

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 2.1 Tinjauan Perusahaan

Tahap ini merupakan tahapan tinjauan terhadap tempat studi kasus penelitian yang dilakukan di CV. NJ. Tahu. Tinjauan penelitian ini meliputi sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan deskripsi tugas yang ada di CV. NJ. Tahu.

1.2 2.1.1. Sejarah Perusahaan

CV. NJ merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan serta penjualan produk makanan berupa tahu dan tempe, berdiri sejak tahun 1980 hingga saat ini yang berlokasi di Jl. Babakan Ciparay Bandung. Sebelumnya CV. NJ. merupakan perusahaan perseorangan dengan nama NJ food Industries yang memulai produksi produknya dengan skala kecil, yaitu dibawah lima ratus kilogram olahan kacang kedelai perhari. Sekitar enam tahun perusahaan ini mengalami naik turun dalam kemajuan perusahaan, sampai akhirnya pada tahun 1986 perusahaan ini diteruskan dan dikelola oleh ahli waris keluarga yaitu Bapak H. Enjang Supriatna. Melalui kepemimpinan Bapak H. Enjang Supriatna perusahaan ini mengalami peningkatan produktifitas produksinya sekitar satu sampai dua tahun dengan jumlah produksi berkisar satu sampai dua ton kacang kedelai per hari. Pada akhirnya tahun 1997, NJ. Food Industries berubah menjadi CV. NJ. Pada tahun 2012 CV. NJ membuka cabang pabrik yang terletak di Cisaat Sukabumi. Dan pada tahun 2013 CV. NJ menambah cabang kembali yang terletak di Jl. Statariksa Bandung.

1.3 2.1.2. Visi dan Misi CV. NJ.

CV. NJ memiliki visi & misi sebagai berikut :

a. Visi

Menjadikan Perusahaan yang tetap menjaga keharmonisan dengan pelanggan melalui produk yang diberikan.

b. Misi

Tetap menjaga kualitas serta kuantitas dari produk CV. NJ.

1.4 2.1.3. Logo CV. NJ.

Logo CV. NJ. Terdapat pada Gambar 2.1 – Logo CV. NJ.

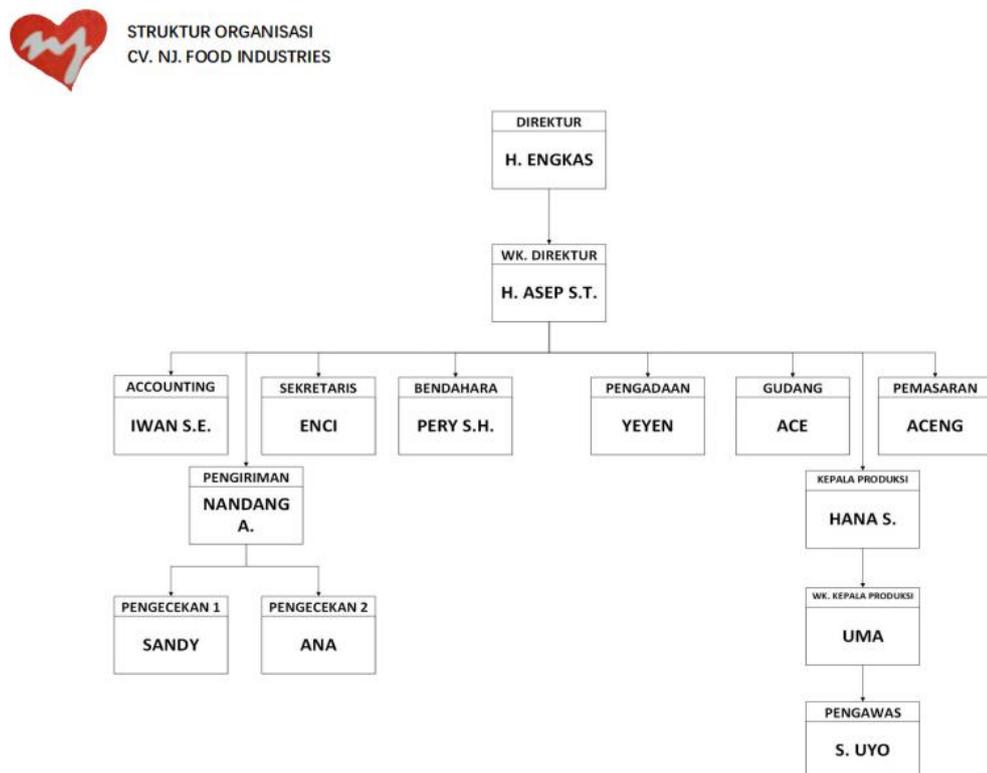


Gambar 2.1 – Logo CV. NJ.

Makna dari logo CV.NJ yang berwarna merah dan berbentuk hati yaitu sesuai dengan visi yang dimiliki oleh CV.NJ, menjadikan Perusahaan yang dapat memberikan produk yang dapat diterima pelanggan dan tetap menjaga keharmonisan dengan pelanggan melalui produk yang diberikan.

1.5 2.1.4. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi CJ. NJ. Terdapat pada Gambar 2.2 – Struktur Organisasi CV. NJ.



Gambar 2.2 – Struktur Organisasi CV. NJ.

