

JURNAL TUGAS AKHIR

SISTEM INFORMASI BERBASIS WEB UNTUK MENUNJANG

PROMOSI JASA FOTO PADA GBU18studio



Disusun Oleh :

Nama : Michael Abdul Rahmad

NIM : A12.2008.03142

Program Studi : Sistem Informasi (S1)

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO

SEMARANG

2013

ABSTRAK

Penerapan teknologi informasi dan komunikasi diperlukan dalam dunia bisnis sebagai alat bantu dalam upaya memenangkan persaingan, dengan demikian suatu sistem yang baik harus mampu memberikan informasi yang jelas dengan data-data yang akurat dan tepat dalam proses pengolahannya.

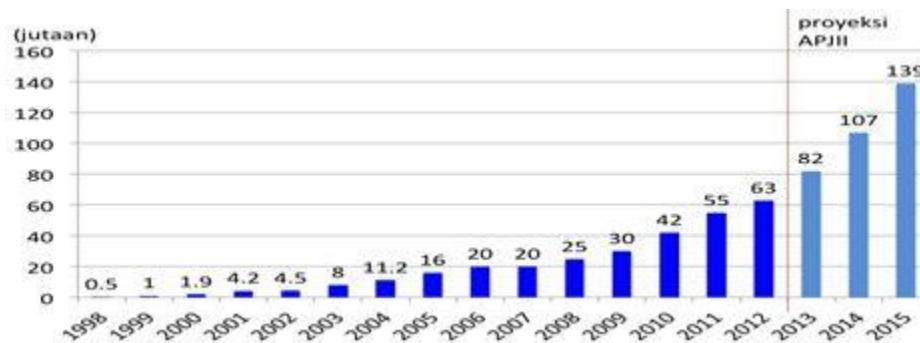
Telah dilakukan penelitian tentang Sistem Informasi Promosi Jasa Foto Pada GBU18studio yang bertujuan untuk merancang Sistem informasi pemasaran berbasis web. Penelitian dilakukan dengan tahapan antara lain metode pengumpulan data yang meliputi pengamatan langsung, wawancara dan kepustakaan, metode pengembangan system yang menggunakan *Unified Modeling Language* (UML) yang diperinci terdiri dari diagram *Use case*, *Sequence diagram* dan *Activity diagram*. Hasil yang didapatkan yaitu sebuah system informasi pemasaran berbasis web atau juga disebut *E-Commerace* yang terdiri dari halaman profile GBU18studio, halaman kategori foto, halaman cara menggunakan jasa dan halaman admin untuk pemeliharaan website. Sistem informasi pemasaran jasa foto ini diharapkan dapat mempermudah dalam mempromosikan GBU18studio. Terutama untuk konsumen yang beralokasi jauh bisa mengakses informasi tentang jasa foto GBU18studio kapanpun dan dimanapun.

Kata kunci : Sistem informasi, GBU18studio, jasa foto, *E-Commerce*

I. Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi ini menuntut perusahaan untuk menyusun kembali strategi dan taktik bisnisnya. Jika dilihat lebih mendalam, ternyata esensi dari persaingan terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat mengimplementasikan proses penciptaan produk atau jasanya secara lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat dibandingkan dengan pesaing bisnisnya. Saat ini penerapan teknologi informasi dan komunikasi diperlukan dalam dunia bisnis sebagai alat bantu dalam upaya memenangkan persaingan.

Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia dapat menjadi sesuatu yang menjanjikan. Hal ini diakibatkan oleh beberapa faktor, diantaranya jumlah pengguna internet yang kian bertambah, berikut perkembangan statistik pengguna internet di Indonesia dari tahun ketahun



Gambar 1.1 : *Indonesia Internet Users*

Perkembangan situs *E-Commerce* di Indonesia sendiri sudah ada sejak tahun 1996, dengan berdirinya Dyviacom Intrabumi atau D-Net sebagai perintis transaksi *online*. Internet membantu kita sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merebaknya media internet menyebabkan banyaknya perusahaan yang mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya dengan menggunakan media website, dan salah satu manfaat dari keberadaan internet adalah sebagai media promosi suatu produk dan jasa. Suatu produk

dan jasa yang dionlinekan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi pengusaha karena produk dan jasanya di kenal di seluruh dunia.

GBU18studio adalah salah satu perusahaan yang terletak di daerah Semarang dimana perusahaan tersebut bergerak dalam bidang jasa foto, yang beralamat di Jl.Gedung Batu Utara No.18. Perusahaan tersebut berdiri pada tahun 2012. Pada saat ini GBU18studio berkeinginan untuk memperluas penyebaran wilayah pemasaran yaitu dengan cara membuat sistem informasi pemasaran *online* atau biasa disebut *E-Commerce*. Diharapkan dengan sistem informasi *online* ini pemilik perusahaan bisa meraup keuntungan yang lebih dari biasanya. Dalam era yang disebut *information age* ini, media elektronik menjadi salah satu media andalan pemilik perusahaan untuk melakukan komunikasi dan bisnis.

