

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Sekolah

Pada tahap tinjauan ini adalah tahap dimana peninjauan terhadap tempat penelitian yang dilakukan di SMP 1 IT Muharam. Tinjauan sekolah yang akan dibahas yaitu mengenai profil serta struktur organisasi pada SMP 1 IT Muharam

2.2 Profil SMP 1 IT Muharam

SMP IT 1 Muharam merupakan sekolah swasta yang diresmikan pada tahun 2017. Sekolah ini terletak di Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Sekolah ini berafiliasi dengan pesantren Asy-Syadzili sehingga para siswa diwajibkan untuk mengikuti berbagai kegiatan yang bersangkutan dengan Pondok Pesantren Asy-Syadzili

2.3 Logo SMP 1 IT Muharam

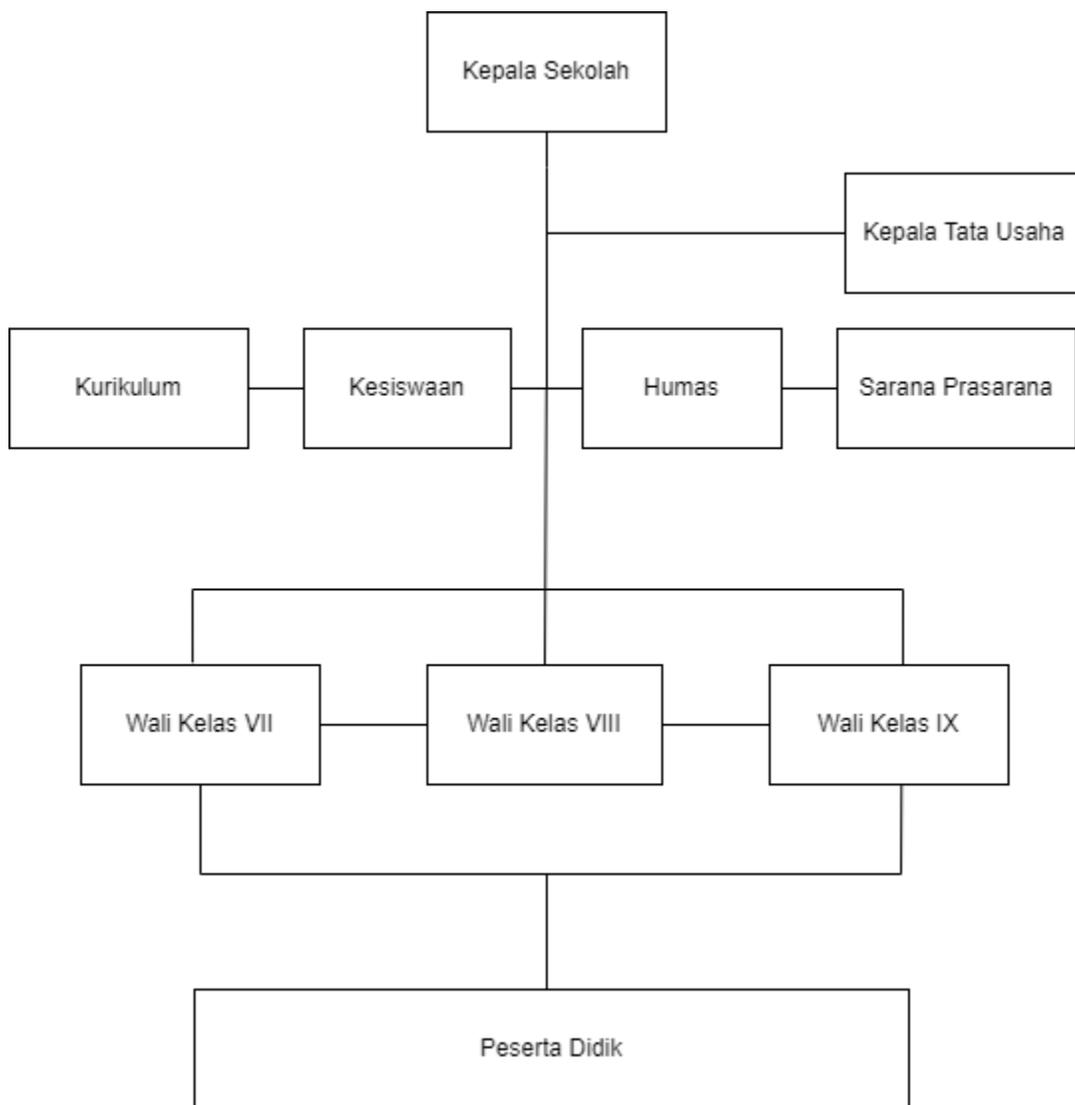
Menurut Sularko, dkk Logo atau corporate identity atau brand identity adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membantu membedakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya.