1.6 2.1.5. Deskripsi Tugas dari Struktur Organisasi

Berikut adalah deskripsi tugas dari masing-masing jabatan yang tertera dalam struktur organisasi :

1. **Direktur utama**
Mengawasi seluruh kegiatan / aktifitas di CV. NJ serta membuat keputusan dan memutuskan aturan-aturan yang akan dijalankan di CV. NJ
2. **Wakil Direktur**
Menyampaikan hasil keputusan yang dibuat oleh Direktur Utama kepada seluruh staff sesuai dengan posisi staff masing-masing.
3. **Sekretaris**
Mencatat seluruh kegiatan yang ada di CV. NJ baik yang berhubungan langsung dengan pimpinan maupun yang tidak langsung.
4. **Bendahara**
Merekap, mengawasi, mengontrol hasil dari seluruh keuangan yang ada di CV. NJ.
5. **Pengadaan**
Melakukan pengadaan bahan baku pembuatan tahu dari *supplier* sampai ke pabrik, memperhitungkan seberapa banyak bahan baku dibutuhkan dan pencarian supplier yang tepat untuk bahan baku yang tidak tersedia di rekanan supplier CV. Nj.
6. **Gudang**
Melakukan pengecekan monitoring dan penyusunan bahan baku pembuatan tahu, alat dan bahan, serta tahu yang sudah jadi dan siap diproduksi.
7. **Kepala Produksi**
Membuat Rencana produksi tahu, dan penentuan jumlah produksi tahu.
8. **Wakil Kepala Produksi**
Mengawasi / memonitoring seluruh kegiatan produksi yang ada di CV. NJ serta menjalankan dan meneruskan apa yang direncanakan oleh kepala produksi.
9. **Pengawas**

Melakukan aktifitas pengawasan produksi secara langsung ditempat produksi untuk dilaporkan ke kepala dan wakil kepala produksi.

10. Akunting

Melakukan Pembukuan mengenai kegiatan yang terdapat di CV. NJ

11. Pemasaran

Melakukan pemasaran ke beberapa pelanggan tetap yang ada di pasar pasar tradisional, modern dan swalayan di sejumlah tempat di Kota Bandung, melakukan kegiatan iklan dan promosi di sejumlah media cetak dan brosur, mengawasi dan memonitoring kegiatan pemasaran dari CV. NJ.

12. Pengiriman

Mengontrol dan mengecek mengenai kelayakan produk untuk dipasarkan serta bertanggung jawab mengenai pengiriman barang mulai dari perhitungan sampai keterlambatan barang yang dikirim.

13. Pengecekan

Melakukan pengecekan Kembali barang yang akan dikirim dan setelah sampai di pelanggan.

1.7 2.1.6. Produk Yang Dipasarkan

CV. NJ. Memiliki beberapa produk tahu yang diproduksi di pabrik sendiri dan dipasarkan ke beberapa pasar tradisional, swalayan dan super market di Kota Bandung. Produk dari CV. NJ. Dijelaskan pada Tabel 2.1 – Produk CV. NJ.

Tabel 2.1 – Produk CV. NJ.

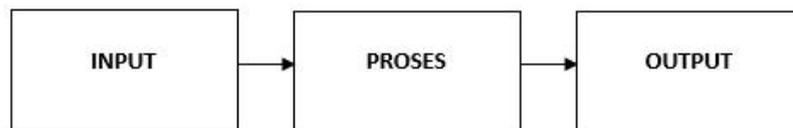
Produk dan Harga Produk tahu CV. NJ.			
NO	NAMA PRODUK	JUMLAH PER BUNGKUS	HARGA PER BUNGKUS
1	Tahu Pukis Kecil	10 Pcs	Rp. 3250
2	Tahu Pukis Sedang	10 Pcs	Rp. 4000
3	Tahu Pukis Besar	10 Pcs	Rp. 6500
4	Tahu Susu	10 Pcs	Rp. 6500
5	Tahu Sutera	10 Pcs	Rp. 6000
6	Tahu HEN 9	5 Pcs	Rp. 7500
7	Tahu Super (CITAK)	4 Pcs	Rp. 4650
8	Tahu Jumbo	2 Pcs	Rp. 2000

1.8 2.2. Landasan Teori

Dalam penelitian skripsi ini digunakan landasan teori yang berisi teori – teori yang bisa dijadikan dasar dan acuan dalam perancangan Sistem Informasi Manajemen Pemasaran.

1.9 2.2.1. Sistem

Sistem adalah kumpulan dari elemen-elemen atau sekumpulan jaringan kerja dari prosedur-prosedur, saling berinteraksi dan berhubungan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.[1] Suatu sistem umumnya memiliki model yang terdiri dari masukan (*Input*) , proses, dan keluaran (*Output*) dan hasilnya berupa informasi yang dibutuhkan. Gambaran sistem ditunjukkan pada Gambar 2.3 – Model Umum Sistem.



Gambar 2.3 – Model Umum Sistem

1.10 2.2.2. Informasi

Informasi adalah hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan.[2]

Informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang berguna bagi penerimanya dan memiliki nilai bagi pemilihan dan pengambilan keputusan saat ini dan dimasa yang akan datang.[3]

Informasi adalah suatu keterangan sebagai dasar pengambilan keputusan informasi adalah menyediakan informasi untuk membantu pengambilan keputusan manajemen, membantu petugas dalam melaksanakan operasional perusahaan dari hari ke hari, dan menyajikan informasi yang layak untuk pihak luar perusahaan yang membutuhka.[4]

1.11 2.2.3. Manajemen

Manajemen dapat diartikan sebagai proses memanfaatkan berbagai sumber daya yang tersedia untuk mencapai suatu tujuan. Manajemen juga dapat

dimaksudkan sebagai suatu sistem kekuasaan dalam suatu organisasi agar orang-orang menjalankan pekerjaan. Konsep sumber daya manajemen ini akan menjadi bertambah ketika pembahasan difokuskan pada Sistem Informasi Manajemen. Sumber daya manajemen meliputi tiga sumber daya tersebut di tambah dengan sumber daya berupa informasi.[4]