Memasarkan secara *online* atau *E-Commerce* memiliki kelebihan yang banyak dari pada memasarkan secara manual. Selama ini selain mengandalkan pengguna jasa yang langsung datang ke studio, GBU18studio juga memasarkan jasanya dengan aktif ikut acara pemotretan untuk memperkenalkan karya dan pameran-pameran karya foto senekisnya. Pendiri GBU18studio beranggapan dengan cara seperti itu terjadi keterbatasan waktu dalam memperkenalkan jasa hanya bergantung dengan lama acara yang diselenggarakan. Maka dari itu GBU18studio ingin lebih meningkatkan pasar yang lebih luas tanpa hambatan dengan memanfaatkan internet sebagai media pemasaran, akan lebih mudah dikenal karena jasa yang ditawarkan dapat dilihat dan diakses oleh jutaan manusia. Baik dalam kota, luar kota, maupun luar jawa, sehingga lebih memanjakan para konsumen khususnya konsumen yang memiliki waktu sibuk dan sempit. Melihat perkembangan zaman yang semakin canggih serta kehidupan manusia yang semakin praktis, pentingnya para wirausaha memasang situs *website* penjualan *online*. Untuk meningkatkan mutu penjualan yang berbasis teknologi cepat dan mampu bersaing dan bertahan di dunia bisnis.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas penulis tertarik untuk membangun media pemasaran *online* berbasis komputer dan menuangkannya dalam bentuk laporan Tugas Akhir dengan judul Informasi Berbasis Web Untuk Menunjang Promosi Jasa Foto Pada GBU18studio.

II. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana membangun sistem informasi promosi berbasis web pada GBU18studio yang dinamis dan interaktif untuk mempromosikan informasi jasa foto ke pengguna jasa”

III. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka, dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah :

“Membangun sistem informasi promosi berbasis web pada GBU18studio yang dinamis dan interaktif untuk mempromosikan informasi jasa foto ke pengguna jasa”

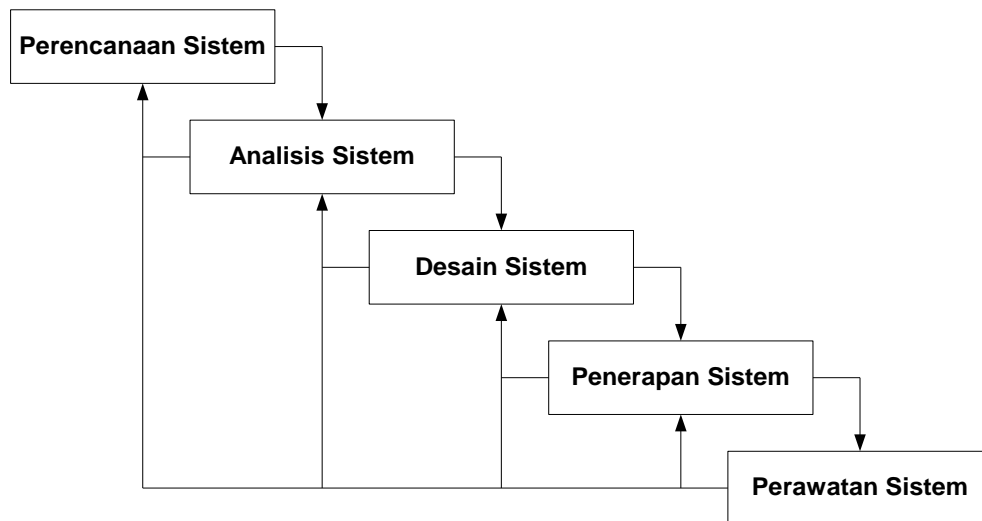
IV. Metode Penelitian

Metode adalah suatu cara yang disarankan untuk melakukan suatu hal. Pendekatan sistem merupakan metodologi dasar untuk memecahkan masalah. Metodologi pengembangan sistem informasi berarti suatu metode yang digunakan untuk melakukan pengembangan sistem informasi berbasis komputer. Metode yang akan digunakan adalah dengan siklus hidup pengembangan sistem (*systems development life cycle-SDLC*) atau disebut siklus hidup sistem (*system life cycle-SLC*) saja. Metode SDLC menggunakan pendekatan sistem yang disebut pendekatan air terjun (*waterfall approach*), yang menggunakan beberapa tahapan dalam pengembangan sistem.

