

**SISTEN INFORMASI JASA PHOTOGRAFI DAN PENDIDIKAN
MODELING BERBASIS WEB PADA FASHIONTOGRAFIA SEMARANG**

Oleh :

Jane Noerma Pratiwi

A12.2009.03686

ABSTRAKSI

Kebutuhan akan informasi yang cepat, tepat dan akurat merupakan suatu hal yang mutlak pada era yang serba cepat, seperti saat ini. Keterlambatan dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan akan menyebabkan informasi tersebut tidak relevan lagi bagi penggunanya. Dengan demikian suatu system yang baik harus mampu memberikan informasi pada waktunya, dengan data-data yang akurat dan tepat dalam proses pengolahannya. System informasi ini akan lebih menyederhanakan proses-proses tersebut diatas dengan memanfaatkan teknologi informatika jaringan komunikasi data. Sehingga pengolahan atas data yang timbul antar bagian yang ada. Disamping itu sisi keamanan dan keutuhan data dapat lebih terjamin karena diterapkannya batasan-batasan atas pemakaian data, sehingga penyebaran informasi hanya akan diterima oleh yang berhak saja.

Kata Kunci : Online, Photography, Sistem Informasi, Jasa, Pemesanan

A. Latar Belakang

Dunia photographi dan fashion di era globalisasi ini semakin pesat, dengan ditunjukkan dengan banyak bermunculan kegiatan pemotretan untuk berbagai even, peragaan busana, lomba-lomba foto, lomba-lomba fotografi, model sampul untuk berbagai kegiatan seperti untuk majalah, catalog dan lain sebagainya. Dengan semakin maraknya kegiatan yang berhubungan dengan fashion dan photographi memancing dunia industri hiburan berlomba-lomba mengadakan acara yang berhubungan dengan fashion dan photographi baik untuk acara-acara yang berskala regional maupun acara-acara yang berskala nasional. Fashion dan photographi di era globalisasi merupakan sebuah industri yang sangat menjanjikan, hal ini dikarenakan peminat akan jasa fotografi dan fashion terus bermunculan untuk berbagai macam kegiatan.

Fashiontografia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa fotografi dan pendidikan modeling dengan pangsa pasar diberbagai kalangan baik itu instansi, kelompok ataupun perorangan. Dalam mengelola perusahaan tersebut Fashiontografia dibantu oleh sumber daya manusia yang kompeten dibidangnya dan sumber daya manusia yang dmiliki memiliki sertifikat kompetensi dibidangnya dan berpengalaman memenangi perlombaan modeling dan fotografi diberbagai kejuaran regional ataupun nasional. Untuk memenuhi target pemasaran yang telah ditetapkan setiap bulannya

dalam bidang fotografi dan pendidikan modeling berbagai usaha ditempuh agar operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik, salah satunya pemasaran dilakukan melalui promosi diberbagai even, pemasangan iklan di surat kabar atau majalah. Selama promosi tersebut dijalankan melalui iklan-iklan diberbagai media pemasaran tersebut masih belum maksimal karena dengan media iklan tidak bisa merambah ke berbagai kalangan yang ingin belajar tentang modeling dan photographi. Setelah dianalisa dari manajemen Fashiontografia kenapa operasional perusahaan tidak meningkat, maka manajemen Fashiontografia menemukan kendala-kendala antara lain :

1. Promosi yang dilakukan oleh manajemen Fashiontografia selama ini masih menggunakan media iklan, katalog dan brosur yang pangsa pasarnya terbatas hanya pada kalangan tertentu. Sehingga jika ada konsumen dari luar daerah atau luar kota yang ingin memakai jasa photographi, modeling dan pendidikan modeling kesulitan dalam memeproleh informasi.
2. Pemesanan jasa photographi dan modeling tidak terakomodasi dengan baik karena pangsa pasar Fashiontografia bukan hanya pada kalangan dalam kota tetapi juga luar kota, jika ingin memesan dan melihat karya yang telah dihasilkan oleh Fashiontografia sebagai track record perusahaan tidak akan bisa dilihat.