1.12 2.2.4. Sistem Informasi Manajemen

Sistem informasi manajemen dapat didefinisikan sebagai sekumpulan sub sistem yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama dan membentuk satu kesatuan, saling berinteraksi dan bekerja sama antara bagian satu dengan yang lainnya dengan cara-cara tertentu untuk melakukan fungsi pengolahan data, menerima masukan (input) berupa data-data, kemudian mengolahnya (*processing*), dan menghasilkan keluaran (output) berupa informasi sebagai dasar bagi pengambilan keputusan yang berguna dan mempunyai nilai nyata yang dapat dirasakan akibatnya baik pada saat itu juga maupun dimasa mendatang, mendukung kegiatan operasional, manajerial, dan strategis organisasi, dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada dan tersedia bagi fungsi tersebut guna mencapai tujuan.[5]

Sistem informasi manajemen juga dipandang sebagai sekumpulan sub sistem yang menyediakan informasi bagi fungsi-fungsi dalam organisasi, seperti produksi/operasi, sumber daya manusia, pemasaran, serta akuntansi dan keuangan[6] Berikut adalah beberapa sistem informasi yang dicakup oleh sistem informasi manajemen, yaitu sebagai berikut :

1. Sistem Informasi Akuntansi menyediakan informasi dari transaksi keuangan
2. Sistem Informasi Pemasaran menyediakan informasi untuk penjualan promosi penjualan, kegiatan pemasaran, kegiatan penelitian pasar, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan pemasaran.
3. Sistem Informasi Manajemen Persediaan
4. Sistem Informasi Personalia
5. Sistem Informasi Distribusi
6. Sistem Informasi Pembelian

7. Sistem Informasi Kekayaan
8. Sistem Informasi Analisis Kredit
9. Sistem Informasi Penelitian dan Pengembangan
10. Sistem Informasi Teknik

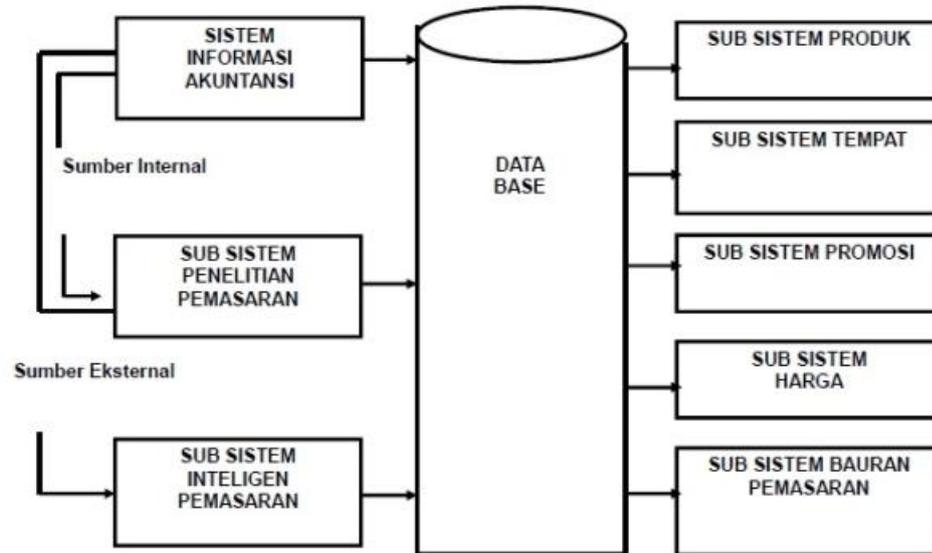
1.13 2.2.5. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan antara manusia dan pasar, melakukan kegiatan transaksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan manusia. Terdapat dua unsur dalam pemasaran, yaitu Pemasar dan Pasar, Pemasar adalah orang yang mencari sumberdaya dari orang lain dan mau menawarkan sesuatu yang bernilai untuk itu. Pasar adalah tempat terjadinya kegiatan transaksi. Pemasaran sendiri dapat diartikan sebagai kegiatan manajerial antar individu atau kelompok untuk mendapat kebutuhan dan keinginan dengan menawarkan, menciptakan dan bertukar produk yang bernilai satu sama lain[7].

1.14 2.2.6. Sistem Informasi Pemasaran

Sistem Informasi Pemasaran merupakan sekumpulan prosedur, data, peralatan dan semua yang berhubungan dengan pemasaran, lalu dianalisis, dievaluasi, dan di distribusikan sebagai informasi yang akurat dan tepat waktu ke pembuat keputusan pemasaran[7]. Model sistem informasi pemasaran digambarkan pada Gambar 2.4 – Model Sistem Informasi Pemasaran.

• **MODEL SISTEM INFORMASI PEMASARAN**



Gambar 2.4 – Model Sistem Informasi Pemasaran

Pada Gambar 2.4 – Model Sistem Informasi Pemasaran, terdapat beberapa alur data, mulai dari masukan yang berada di lingkungan perusahaan, di luar perusahaan kemudian di proses dan dijadikan keluaran berupa beberapa bagian data, penjelasan lebih lanjut dijelaskan dibawah ini :

1.15 2.2.6.1. Sumber Internal

Sumber internal ini merupakan alur data dari lingkungan perusahaan, didapat selama perusahaan berdiri dan melakukan jual beli.