Gambar 2.1 Logo SMP IT 1 Muharam

2.4 Struktur Organisasi SMP IT 1 Muharam

Struktur organisasi yang berjalan di SMP IT 1 Muharam seperti pada gambar I . IV



Gambar 2.2 Struktur organisasi SMP IT 1 Muharam

Masing-masing bidang tenaga kependidikan mempunyai tanggung jawab tugas pokok dan fungsi kependidikan yang harus di emban. Berikut merupakan tugas pokok dan fungsi kependidikan dari masing-masing tenaga kependidikan di SMP IT 1 Muharam

TUPOKSI KEPALA SEKOLAH

Sebagai Education (pendidik) bertugas :

1. Membimbing guru dalam menyusun program pengajaran
2. Membimbing karyawan dalam menyusun program kerja dan melaksanakan tugas sehari-hari
3. Membimbing siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler
4. Mengembangkan SDM baik pendidik maupun tenaga kependidikan
5. Mengikuti perkembangan iptek melalui, pelatihan, seminar, diskusi dan lain-lain

Sebagai Leader (pemimpin) bertugas:

1. menyusun perencanaan;
2. mengorganisasikan kegiatan;
3. mengarahkan kegiatan;
4. melaksanakan pengawasan;
5. melakukan evaluasi terhadap kegiatan;
6. menentukan kebijaksanaan;
7. mengadakan rapat;
8. mengambil keputusan;
9. mengatur proses belajar mengajar;
10. mengatur administrasi kantor, siswa, pegawai, perlengkapan, keuangan /RKPAY;
11. mengatur OSIS
12. mengatur hubungan sekolah dengan masyarakat dan dunia usaha.

Sebagai administrator, bertugas menyelenggarakan;

1. Perencanaan;
2. Kantor;
3. Pengorganisasian;
4. Kepegawaian;
5. Pengarahan;
6. Perlengkapan;
7. Pengkoordinasikan;
8. Keuangan;
9. Pengawasan;
10. Kurikulum;
11. Laboratorium;
12. Kesiswaan;
13. Ruang keterampilan /kesenian.

Sebagai Supervisor bertugas menyelenggarakan supervisi mengenai;

1. Menyusun Program supervisi kelas, pengawasan dan evaluasi pembelajaran
2. Melakukan program supervisi
3. Memamfaatkan hasil supervisi untuk meningkatkan kinerja
4. Pengawasan kegiatan belajar mengajar;
5. Pengawasan Kegiatan BK;
6. Pengawasan Kegiatan ekstrakurikuler;
7. Pengawasan Kegiatan ketatausahaan;

Sebagai Inovator

1. Mencari dan menemukan gagasan baru untuk mengembangkan sekolah
2. Melakukan penyegaran atau pembaharuan dalam kegiatan belajar, bimbingan konseling, pengadaan dan pembinaan guru , karyawan (SDM), kegiatan OSIS dan ekstrakurikuler

Sebagai Motivator

1. Mengatur lingkungan kerja yang lebih kondusif
2. Mengatur suasana kerja yang menyenangkan
3. Memberi penghargaan dan sanksi sesuai peraturan yang berlaku

TUPOKSI KEPALA TATA USAHA (BENDAHARA)

Sebagai Tata Usaha

1. Mengkoordinasi pegawai tata usaha sekolah dalam pelaksanaan tugas
2. Memberikan pelayanan kepada tamu, orang tua / murid dan murid
3. Penyusunan program kerja tata usaha sekolah.
4. Pengelolaan dan pengarsipan surat-surat masuk dan keluar.
5. Pengurusan administrasi sekolah. (dapodik, buku Induk dll)
6. Pembinaan dan pengembangan karir pegawai tata usaha sekolah.
7. Penyusunan administrasi sekolah meliputi kepesertadidikan dan ketenagaan.
8. Penyusunan dan penyajian data/statistik sekolah secara keseluruhan.
9. Mengkoordinasikan dan melaksanakan 7 K.
10. Penyusunan laporan pelaksanaan secara berkala.