Dari permasalahan-permasalahan yang ada pada Fashionotografia maka penulis ingin membantu menyelesaikan permasalahan yang ada dalam bidang pemasaran photographi dan pendidikan modeling dengan aplikasi berbasis website sehingga semua informasi yang ada di Fashionotografia dapat dilihat serta antara pemakai dan manajemen Fashionotografia dapat berinteraksi secara online. Oleh sebab itu penulis mengambil judul untuk tugas akhir yaitu **“SISTEM INFORMASI PEMASARAN ONLINE JASA PHOTOGRAPHY DAN PENDIDIKAN MODELING PADA FASHIONTOGRAFIA SEMARANG”**.

B. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah adalah “Bagaimana merancang sistem informasi pemasaran jasa fotografi dan pendidikan modeling secara cepat tepat dan efisien yang dapat membantu penyelesaian promosi dan pemesanan jasa bagi Fashionotografia Semarang sehingga target perusahaan dapat terpenuhi dan akan menghasilkan informasi yang dibutuhkan bagi semua pihak yang membutuhkan sebagai bentuk pertanggungjawaban”

C. Batasan Masalah

Melihat ruang lingkup permasalahan yang cukup luas, waktu dan dana yang terbatas

dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis berusaha membatasi permasalahan pada :

1. Aplikasi sistem informasi pemasaran jasa photographi dan pendidikan modeling yang berisi antara lain :
 - a. Profile Perusahaan
 - b. Jasa-Jasa Yang Disediakan
 - c. Pemesanan Jasa
 - d. Buku Tamu
 - e. Tip And Trik
 - f. Informasi atau Berita.
2. Pembuatan aplikasi menggunakan pemrograman PHP dan database MySQL

D. Tujuan Penelitian

Dalam pembuatan Laporan Tugas Akhir ini, disertakan juga tujuannya yang berfungsi untuk memperjelas arah penulisan yaitu untuk mempermudah perusahaan dalam memperoleh informasi data pemasaran jasa photographi dan pendidikan modeling..

Berdasarkan pokok permasalahan yang dihadapi maka tujuan tugas akhir adalah membuat sistem informasi pemasaran jasa fotografi dan pendidikan modeling secara cepat tepat dan efisien yang dapat membantu penyelesaian promosi dan pemesanan jasa bagi Fashionotografia Semarang sehingga target perusahaan dapat terpenuhi dan akan menghasilkan informasi yang dibutuhkan bagi semua pihak yang membutuhkan sebagai bentuk pertanggungjawaban.

guna meningkatkan pelaksanaan pada sistem yang telah ada.

E. Manfaat Penelitian

Hasil Tugas Akhir ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian bagi Fashionotografia Semarang tersebut dapat memberikan manfaat anatara lain :

- a. Pelayanan jasa photographi dan pendidikan modeling dapat terpenuhi dengan cepat dan tepat.
- b. Pemasaran jasa photographi dan pendidikan modeling dapat lebih efisien dalam menggunakan sumber daya yang ada serta laporan-laporan yang dihasilkan lebih tepat dan akurat.
- c. Mengurangi kesalahan yang terjadi pada pengolahan data.

2. Bagi Akademis

Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi acuan dan dorongan bagi akademik untuk dijadikan tolak ukur atas keberhasilan selama ini dalam mendidik dan membekali ilmu bagi penulis sebelum memasuki kedalam masyarakat yang lebih luas.

2. Bagi Pembaca

Diharapkan akan dapat dijadikan dasar atau pertimbangan bagi perusahaan untuk menemukan suatu cara atau gagasan baru dalam usaha proses pengelolaan pemasaran jasa photographi dan pendidikan modeling

F. Tinjauan Pustaka

F.1 E-Commerce

F.1.1 Konsep E-Commerce

E-commerce atau yang biasa disebut juga dengan istilah *Ecom* atau *Emmerce* atau EC merupakan pertukaran bisnis yang rutin dengan menggunakan transmisi *Electronic Data Interchange* (EDI), email, *electronic bulletin boards*, mesin faksimili, dan *Electronic Funds Transfer* yang berkenaan dengan transaksi-transaksi belanja di *Internet shopping*, *Stock online* dan surat obligasi, download dan penjualan *software*, dokumen, grafik, musik, dan lain-lainnya, serta transaksi *Business to Business* (B2B). (Wahana Komputer Semarang, 2002).