1.16 2.2.6.2. Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi adalah pencatatan administrasi didalam perusahaan pada suatu periode tertentu tentang pemasaran (penjualan, daerah pemasaran, penyalur penjualan dan lainnya), serta tentang kegiatan akuntansi perusahaan (harga pokok produk, harga jual dan lainnya), umumnya digunakan oleh bagian manajerial yang berubungan dengan pemasaran, keuangan dan penyaluran produk, untuk menentukan rencana, pelaksanaan rencana maupun pengendalian setelah rencana terlaksana. Sistem Informasi Pemasaran harus mengumpulkan, memproses dan mengkatalogkan berbagai informasi tersebut

sehingga Kepala Bagian Pemasaran dapat dengan mudah mencari data dan informasi yang sudah disusun tersebut.

1.17 2.2.6.3. Sub Sistem Penelitian Pemasaran

Sub sistem Penelitian Pemasaran adalah kegiatan intelijen atau pengamatan pemasaran dalam menghimpun berbagai informasi yang berkembang di lingkungan perusahaan dengan melakukan serangkaian perancangan , pengumpulan, analisis dan pelaporan informasi tentang situasi pemasaran saat ini dan di masa yang akan datang, serta berbagai usulan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran yang berhubungan dengan produk, penyaluran produk, harga, dan promosi.

1.18 2.2.6.4. Sumber Eksternal

Sumber eksternal ini merupakan alur data Diluar lingkungan perusahaan dan biasanya didapat dari penelitian dan observasi yang tidak bersifat memata matai perusahaan lain, atau bisa didapat dari sumber resmi yang menyediakan data pemasaran yang dibutuhkan perusahaan.

1.19 2.2.6.5. Sub Sistem Inteligensi Pemasaran

Sub sistem inteligensi pemasaran ini merupakan pengumpulan data dan informasi mengenai pesaing perusahaan dengan tujuan mencoba mengetahui strategi usaha pesaing dalam melakukan aktivitas pemasaran tanpa adanya unsur mencuri informasi penting atau memata matai perusahaan lain. Subsistem ini berguna untuk Kepala Bagian Pemasaran dan direktur sebagai acuan untuk dapat mempersiapkan dan merubah rencana pemasaran agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.

1.20 2.2.6.6. Database

Database atau basis data merupakan informasi yang berhubungan dengan subjek atau fungsi tertentu, seperti mengenai nilai ujian, atau suatu daftar koleksi musik, “Basis data merupakan koleksi dari data yang terorganisir dengan cara sedemikian rupa sehingga data mudah disimpan dan dimanipulasi(dicari, dirubah, diolah, diperbaharui dan dihapus)”[8].

Pengertian lain mengenai database atau basis data adalah Basis data adalah koleksi data yang bisa mencari secara menyeluruh dan secara sistematis memelihara dan *me-retrieve* informasi. Suatu basis data bisa terkomputerisasi atau tidak terkomputerisasi. Beberapa basis data yang tidak terkomputerisasi adalah buku telepon, lemari penyimpanan surat, dan sistem katalog kartu perpustakaan [9].

1.21 2.2.6.7. Subsistem Produk

Subsistem produk menyajikan informasi mengenai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, berguna sebagai acuna bagi perusahaan untuk menentukan produk yang akan disediakan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Beberapa aspek dari produk antara lain

- a. Product variety (Jenis Produk yang dimiliki suatu perusahaan)
- b. Quality (kualitas produk yang ditawarkan ke masyarakat)
- c. Design (Desain dan detail dari sebuah produk di perusahaan itu)
- d. Features (Apa sajakah yang ada didalam produk tersebut)
- e. Brand Name (Nama besar perusahaan yang membedakan dengan produk sejenis)
- f. Packaging (Pengemasana barang)
- g. Sizes (Ukuran produk)
- h. Services (Pelayanan yang ditawarkan jika produk yang ditawarkan adalah jasa)
- i. Waranties (Jaminan mengenai suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan)
- j. Returns (Pengembalian suatu produk bila dirasa cacat atau kurang layak dipasarkan)

1.22 2.2.6.8. Subsistem Tempat

Subsistem Tempat menyajikan penyebaran dan distribusi jaringan perusahaan, berguna bagi Kepala Bagian Pemasaran dalam menentukan tempat dan waktu yang tepat memasarkan produk ke konsumen, subsistem ini memiliki peran penting agar produk yang dipasarkan tersedia dan mudah diperoleh, beberapa hal yang harus diperhatikan dari subsistem tempat adalah jaringan

dimana produk akan dipasarkan, area penyebaran produk, lokasi produk dipasarkan, transportasi pengiriman produk dari perusahaan ke tempat produk dipasarkan dan penyortiran produk Ketika berada di tempat produk dipasarkan.

1.23 2.2.6.9. Subsistem Promosi

Subsistem Promosi menyediakan informasi kegiatan periklanan perusahaan dan aktivitas penjualan langsung dari perusahaan, subsistem ini berguna sebagai analisis terhadap promosi yang harus dilakukan perusahaan sebagai cara meyakinkan, mengingatkan, mempengaruhi perasaan, kepercayaan atau kebiasaan sehingga terjadi proses pertukaran atau transaksi guna meningkatkan penjualan.

1.24 2.2.6.10. Subsistem Harga

Subsistem menyediakan informasi mengenai harga dan penetapan harga jual suatu produk di perusahaan. Penetapan harga jual harus sesuai dengan jangkauan konsumen atau sesuai target konsumen yang ditujudengan mempertimbangkan faktor biaya, keuntungan, persaingan dan perubahan keinginan pasar.

1.25 2.2.6.11. Subsistem Bauran Pemasaran

Subsistem ini memungkinkan Kepala Bagian Pemasaran dalam mengembangkan strategi pemasaran berdasarkan penggabungan dari unsur unsur sebelumnya.