Sebagai Bendahara

1. Menerima RAPBS setiap awal tahun pelajaran baru.
2. Membuat perencanaan anggaran bulanan dan tahunan.
3. Mengelola sumber dana dan pengeluarannya.
4. Membuat laporan keuangan bulanan, semesteran dan tahunan.
5. Membuat usulan gaji karyawan.
6. Membayarkan gaji guru dan karyawan.

TUPOKSI PKS KESISWAAN

1. Menyusun dan mensosialisasikan tata tertib siswa yang akan diterapkan kepada siswa
2. Mengatur dan mengkoordinir ketertiban, kedisiplinan, dan kehadiran siswa di sekolah serta masalah-masalah yang berhubungan dengan hal tersebut
3. Mengkoordinir program supervisi bagi siswa yang mempunyai permasalahan dalam :
 - o Pengajaran
 - o penyesuaian pribadi
 - o Penyesuaian sosial
 - o Penyesuaian emosional
4. Mengkoordinir pelaksanaan program kesehatan dan keamanan bagi siswa
5. Melakukan pembinaan dan pembimbingan pengurus OSIS dalam berorganisasi serta memantau realisasi kegiatannya.
6. Menyelenggarakan pertemuan antara perwakilan siswa dengan guru, dan karyawan

7. Bersama-sama dengan waka kurikulum untuk menyusun program pelaksanaan bimbingan bagi siswa teladan, atau siswa peserta olimpiade mata pelajaran
8. Mengkoordinir pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler yang dilaksanakan oleh para pembina ekstrakurikuler
9. Mengkoordinir pelaksanaan kegiatan siswa, misalnya kegiatan tengah semester, kegiatan class meeting dll
10. Mengkoordinir penjangkaran siswa-siswi yang akan diusulkan mendapatkan beasiswa dari pemerintah
11. Mengadakan pemilihan siswa yang akan mewakili sekolah dalam kegiatan di luar sekolah
12. Bersama-sama dengan Waka Humas untuk mengkoordinir kegiatan penerimaan siswa baru, melalui serangkaian kegiatan :
 - o Membentuk kepanitiaan
 - o Perencanaan daya tampung
 - o Pelaksanaan PSB
 - o Analisis daftar nilai
 - o Pengumuman
 - o Daftar Ulang
 - o Hari pertama masuk sekolah
13. Mengkoordinir penempatan siswa dalam setiap kelas.
14. Mengkoordinir pelaksanaan Wisuda siswa
15. Mengkoordinir penerimaan siswa pindahan
16. Mengkoordinir pencatatan dan penyimpanan dokumen prestasi akademik dan non akademik siswa

17. Menyusun, mengkoordinir dan memonitor kegiatan guru piket
18. Mengkoordinir kegiatan siswa yang akan mengikuti suatu lomba / kejuaraan.
19. Mengkoordinir penyusunan laporan pelaksanaan kegiatan kesiswaan

TUPOKSI PKS SARANA DAN PRASARAN

1. Membuat dan menyusun program kerja bidang sarana dan prasarana
2. Melakukan inventarisasi sarana dan prasarana secara berkala
3. Menganalisis kebutuhan sarana dan prasarana
4. Perencanaan pengadaan sarana dan prasarana
5. Melakukan koordinasi dengan warga sekolah tentang efektivitas penggunaan sarana dan prasarana
6. Bekerjasama dengan waka kesiswaan dalam penyelenggaraan 7 K
7. Merencanaakan dan mengatur perawatan gedung secara berkala
8. Melakukan perawatan sarana dan sarana secara berkala
9. Mengatur jadwal petugas kebersihan
10. Bertanggung jawab terciptanya lingkungan sekolah yang bersih dan nyaman
11. Membuat laporan secara berkala mengenai tugasnya kepada kepala sekolah. Dll