Sedangkan definisi *e-commerce* menurut David Baum (1999) yaitu: *ecommerce is a dynamic set of technologies, applications, and bussines process that link enterprises, consumers, and communities through electronics transactions and the electronic exchange of goods, services, and informations.*

Diterjemahkan oleh Onno. W. Purbo: *e-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Triton (2006), menjelaskan bahwa *e-commerce* (*electronic commerce*) sebagai perdagangan elektronik dimana untuk transaksi perdagangan baik membeli maupun menjual dilakukan melalui elektronik pada jaringan internet. Keberadaan *e-commerce* sendiri dalam internet dapat dikenali melalui adanya fasilitas pemasangan iklan, penjualan, dan *service support* terbaik bagi seluruh pelanggannya dengan menggunakan sebuah toko *online* berbentuk *web* yang setiap harinya beroperasi selama 24 jam.

Proses yang ada dalam *e-commerce* adalah sebagai berikut :

- a. Presentasi elektronik (Pembuatan *Website*) untuk produk dan layanan.
- b. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.

- c. Otomasi *account* pelanggan secara aman (baik nomor rekening maupun nomor kartu kredit).
- d. Pembayaran yang dilakukan secara Langsung (*online*) dan penanganan transaksi (Januri, 2008).

F.1.2 Klasifikasi E-Commerce

Penggolongan *e-commerce* yang lazim dilakukan orang adalah berdasarkan sifat transaksinya, antara lain:

1. Business to Business (B2B)
Jenis transaksi dimana pembeli biasanya membeli dalam jumlah besar karena akan dijual kembali. Contoh penjualan grosir.
2. Business to Consumer (B2C)
Jenis transaksi dimana pembelinya perorangan dan tidak punya tujuan untuk menjualnya kembali biasanya semacam toko *online* yang menjual berbagai macam barang.
3. Consumer to Consumer (C2C)
Jenis transaksi dimana pembelinya perorangan yang tidak mempunyai tujuan untuk dijual kembali dan penjualnya juga perorangan yang tidak menyediakan bermacam-macam barang melainkan hanya beberapa barang saja. Contoh: *online advertising*.

4. Consumer to Business (C2B)
Termasuk kedalam kategori ini adalah perseorangan yang menjual produk atau layanan kepada organisasi, dan perseorangan yang mencari penjual, berinteraksi dengan mereka dan menyepakati suatu transaksi.

F.2 Pemasaran

F.2.1 Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu fungsi yang menentukan proses penjualan perusahaan baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Pemasaran juga merupakan proses sosial dan managerial dimana individu atau kelompok memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui kreatifitas, penawaran dan pertukaran nilai produk dengan yang lain. (Kotler, 2006).

F.2.2 Analisis Pemasaran

Analisis pemasaran adalah identifikasi peluang pemasaran sebagai dasar untuk perancangan strategi pemasaran (designing marketing strategy). Didalam hal ini strategi pemasaran mencakup penargetan pasar dan analisis penempatan, pemilihan strategi pemasaran dan pengembangan serta penempatan produk. Strategi pasar sasaran mengidentifikasi

bagaimana suatu usaha menghubungkan pasar dengan produk. Untuk memilih pasar sasaran perlu dipertimbangkan ; daya tarik segmen dan sumber daya kekuatan bisnis perusahaan di suatu segmen. Keputusan pasar produk merupakan “focal point” dari strategi pemasaran karena pentargetan pasar sebagai dasar untuk penetapan tujuan dan pengembangan strategi penempatan (Cravens 2007)

F.2.3 Sistem Informasi Pemasaran

Sistem informasi pemasaran ialah “suatu proses pengumpulan, pengolahan dan penyajian data menjadi informasi yang dilakukan secara sistematis untuk dijadikan masukan dalam pengambilan keputusan dalam menganalisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian pemasaran “. Untuk memperoleh informasi pemasaran, produsen harus menganalisis lingkungan pemasaran makro (ekonomi, teknologi, sosial budaya, peraturan/kebijakan pemerintah, politik dan demographi) dan lingkungan pemasaran mikro (pemasok, pesaing, pasar/pelanggan, perantara dan publik). Informasi tentang lingkungan pemasaran (makro dan mikro) mempunyai ciri cepat

berubah sejalan dengan perkembangan dunia bisnis, karena itu produsen yang menginginkan strategi pemasaran yang terarah harus selalu mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan pemasaran tersebut. (Dr Ratih Hurriyati, MSi, 2010)

F.3 Internet

F.3.1 Internet Commerce

Internet Commerce adalah penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan dan pembelian barang dimana barang akan dikirim melalui pos atau sarana lain setelah pembeli mentransfer uang ke rekening penjual. Harga lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka outlet retail di berbagai tempat. Internet media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah serta pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai ketempat pemesanan (Nofie, 2009).