1.26 2.2.6.12. Marketing Mix (bauran Pemasaran)

Marketing mix(bauran pemasaran) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Kemungkinan yang banyak itu dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang dikenal sebagai 4P, yaitu product, price, place dan promotion[10].

1.27 2.2.7. Cost Plus Pricing Method

Cost Plus Pricing Method adalah penentuan harga jual dengan menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Dalam metode ini, penjual atau produsen menetapkan harga jual untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang diinginkan (disebut margin) pada unit tersebut.

Cost Plus Pricing Method menggunakan formula dari biaya pokok produk dan margin yang ditentukan oleh perusahaan, rumus perhitungan dari Cost Plus Pricing Method adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya Produksi} + \text{Margin} = \text{Harga Produk (2.1)}$$

1.28 2.2.7. Database Management System (DBMS)

Sistem manajemen basis data (DBMS) adalah mekanisme perangkat lunak dalam pengelolaan data. DBMS menyediakan keamanan, privacy, integritas, dan kontrol konkurensi. DBMS mengelola transaksi pada multiuser, lingkungan akses bersamaan, dan menyediakan tingkat independensi data yang mengisolasi pandangan pengguna atau aplikasi dari perubahan yang berlangsung di tingkat internal dan konseptual [11].

Fungsi-fungsi DBMS:

1. Data Definition

Penjelasan struktur data baru untuk suatu basis data, pemindahan struktur

data dari basis data, serta pemodifikasian struktur dari data yang ada.

2. Data Maintenance

Memasukkan data baru ke dalam struktur data yang ada, memperbaharui

data di dalam struktur data yang ada, dan menghapuskan data dari struktur data yang ada.

3. Data Retrieval

Peng-query-an data yang ada oleh pengguna dan pengekstrakan data sebagai penggunaan oleh program aplikasi.

4. Data Control

Menciptakan dan mengawasi pengguna basis data, pembatasan akses untuk data di dalam basis data, dan pengawasan kinerja basis data.

1.29 2.2.8. Kamus Data

Kamus data adalah kumpulan fakta tentang data dan kebutuhan informasi dari suatu sistem informasi. Dengan kamus data, sistem dapat mendefinisikan dan menganalisis data yang berjalan didalam sistem dengan lengkap. Pada tahap analisis kamus data dapat digunakan sebagai alat komunikasi antara analisis sistem dengan pemakai sistem tentang data yang mengalir di sistem, yaitu tentang data yang masuk ke sistem dan tentang informasi yang dibutuhkan oleh pemakai sistem. Pada tahap perencanaan laporan-laporan dan database[13].

Kamus data dapat mencerminkan keterangan yang jelas tentang data yang dicatatnya. Untuk maksud keperluan ini, maka kamus data harus memuat hal-hal berikut[13] :

1. Nama arus data

Karena kamus data dibuat berdasarkan arus data yang mengalir di diagram arus data, maka nama dari arus data juga harus di catat di kamus data, sehingga mereka yang membaca diagram arus data dan memerlukan penjelasan lebih lanjut tentang suatu arus data tertentu dapat langsung mencarinya dengan mudah di kamus data.

2. Alias

Alias atau nama lain dari data dapat dituliskan bila nama lain ini ada. Alias perlu ditulis karena data yang sama mempunyai nama yang berbeda untuk orang atau departemen satu dengan yang lainnya.

3. Bentuk data

Bentuk data ini perlu dicatat di kamus data, karena dapat digunakan untuk mengelompokkan kamus data ke dalam kegunaannya sewaktu perancangan sistem.

4. Arus data

Arus data menunjukkan dari mana data mengalir dan kemana data akan menuju. Keterangan arus data ini perlu dicatat di kamus data supaya memudahkan mencari arus data ini.

5. Penjelasan

Untuk lebih memperjelas lagi tentang makna dari arus data yang dicatat di kamus data, maka bagian penjelasan dapat diisi dengan keterangan tentang arus data tersebut.

6. Periode

Periode ini menunjukkan kapan terjadinya arus data. Periode perlu dicatat di kamus data karena dapat digunakan untuk mengidentifikasi kapan input data harus dimasukkan ke sistem, kapan proses dari program harus dilakukan dan kapan laporan-laporan harus dihasilkan.

7. Volume

Volume yang perlu dicatat di kamus data adalah tentang volume rata - rata dan volume puncak dari arus data. Volume ini digunakan untuk mengidentifikasi besarnya simpanan luar yang akan digunakan, kapasitas dan jumlah dari alat input, alat pemroses dan alat output.

8. Struktur data

Struktur data menunjukkan arus data yang dicatat di kamus data terdiri dari item - item data apa saja.

1.30 2.2.9. Web

Web merupakan sebuah sistem dengan informasi yang disajikan dalam bentuk teks, gambar, suara dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah penyimpanan berupa server web internet bentuk kumpulan text yang unik bernama hypertext. Web dapat diakses oleh perangkat lunak client web yang disebut browser. Browser membaca halaman-halaman web yang tersimpan dalam server web melalui protokol yang disebut HTTP (Hypertext Transfer Protocol) [12]

1.31 2.2.10. Internet

Internet merupakan singkatan dari International Network, dapat disimpulkan, internet adalah sistem jaringan komputer yang saling berhubungan dengan mencakup area jaringan luas, mulai dari satu kota, satu pulau hingga internasional (dunia), memungkinkan perangkat komputer anda dapat bertukar informasi, data, pesan, dan file-file dengan komputer lain yang terhubung dalam jaringan internet. Internet merupakan jaringan komputer besar yang

menghubungkan komputer di seluruh dunia, sumber daya informasi tersebut sangat luas dan sangat besar sehingga sulit untuk ditangani oleh satu orang, satu organisasi, atau negara tanpa harus bekerjasama antara satu dan yang lainnya [12].