TUPOKSI PKS KURIKULUM

1. Membuat program kerja harian, mingguan, bulanan tahunan
2. Membuat Program kerja pengajaran dan kurikulum sekolah
3. Membuat jadwal dan pembagian tugas guru dalam kegiatan KBM

4. Membuat Perencanaan dan pengembangan Kurikulum Sekolah
5. Mengatur jadwal penerimaan buku laporan pendidikan dan STTB;
6. Mengkoordinasikan dan mengarahkan penyusunan silabus/satuan pelajaran RPP dan kelengkapan administrasi mengajar
7. Menyusun Kalender pendidikan
8. Mengatur MGMPs dan MGMP Kota
9. Melaksanakan motivasi akademik
10. Menyusun laporan pelaksanaan pelajaran;
11. Berkoordinasi dengan waka kesiswaan dalam Mengatur mutasi siswa;
12. Pengelolaan pembiayaan alat-alat pengajaran;

TUPOKSI PKS HUMAS

1. Mengatur dan menyelenggarakan hubungan baik antara sekolah dengan Komite Sekolah
2. Menampung saran-saran dan pendapat masyarakat demi kemajuan sekolah
3. Mengatur dan menyelenggarakan hubungan antara sekolah dengan orang tua / wali murid
4. Membantu mewujudkan kerjasama dengan lembaga-lembaga yang berhubungan dengan usaha dan kegiatan pengabdian masyarakat, misalnya tentang :
 - Penyuluhan Narkoba
 - Pendidikan seksual untuk remaja
 - Pengenalan dunia pendidikan di perguruan tinggi
 - Pengenalan dunia usaha dan dunia industri

5. Mengkoordinasikan segala aspek dari setiap urusan / bidang yang akan diinformasikan kepada orang tua / wali atau Dinas Instansi lain baik negeri maupun swasta.
6. Menyelenggarakan program kegiatan dalam rangka menjalin hubungan dengan para alumni (baik siswa maupun mantan guru-karyawan)
7. Mengkoordinir pelayanan terhadap Tamu Dinas, yang berkepentingan dengan Kepala Sekolah, Guru, Siswa dan warga sekolah pada umumnya.
8. Menunjuk guru untuk menjadi notulis dalam rapat Dinas dan rapat persekolahan lainnya serta mempersiapkan / menyimpan Buku Notulen Rapat.

Tupoksi Wali Kelas :

1. Mengelola kelas, keadaan Peserta Didik
 - Mengetahui jumlah peserta didik. (putra dan putri)
 - Mengetahui nama-nama peserta didik.
 - Mengetahui identitas lain dari peserta
 - Memiliki identitas peserta didik dengan lengkap)
 - Mengetahui kehadiran peserta didik setiap
 - Mengetahui masalah-masalah yang dihadapi peserta didik (tentang pelajaran, status sosial/ekonomi, dan lain-lain).
2. Melakukan Penilaian
 - Sikap dan tingkah laku peserta didik sehari-hari di
 - Kerajinan, ketekunan, dan kesantunan
 - Kepribadian/tata tertib.
 - Dan lain-lain.

3. Mengambil Tindakan Bila Dianggap Perlu
 - Pemberitahuan, pembinaan, dan pengarahan.
 - Peringatan secara lisan.
 - Peringatan khusus yang terkait dengan BK/Kepala Sekolah.
4. Langkah Tindak Lanjut
 - Memperhatikan hasil nilai ulangan peserta didik
 - Memperhatikan buku nilai rapor peserta
 - Memperhatikan keberhasilan/ kenaikan peserta
 - Memperhatikan dan membina suasana
5. Menyelenggarakan administrasi kelas yang meliputi
 - Denah tempat duduk peserta
 - Papan daftar hadir peserta
 - Jadwal
 - Daftar Piket.
 - Buku Daftar Hadir.
 - Buku Jurnal kelas.
 - Tata tertib kelas, dll
 - Membuat catatan khusus tentang peserta didik;
 - Membuat peta kelas;
6. Menjalinkan komunikasi dengan orangtua/ wali peserta didik;
7. Mengisi daftar kumpulan nilai (legger);
8. Mengisi buku laporan pendidikan (Rapor);
9. Membagi buku laporan pendidikan (Rapor).