F.3.2 Web Server

Web server adalah *software* yang menjadi tulang belakang dari *world*

wide web (www). *Web server* menunggu permintaan dari *client* yang menggunakan *browser* seperti Internet Explorer, Mozilla, dan program *browser* lainnya. Jika ada permintaan dari *browser*, maka *web server* akan memproses permintaan itu kemudian memberikan hasil prosesnya berupa data yang diinginkan kembali ke *browser*. Data ini mempunyai format yang standar, disebut dengan format SGML (*standar general markup language*). Data yang berupa format ini kemudian akan ditampilkan oleh *browser* sesuai dengan kemampuan *browser* tersebut. Contohnya, bila data yang dikirim berupa gambar, *browser* yang hanya mampu menampilkan teks (misalnya lynx) tidak akan mampu menampilkan gambar tersebut, dan jika ada akan menampilkan alternatifnya. *Web server*, untuk berkomunikasi dengan *client*-nya (*web browser*) mempunyai protokol sendiri, yaitu HTTP (*hypertext transfer protocol*) (Effendi, 2009).

F.3.3 Web Browser

Web browser adalah *software* yang digunakan pada komputer pemakai (*client*) yang meminta informasi dari *web server* dan penerjemah dari kode-

kode instruksi yang ada pada halaman *web* untuk ditampilkan pada monitor komputer sesuai dengan yang diinginkan oleh *user*

F.4 Analisis Sistem

F.4.1 Pengertian Analisis Sistem

Analisis sistem adalah penelitian atas yang ada dengan tujuan untuk merancang system yang baru / diperbarui (Raymond McLeod).

Analisis sistem adalah penguraian dari suatu sistem yang utuh kedalam bagian – bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan dan hambatan yang ada serta kebutuhan yang diinginkan sehingga dapat diusulkan perbaikannya.

F.4.2 Tahap – tahap Analisis Sistem

1. Mengumumkan Penelitian Sistem

Cara manajemen dalam mengumumkan penelitian sistem untuk memberikan informasi kepada penerima untuk menanggulangi kekhawatiran terjadi *miscommunication* pengumuman ini dapat berbentuk media tertulis atau video.

2. Mengorganisasikan Tim Proyek

Tim proyek yang akan melakukan penelitian sistem dikumpulkan.

3. Mendefinisikan Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi pemakai dengan terlibat dalam berbagai kegiatan pengumpulan informasi seperti : Wawancara perorangan, pengamatan, pencarian catatan dan survai.

4. Mendefinisikan Kriteria Kinerja Sistem

Kebutuhan informasi manajer didefinisikan, langkah selanjutnya adalah menspesifikasi secara tepat apa yang harus dicapai oleh sistem, yaitu kriteria kinerja.

5. Menyiapkan Usulan Rancangan

Analisis sistem memberikan kesempatan bagi manajer untuk membuat keputusan.

6. Menyetujui atau Menolak Rancangan Proyek

Manajer dan komite pengarah SIM mengevaluasi usulan rancangan dan menentukan apakah akan memberikan persetujuan atau tidak.

F.5 Perancangan Sistem

F.5.1 Pengertian Perancangan Sistem

Pengertian perancangan sistem yaitu merupakan pengembangan sistem baru dari sistem lama yang ada, dimana masalah – masalah terjadi pada sistem lama diharapkan sudah teratasi pada

simbol yang baru. (Merle P. Martin 1991).

Kegiatan dilakukan dalam perancangan sistem adalah :

1. Memberikan bentuk laporan sistem dan dokumentasi yang menghasilkan bentuk dari dokumentasi keluaran (*Output Design*).
2. Memberikan bentuk masukan didokumen dilayar ke sistem informasi yang dihasilkan bentuk dari dokumentasi masukan (*Input Design*).
3. Memberikan bentuk file yang dibutuhkan dalam sistem informasi yang menghasilkan bentuk dari dokumentasi (*File Design*).