1.32 2.2.11. PHP

PHP adalah bahasa pemrograman script server-side yang didesain untuk pengembangan web. Selain itu, PHP juga bisa digunakan sebagai bahasa pemrograman umum. PHP di kembangkan pada tahun 1995 oleh Rasmus Lerdorf, dan sekarang dikelola oleh The PHP Group. Situs resmi PHP beralamat di <http://www.php.net>. PHP disebut bahasa pemrograman server side karena PHP diproses pada komputer server. Hal ini berbeda dibandingkan dengan bahasa pemrograman client-side seperti JavaScript yang diproses pada web browser (client)[12]. PHP memiliki empat kelebihan utama yang menarik minat banyak pengguna. Kelebihan utama PHP tersebut diringkas dalam 4P berikut[12]:

1. Practicality

PHP dibuat dengan menitikberatkan pada kepraktisan. Hasilnya, PHP adalah bahasa pemrograman minimalis, dilihat dari segi kebutuhan pengguna kebutuhan sintaks.

2. Power

PHP memiliki banyak kemampuan, mulai dari kemampuan untuk terhubung dengan basis data, membuat halaman web dinamis, membuat dan memanipulasi berkas gambar, Flash dan PDF, berkomunikasi dengan bermacam protokol seperti IMAP dan POP3, dan masih banyak lagi.

3. Possibility

PHP dapat menyediakan lebih dari satu solusi untuk suatu masalah, dengan beragam penyesuaian dan rumus yang dapat dibuat oleh pengguna.

4. Price

PHP dirilis kepada publik tanpa ada batasan ataupun patokan harga untuk penggunaan, modifikasi, atau redistribusi.

1.33 2.2.12. MySQL

MySQL adalah sebuah implementasi dari sistem manajemen basis data relasional (RDBMS) yang didistribusikan secara gratis. Setiap pengguna dapat

secara bebas menggunakan MySQL, namun dengan batasan perangkat lunak tersebut tidak boleh dijadikan produk turunan yang bersifat komersial. MySQL sebenarnya merupakan turunan salah satu konsep utama dalam basisdata yang telah ada sebelumnya; SQL (Structured Query Language). SQL adalah sebuah konsep pengoperasian basisdata, terutama untuk pemilihan atau seleksi dan pemasukan data, yang memungkinkan pengoperasian data dikerjakan dengan mudah secara otomatis[12].

Kehandalan suatu sistem basisdata (DBMS) dapat diketahui dari cara kerja pengoptimasi-nya dalam melakukan proses perintah-perintah SQL yang dibuat oleh pengguna maupun program-program aplikasi yang mememanfaatkannya. Sebagai peladen basis data, MySQL mendukung operasi basisdata transaksional maupun operasi basisdata non-transaksional. Pada modus operasi non transaksional, MySQL dapat dikatakan unggul dalam hal unjuk kerja dibandingkan perangkat lunak peladen basisdata kompetitor lainnya. Namun demikian pada modus non-transaksional tidak ada jaminan atas reliabilitas terhadap data yang tersimpan, karenanya modus non-transaksional hanya cocok untuk jenis aplikasi yang tidak membutuhkan reliabilitas data seperti aplikasi blogging berbasis web (wordpress), CMS, dan sejenisnya. Untuk kebutuhan sistem yang ditujukan untuk bisnis sangat disarankan untuk menggunakan modus basisdata transaksional, hanya saja sebagai konsekuensinya unjuk kerja MySQL pada modus transaksional tidak secepat unjuk kerja pada modus non transaksional.

1.34 2.2.13. XAMPP

XAMPP adalah perangkat lunak bebas yang mendukung banyak sistem operasi, merupakan campuran dari beberapa program. Yang mempunyai fungsi sebagai server yang berdiri sendiri (localhost), yang terdiri dari program MySQL database, Apache HTTP Server, dan penerjemah ditulis dalam bahasa pemrograman PHP dan Perl. [12]

Nama XAMPP merupakan singkatan dari X (empat sistem operasi), Apache, MySQL, PHP dan Perl. Program ini tersedia di bawah GNU General Public License dan bebas, adalah mudah untuk menggunakan web server yang dapat melayani tampilan halaman web yang dinamis. Dengan menggunakan

XAMPP pemakai tidak usah lagi bingung untuk melakukan penginstalan program pendukung yang lain, karena semua kebutuhan telah disediakan oleh XAMPP. Berikut adalah beberapa paket yang telah disediakan:

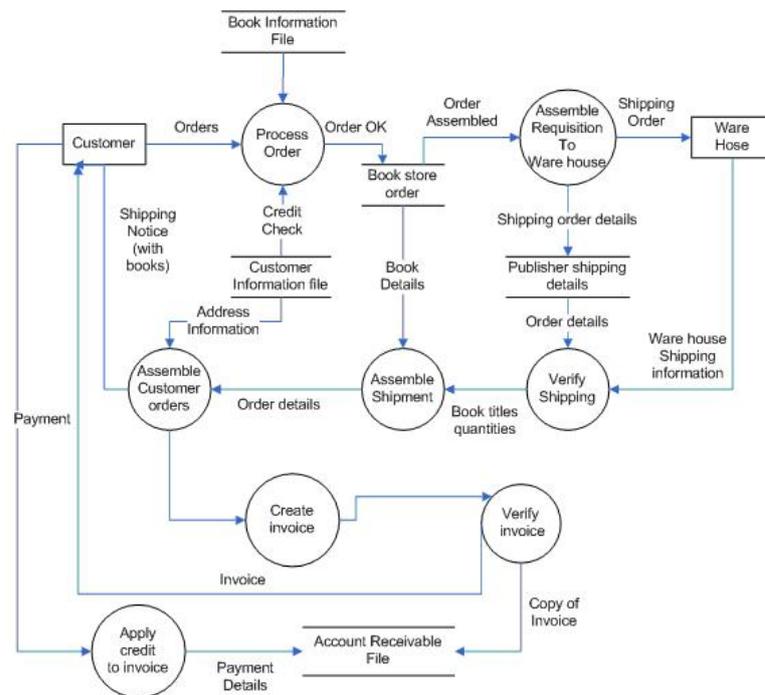
1. Apache HTTPD 2.0.54
2. MySQL 4.1.12
3. PHP 5.0.3
4. Filezilla FTP Server 0.9 Beta
5. phpMyAdmin 2.6.1

Dengan adanya beberapa dukungan paket diatas, maka semua kebutuhan untuk belajar PHP dapat tercukupi. Jadi, tidak ada salahnya apabila kita menggunakan paket ini untuk belajar dan menggarap proyek-proyek PHP dengan XAMPP.

1.35 2.2.14. DFD

Data flow diagram adalah alur dari suatu data yang digunakan untuk menggambarkan suatu sistem yang telah ada atau sistem baru yang akan dikembangkan secara logika tanpa mempertimbangkan lingkungan fisik dimana data tersebut mengalir atau lingkungan fisik dimana data tersebut akan disimpan[13].

Data Flow Diagram (DFD) digunakan untuk menggambarkan sistem yang telah ada atau sistem baru yang akan dikembangkan secara logika tanpa mempertimbangkan lingkungan fisik dimana data tersebut mengalir. DFD merupakan alat yang digunakan pada metodologi pengembangan sistem yang terstruktur dan dapat mengembangkan arus data di dalam sistem dengan terstruktur dan jelas[13].



Gambar 2.5 – DFD Di Toko Buku

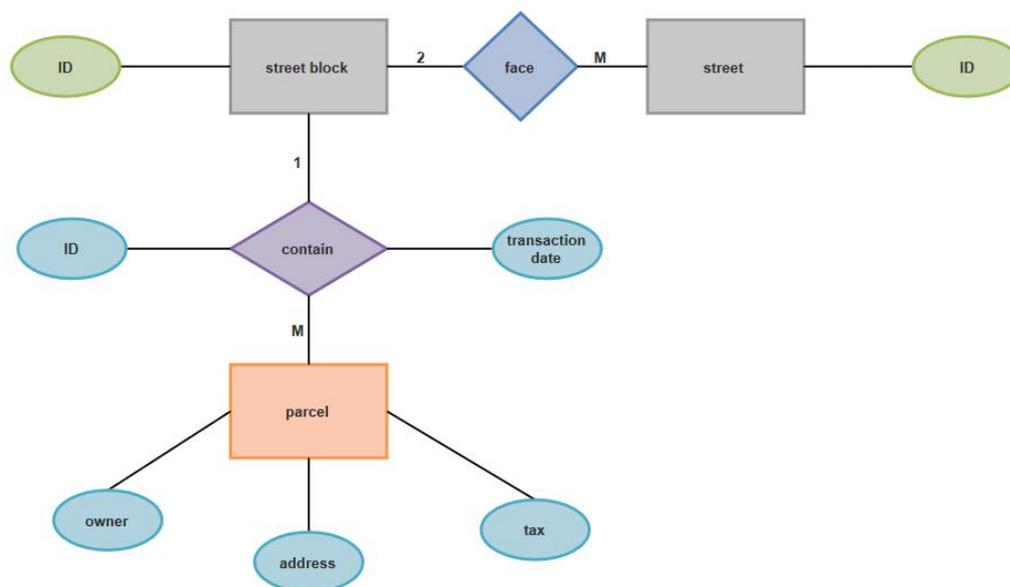
1.36 2.2.15. ERD

ERD (Entity Relationship) suatu model jaringan yang menggunakan susunan data yang disimpan dalam sistem secara abstrak. Suatu teknik dokumentasi yang digunakan untuk menyajikan relasi antar entitas dalam sebuah sistem [13].

Dari dua definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian ERD adalah suatu model jaringan yang menggunakan suatu susunan data untuk menggambarkan hubungan antar penyimpanan atau data[13]. Notasi-notasi simbolik di dalam diagram E-R yang dapat kita gunakan adalah sebagai berikut:

1. Persegi panjang. Menyatakan himpunan entitas/entitas.
2. Lingkaran/elips. Menyatakan atribut (atribut yang berfungsi sebagai key digaris bawah).
3. Belah ketupat. Menyatakan himpunan relasi/relasi.
4. Garis. Sebagai penghubung antara himpunan relasi dengan himpunan entitas dan himpunan entitas dengan atributnya.

5. Kardinalitas relasi dapat dinyatakan dengan banyaknya garis cabang atau dengan pemakaian angka (1 dan 1 untuk relasi satu ke satu, 1 dan N untuk relasi satu ke banyak, atau N dan N untuk relasi banyak ke banyak).