Tahap-tahap dalam pengembangan sistem sesuai dengan SDLC meliputi tahapan sebagai berikut :

- a. Perencanaan sistem (*system planning*)
- b. Analisis sistem (*system analyst*)
- c. Desain atau perancangan sistem (*system design*)
- d. Penerapan / implementasi sistem (*system implementation*)
- e. Perawatan sistem (*system maintenance*)

Tahapan tersebut dinamakan tahap air terjun (*waterfall*) karena pada setiap tahapan sistem akan dikerjakan secara berurut menurun dari perencanaan, analisis, desain, penerapan dan perawatan. Dimana pada setiap tahapan sistem bisa melakukan revisi atau perbaikan sistem sebelumnya. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1 *Waterfall Model*

Gambar di atas adalah tahapan umum dari model proses ini. Akan tetapi Roger S. Pressman memecah model ini menjadi 6 tahapan meskipun secara garis besar sama dengan tahapan-tahapan model waterfall pada umumnya.

V. Identifikasi masalah dan sumber masalah

A. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang terjadi pada GBU18studio adalah berkaitan dengan proses efisiensi biaya promosi dan pemasaran serta untuk mempercepat proses penyebaran informasi tentang promosi jasa kepada pelanggan dan mampu memasarkan jasa diluar daerah sehingga bisa mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh GBU18studio

B. Identifikasi Sumber Masalah

Sumber masalah terdapat di bagian promosi pada GBU18studio yang masih kurang efisien dan efektif

VI. Identifikasi kebutuhan informasi

Informasi yang diperoleh dari Sistem informasi pemasaran ini adalah:

- a. Informasi profil perusahaan
- b. Informasi karya foto
- c. Kategori foto
- d. Informasi jasa

Identifikasi data yang diperlukan untuk menghasilkan informasi antara lain dibutuhkan data :

- a. Data user
- b. Data kategori foto

Identifikasi Sumber Data dan Tujuan Informasi

Identifikasi sumber data dan tujuan informasi dibuat agar asal dan arah data maupun tujuan informasi dapat diketahui dengan jelas.

Adapun informasi yang dihasilkan ditujukan kepada :

1. Konsumen

- a. Informasi profil perusahaan
- b. Informasi kategori foto
- c. Informasi menggunakan jasa

2. Perusahaan

a. Informasi calon pengguna

VII. Kesimpulan

Setelah penulis memperhatikan dan memahami tentang GBU18studio dalam mempromosikan jasanya., maka penulis dapat mengambil kesimpulan tentang website tersebut, website ini dapat memudahkan pemasaran dalam penyajian informasi. Untuk konsumen yang berlokasi jauh bisa mengakses informasi tentang jasa GBU18studio kapanpun dan dimanapun.

VIII. Saran

Dari pembuatan website sistem informasi pemasaran, maka berikut ini ada beberapa saran yang kiranya dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan promosi dan pelanggan, dimasa yang akan datang diantaranya yaitu:

1. *Support system* yang dirancang masih sangat jauh dari kesempurnaan, diharapkan untuk pengembangan kedepannya dapat dikembangkan lagi seperti penambahan grafik laporan konsumen di admin, perubahan tampilan website secara otomatis, dan lainnya.
2. Komputerasi tidak akan memberikan manfaat jika tidak didukung oleh sumber daya manusia yang mampu mengoperasikannya, untuk itu perlu diadakan latihan terutama bagi personil yang akan mengoperasikan website atau dapat juga merekrut tenaga kerja yang mengerti tentang computer dan mengelola website.
3. GBU18studio hendaknya terus mengembangkan sistem ini dengan cara menambah tingkat *security*, *bandwith* demi kenyamanan dan kepercayaan user dalam mengakses website, dan terus mengembangkan sistem website *up to date* agar pengunjung yang datang ke website merasa bahwa website masih aktif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Philip Kotler, "*Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control.*" 8th ed., (1994), p. 19.
- [2] Andi. 2001, *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, Wahana Komputer, Semarang.
- [3] Supriyanto, Aji. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta . Salemba Infotek. 510 hlm
- [4] Fowler, Martin. *UML Distilled, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi, 2005
- [5] Dennis, Alan, Barbara Haley W., David Tegarden, *System Analysis and Design with UML 2.0*, 3rdEd, Wiley, 2010
- [6] Dharwiyanti, S., & Wahono, R. S. (2003). *Pengantar Unified Modeling Language (UML)*. IlmuKomputer.com.
- [7] <http://id.wikipedia.org/wiki/Internet>
- [8] <http://www.apiji.or.id/v2/index.php/read/page/halaman-data/9/statistik.html>
- [9] http://www.id.m.wikipedia.org/wiki/Sistem_Penamaan_Domain
- [10] <http://www.anneahira.com/jenis-jenis-internet.html>