F.5.2 Tujuan Desain Sistem

Tahap Perancangan sistem mempunyai dua maksud dan tujuan utama, yaitu sebagai berikut ini:

- a. Untuk memenuhi kebutuhan kepada pemakai sistem.
- b. Untuk memberikan gambaran yang jelas dan rancang bangun yang lengkap kepada pemrogram komputer dan ahli-ahli teknik lainnya yang terlibat.

F.6 PHP (PHP Hypertext Preprocessor)

F.6.1 Pengertian

PHP adalah bahasa script yang

menyatu dengan HTML dan berada di server. Artinya sintaks atau perintah yang kita berikan sepenuhnya dijalankan di server tetapi disertakan dalam bahasa HTML biasa Tujuan bahasa script ini adalah untuk membantu aplikasi-aplikasi yang dijalankan diatas teknologi web.

F.6.2 Skrip PHP

Skrip PHP merupakan tag-tag yang diletakkan dalam bahasa HTML, adapun pembatasan tag tersebut seperti berikut:

```
<?
```

```
Echo "Halo Dinia"
```

```
?>
```

Kode istilah seperti ini adalah kode PHP, yang diawali dengan <? Dan diakhiri dengan ?>. Kemudian akan disisipi bahasa HTML sebagai berikut :

```
<
```

```
h
```

```
t
```

```
m
```

```
l
```

```
>
```

```
<
```

```
h
```

```
e
```

```
a
```

```
d
```

```

>
<title>Contoh Kode PHP</title>
</head>
<body>
<?
Echo "Halo Dinia"
?>
</body>
</html>

```

F.7 SQL (Structured Query Language)

SQL merupakan bahasa standard untuk pengolahan database. SQL mulai dikembangkan pada tahun 70-an di laboratorium IBM, San Jose, California. Perintah-perintah dalam bahasa SQL dinyatakan dalam bahasa Inggris yang sederhana dan mempunyai struktur linear dalam basis terurut. Secara umum SQL digunakan untuk melihat, menambah, mengubah dan menghapus data.

Pernyataan-pernyataan dalam SQL:

- SELECT, digunakan untuk mengambil data dari suatu table
- Sintaknya adalah sebagai berikut:
SELECT *(namafield) FROM nama tabel (INTO tabel tujuan) (WHERE kondisi)
- INSERT, digunakan untuk menyisipkan data
Sintaknya adalah sebagai berikut :

INSERT INTO nama tabel (field 1, field2, ...)

VALUE (ekspresi 1, ekspresi2, ...)

- DELETE, digunakan untuk menghapus data

Sintaknya adalah sebagai berikut:

DELETE FROM nama tabel WHERE kondisi

- UPDATE, digunakan untuk memperbarui suatu data dalam table

Sintaknya adalah sebagai berikut :

UPDATE nama table

SET kriteria

WHERE kondisi

G. Metode Penelitian

G.1 Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam laporan tugas akhir ini adalah Fashionotografia Semarang dengan judul tugas akhir Sistem Informasi Pemasaran Online Jasa Photography Dan Pendidikan Modeling Pada Fashionotografia Semarang.

G.2 Jenis Dan Sumber Data

G.2.1 Jenis Data

Berdasarkan jenisnya, data yang digunakan dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini adalah :

a. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat dinyatakan dalam angka-angka hasil dari observasi. Misalnya, sejarah singkat

Perusahaan, Struktur organisasi, job deskripsi, visi, misi dan tujuan organisasi perusahaan.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang terdiri dari kumpulan angka-angka hasil observasi. Misalnya, tentang pemasaran jasa, order pemesanan jasa, pendaftaran jasa, pembayaran jasa dan lain-lain pada Fashiontografia Semarang.

G.2.2 Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini adalah :

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya yaitu Fashiontografia Semarang melalui wawancara secara langsung dengan pemasaran jasa photography dan pendidikan modeling, order pemesanan jasa, pendaftaran jasa, dan pembayaran jasa sehingga dapat mengetahui tentang permasalahan sistem promosi, pemasaran, pendaftaran, order dan pembayaran yang terjadi pada Fashiontografia Semarang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak yang tidak menjadi tempat penelitian dan data ini digunakan sebagai data pelengkap untuk menganalisa seperti bacaan-bacaan literatur yang ada dipergustakaan berkaitan dengan sistem informasi pemasaran jasa secara online.