Gambar 2.6 – ERD

1.37 2.2.16. BPMN

BPMN bertujuan untuk membakukan suatu model proses bisnis dan notasi dalam berbagai jenis notasi pemodelan yang berbeda, serta BPMN dapat menyediakan sarana dalam mengkomunikasikan informasi mengenai proses bisnis dari pengguna, pelaksana suatu proses, pelanggan, pemasok, dll.[9]

BPMN terdiri atas sebuah diagram yaitu Business Process Diagram (BPD). Tujuan dari pembuatan diagram ini adalah agar proses bisnis dapat mudah dimengerti dan dapat memodelkan proses bisnis yang sulit. BPMN merupakan satu-satunya inisiasi dari BPMI yang dikembangkan saat ini. Selain BPMN, terdapat Business Process Modeling Language (BPML) dan Business Process Query Language (BPQL). Diagram BPMN dirancang untuk dapat langsung dipetakan menjadi BPML, seperti physical data model dipetakan menjadi Data Definition Language (DDL). Salah satu BPML yang umum digunakan adalah Business Process Execution Language (BPEL). Diagram BPMN terdiri

atas elemen. Elemen ini terbagi atas empat kategori, yaitu Flow Object, Connecting Object, Swimlanes, dan Atrifacts.

1.38 2.2.17. Dashboard

Dashboard adalah sebuah tampilan antarmuka yang menampilkan beberapa data sebagai sarana informasi yang dibutuhkan dengan cepat, bentuknya seperti bagan, laporan, indicator visual dan mekanisme peringatan yang dijadikan satu dalam sebuah platform informasi yang dinamis. [10]

Tujuan dari pembuatan dashboard untuk organisasi adalah sebagai alat untuk melakukan monitoring sistem pengukuran kinerja organisasi untuk mencapai target yang diinginkan sesuai dengan KPI yang telah ditentukan, sehingga data dan informasi dapat dikelola dan disajikan dengan efektif dan efisien. [11]

1.39 2.3. State Of The Art

State Of The Art menjelaskan tentang penelitian dari beberapa jurnal dengan topik yang sama dengan peneliti, yang nantinya akan menjadi bahan acuan penelitian ini.

Tabel 2.2 – State Of The Art 1

Judul Penelitian	MODEL RAPID APPLICATION DEVELOPMENT DALAM RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PEMASARAN RUMAH (STUDI KASUS : PERUM PERUMNAS CABANG MEDAN
Penulis	Safrian Aswati, Yessica Siagian
Sumber Jurnal	Sistem Informasi, STMIK Royal Kisaran

Rangkuman Penelitian	Sistem informasi pemasaran ini membantu Kepala Bagian Pemasaran di perumahan untuk memasarkan unit rumah secara online melalui aplikasi android, penelitian ini, dengan penyimpanan data secara digital yang dapat mengurangi resiko kehilangan data. Pembangunan aplikasi ini menggunakan metode Rapid Application Development, sehingga waktu yang diperlukan untuk membangun aplikasi ini terbilang singkat.
-----------------------------	---

Tabel 2.3 – State Of The Art 2

Judul Penelitian	PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN ONLINE UNTUK MEMPERLUAS SEGMENTASI PASAR PROPERTI
Penulis	Sandy Kosasi
Sumber Jurnal	Sistem Informasi, STMIK Pontianak
Rangkuman	Sistem Informasi Pemasaran ini membantu dalam menentukan segmentasi pelanggan dan pasar untuk properti, dengan dibantu aplikasi dan sistem yang sudah berjalan secara online tanpa harus menggunakan jasa pihak ketiga sebagai pemasar di daerah tertentu, memungkinkan pemasar dapat melakukan pemasaran dari mana saja. Pembangunan aplikasi menggunakan acuan OOP (Object Oriented Project) dengan tampilan aplikasi berupa web yang menggunakan CI (Code Igniter) sebagai tambahan untuk memperhalus tampilan web.

Tabel 2.4 – State Of The Art 3

Judul Penelitian	PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN DI PULAU KOMODO
Penulis	Ahmat Adil, Bambang Krismono Triwijoyo
Sumber Jurnal	Teknik Informatika, STMIK Bumigora Mataram
Rangkuman	Sistem Informasi Pemasaran ini membantu UMKM pengrajin buah tangan khas pulau Komodo untuk memasarkan produknya secara online ke daerah sekitar pulau Komodo dan di luar pulau, sistem berbasis web ini, memanfaatkan transaksi online atau e-Commerce sebagai perantara untuk menggantikan transaksi tunai tatap muka antara penjual dan pembeli kerajinan

Tabel 2.5 – State Of The Art 4

Judul Penelitian	Penerapan Metode Marketing Mix 7P untuk Perumusan Strategi Pemasaran Jasa
Penulis	Ruliah, Deny Susanto
Sumber Jurnal	Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer, Banjarbaru

Rangkuman	<p>Penelitian dengan menggunakan metode Marketing Mix 7P didapati bahwa Tingkat Akurasi Sistem perumusan strategi pemasaran sebesar 83%. Dengan demikian Strategi Pemasaran Jasa yang dibuat telah mencukupi standart dan dapat digunakan sebagai instrumen analisa pemasaran.</p>
------------------	--

State Of The Art 5

Judul Penelitian	<p>PERANCANGAN DASHBOARD SEBAGAI SISTEM INFORMASI MONITORINGKINERJA UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA</p>
Penulis	YONATHAN ADRIAN WIJAYANTO
Sumber Jurnal	UNIVERSITAS SEBELAS MARETSURAKARTA
Rangkuman	<p>Penelitian yang dilakukan menghasilkan informasi berupa data yang telah diolah dapat disajikan disatu halaman khusus dengan tambahan berupa tampilan data yang telah diolah dapat diatur sesuai dengan keinginan dari pengguna halaman tersebut</p>

