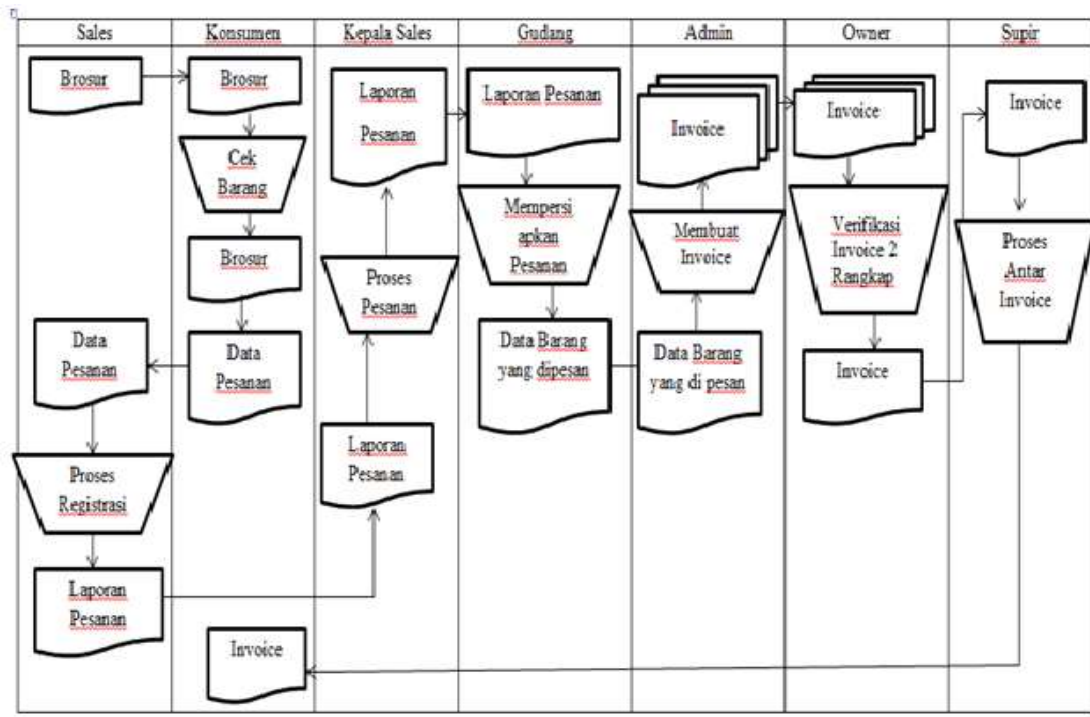
3.6. Aliran Sistem Informasi yang sedang berjalan

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menjelaskan permasalahan yang sedang dihadapi pemasaran pada PT Supra Kencana Sukses adalah :

1. Sales membagikan brosur ke konsumen.
2. Selanjutnya konsumen melihat brosur, melihat motor yang mau dipesan, brosur yang ada tertera modan mengisi data pesanan.
3. Data pesanan tersebut di proses oleh *Sales, Sales* melakukan proses pemesanan sehingga *Sales* membuat laporan registrasi pesanan .
4. Apabila *Sales* membuat laporan registrasi pesanan, laporan register pesanan diserahkan kepada kepala sales. Kepala Sales mempersiapkan data pesanan motor ke gudang untuk menyiapkan pesanan, dan memberikan laporan barang yang dipesan kepada *Admin* .

5. Kemudian *Admin* menerima laporan barang yang dipesan oleh gudang, Admin membuat *invoice* sebanyak 3 rangkap, *invoice* 3 rangkap tersebut diserahkan oleh *Owner*.
6. Setelah *invoice* 3 rangkap yang diterima oleh *Owner*, *Owner* melakukan verifikasi yang dikerjakan oleh *Admin*, verifikasi *invoice* dicek ulang oleh *Owner* sebanyak 2 rangkap, setelah diverifikasi dicek *invoice* 2 rangkap, 1 rangkap *invoice* tersebut *Owner* untuk menyetujui data pemesanan pelanggan Kemudian data *invoice* tersebut kirim ke supir untuk menagih pembayaran konsumen dalam melakukan pemesanan motor.
7. Konsumen menerima *invoice* 1 rangkap yang telah dikirim oleh supir.

Aliran Sistem Informasi kegiatan PT Supra Kencana Sukses yang berjalan sekarang ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3.4. Aliran Sistem Informasi Lama

3.7. Permasalahan yang sedang dihadapi

Dengan menggunakan sistem yang sedang berjalan pada PT Supra Kencana Sukses terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi:

1. Promosi menggunakan brosur yang dilakukan di PT Supra Kencana Sukses dirasakan kurang efektif, sehingga jangkauan pemasaran produk tidak luas.
2. Membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang cukup besar dalam mencetak brosur dan memasang iklan di koran.
3. Pelanggan merasa kesulitan mendapatkan informasi mengenai spesifikasi produk-produk motor pada PT Supra Kencana Sukses.

3.8. Usulan Pemecahan Masalah

Penulis Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menjelaskan usulan pemecahan masalah pemasaran pada PT Supra Kencana Sukses adalah :

1. Sistem yang dirancang atau dibuat pada PT Supra Kencana Sukses berbasis *web* menggunakan PHP.
2. Aplikasi *web* yang dirancang ini untuk menampilkan sumber informasi mengenai produk motor, spesifikasi pada PT Supra Kencana Sukses.
3. Aplikasi yang dibangun ini untuk mempermudah beberapa pelanggan untuk melakukan registrasi dan melihat produk motor terbaru..