Data sekunder dalam penelitian ini meliputi :

- Dokumen-dokumen dan makalah-makalah dari sumber tertulis
- Dokumen perpustakaan
- Laporan tertulis
- Buku-buku yang berkaitan dengan objek penelitian

G.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

a. Observasi/ Pengamatan

Observasi adalah alat pengumpul data yang dilakukan secara sistematis dengan mengamati langsung kepada suatu obyek yang diteliti. Penulis melakukan pengamatan langsung pada Fashiontografia Semarang seperti dengan mencatat atau mengamati secara sistematis terhadap gejala atau obyek.

b. Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data melalui tanya jawab dengan pihak yang berkompeten dengan permasalahan sistem pemasaran online jasa photography Dan Pendidikan Modeling yang terjadi pada Fashionotografia Semarang yaitu melalui pemasaran jasa photography dan pendidikan modeling. Dari hasil wawancara dengan administrasi Fashionotografia Semarang yang didapat adalah pengolahan data pemasaran seperti pencatatan tanggal pemasaran, jenis jasa yang dipasarkan dan lain-lain. Selanjutnya, hasil wawancara tersebut diolah menjadi narasi sistem informasi pemasaran online jasa photography dan pendidikan modeling sebagai bahan untuk membuat Flow Of Document.

c. Studi Pustaka

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku, literatur dan karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

G.4 Tahapan Pengembangan Sistem

Dalam melakukan pengembangan sistem, penulis memilih metode SDLC yaitu siklus hidup pengembangan sistem. Dengan

metode ini, diharapkan dapat menghasilkan sistem yang lebih sempurna karena memungkinkan adanya evaluasi kembali terhadap proses pengembangan sistem karena adanya perputaran. Adapun tahapan pengembangan sistem yang dilakukan meliputi:

1. Analisa Sistem

Data yang didapatkan dari hasil pengamatan dan wawancara maupun dari buku dan literatur harus diidentifikasi dengan mengevaluasi permasalahan dan hambatan yang terjadi dan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikannya agar sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Perancangan Sistem

Tahap ini merupakan penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah kedalam satu kesatuan yang utuh. Desain sistem merupakan bentuk tindak lanjut dari tahap analisis sistem yang sebelumnya telah dilakukan.

3. Implementasi

Pada tahapan ini adalah tahap dilakukannya penerapan sistem yang baru. Langkah-langkah dalam implementasi sistem adalah sebagai berikut :

1. Pemilihan dan pelatihan personil

2. Pemilihan instalasi komputer yaitu hardware dan software.
3. Membuat aplikasi dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menyelesaikan program.
4. Pengujian sistem untuk melihat tingkat keberhasilan sistem, dan untuk mengetahui kekurangan dari sistem, untuk dapat diperbaiki menjadi lebih sempurna.
5. Mengimplementasikan sistem yang telah dibuat.

4. Operasi Dan Perawatan Sistem

Langkah terakhir dalam pengembangan sistem adalah melakukan operasi dan perawatan terhadap sistem yang telah diterapkan.

Perawatan suatu software diperlukan, termasuk di dalamnya adalah pengembangan, karena software yang dibuat tidak selamanya hanya seperti itu. Ketika dijalankan mungkin saja masih ada errors kecil yang tidak ditemukan sebelumnya, atau ada penambahan fitur-fitur yang belum ada pada software tersebut. Pengembangan diperlukan ketika adanya perubahan dari eksternal perusahaan seperti ketika ada pergantian sistem operasi, atau perangkat lainnya.

Dr Ratih Hurriyati, MSi, *Penerapan Model Strategi Pemasaran Usaha Kecil Berbasis Web 2.0 Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil*, Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia, 2010

Fathansyah, *Basis Data*. Bandung : Informatika Bandung, 2006

Kotler, *Marketing Management*, Prentice Hall Inc, New Jersey, 2006

Jogianto HM, *Analisis dan Desain Sistem Informasi*, Pendekatan Terstruktur, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2001

H. Daftar Pustaka

Cravens, David W and Nigel F. Piercy, *Strategic Marketing*, McGraw-Hill, Boston, 2007