2.5 Landasan Teori

Landasan teori adalah konteks teori yang relevan dan berfungsi untuk menjelaskan berbagai variabel yang perlu dipelajari sebagai dasar untuk memberikan jawaban sementara atas suatu masalah yang muncul, dan teori yang digunakan berasal dari teori yang memiliki kebenaran. Hal tersebut telah diuji dan memiliki integritas yang dapat dijelaskan.

2.6 Pengertian Sistem

Sistem memiliki dua pendapat definisi, yang pertama adalah pendapat yang menekankan terhadap elemen atau komponen. Pendapat yang kedua lebih menekankan terhadap prosedurnya [1]. Pendapat pertama yang menekankan terhadap elemen atau komponennya mendefinisikan sistem adalah sebagai berikut:

Sistem merupakan kumpulan dari elemen-elemen yang saling berhubungan untuk mencapai sebuah tujuan elemen atau komponennya sehingga cangkupannya lebih luas [1]. Sedangkan pendapat yang menekankan terhadap prosedurnya mendefinisikan sistem sebagai berikut:

Sistem merupakan suatu jaringan kerja prosedur-prosedur yang saling berinteraksi bersama-sama untuk melakukan sesuatu untuk menyelesaikan suatu tujuan tertentu. Prosedur itu sendiri mengandung arti urutan operasi klerikal, biasanya melibatkan satu atau lebih orang dalam departemen yang diterapkan untuk menjamin penanganan yang seragam dari transaksi yang terjadi. Kedua pendapat tersebut benar dan tidak bertentangan, hanya saja pendekatannya yang berbeda [1].

2.7 Pengertian Informasi

Informasi adalah penambahan dalam suatu ilmu pengetahuan yang menyeimbangkan konsep kerangka kerja yang umum dan fakta-fakta yang diketahui. Informasi bertumpu pada konteks dan pengetahuan umum si penerima untuk kepentingannya [2].

Data hanyalah bahan mentah untuk memperoleh suatu informasi. Sistem informasi menggunakan data yang sudah disimpan dalam arsip komputer dan database untuk menyediakan informasi yang diperlukan. SIM ditunjukkan dengan sederhana sebagai network dan suatu kumpulan kemampuan umum, yaitu pengambilan data, berbagai formulir pengolahan data yang ditransfer diolah menjadi informasi, penyimpanan data dalam jangka panjang, dan perlengkapan akses informasi [2].

2.8 Pengertian Sistem Informasi

Sistem informasi manajemen adalah sistem informasi yang memberikan banyak dukungan dan pemrosesan informasi untuk fungsi manajemen dalam pengambilan keputusan, selain pemrosesan transaksi yang sangat berguna untuk kepentingan organisasi [3].

Secara historis, ide sistem informasi tidak diketahui sebelum munculnya komputer. Namun, komputer memiliki dampak yang besar dalam mewujudkan ide-ide ini. Organisasi dari semua motif selalu membutuhkan sistem untuk mengklasifikasikan, memproses, menyimpan, mengambil, menemukan kembali, dan mendistribusikan informasi. Komputer telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam bentuk teknologi canggih dan handal dalam sistem informasi. Akibatnya, sistem informasi berbasis komputer berbeda dari sistem yang diproses secara manual [3].

2.9 Customer Relationship Management

Banyak ahli yang berpendapat tentang CRM salah satunya yaitu yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2004) CRM adalah proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menyediakan produk bernilai tinggi kepada pelanggan dan memuaskan mereka. Kemudian Jackson (1985) dalam Sin et al. (2005) menyatakan CRM merupakan pemasaran yang diorientasikan menuju hubungan yang kuat dan lestari dengan pelanggan. Sementara itu, Payne (2000) dalam Sin et al. (2005) menyatakan CRM secara hati-hati terlibat dalam menciptakan, mengembangkan, dan meningkatkan hubungan pelanggan individu dengan pelanggan, yang akan membantu memaksimalkan nilai pelanggan[4].

Dari definisi di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa relationship marketing dan CRM mempunyai definisi yang hampir sama. Yaitu, Satu berfokus pada hubungan antara penjual dan pelanggan. Kedua, hubungan yang bersifat jangka panjang. Ketiga, kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dari hubungan tersebut[4].

2.9.1 Tujuan CRM

Tujuan utama CRM adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, mempertahankan, memahami, dan melayani kebutuhan pelanggan secara maksimal dengan mengumpulkan informasi pelanggan.

2.9.2 Tahapan Dalam CRM

Menurut Kalakota dan Robinson tahapan dalam CRM mempunyai tiga tahapan antara lain yaitu [5] :

- A. Mendapatkan pelanggan baru (Acquire), pelanggan baru dapat diperoleh dengan memberikan kemudahan Akses ke informasi, inovasi dan layanan baru yang dapat menarik perhatian pelanggan.

- B. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada (Enhance), Perusahaan berupaya menjalin hubungan dengan pelanggannya dengan memberikan pelayanan yang unggul (customer service). *Penerapan cross-selling* atau *upsell* pada tahap kedua dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan mengurangi biaya perolehan pelanggan (cost reduction).
- C. Mempertahankan pelanggan (Retain), merupakan upaya untuk mendapatkan loyalitas pelanggan dengan mendengarkan pelanggan dan menanggapi kebutuhan mereka[5].

2.9.3 Jenis CRM

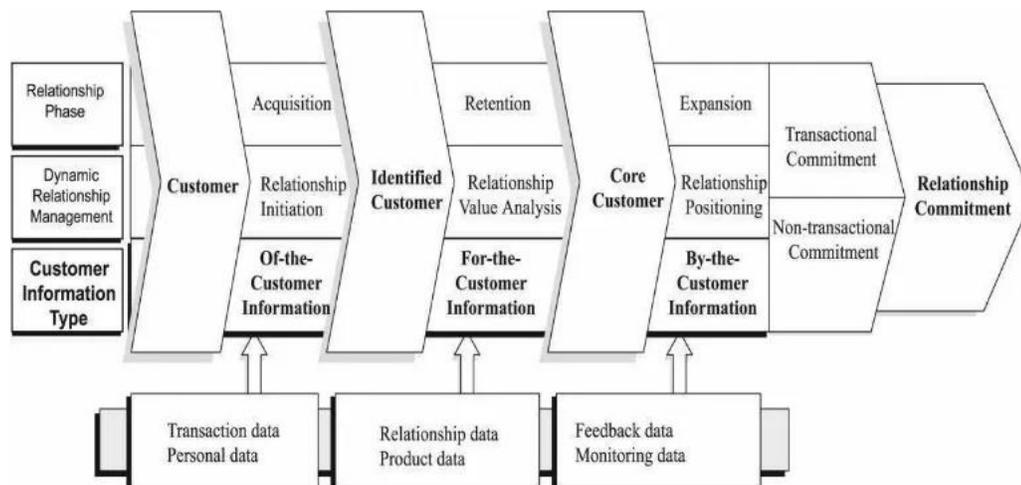
CRM mempunyai tiga jenis yaitu, adalah operational CRM, analytical CRM dan collaborative CRM / full integrated CRM [5].

1. Operational CRM ini terkait dengan fungsi bisnis sebuah perusahaan. termasuk customer servis, manajemen pesanan, invoice atau billing, manajemen dan otomatisasi penjualan.
2. Analytical CRM adalah aktivitas yang melibatkan penyimpanan, memindahkan, memproses, menafsirkan, melaporkan, atau mentransfer data pelanggan atau pengguna yang kemudian akan menganalisis apa yang mereka butuhkan.
3. Collaborative CRM adalah aktivitas yang menggabungkan semua komunikasi yang diperlukan koordinasi dan kolaborasi antara vendor dan pelanggan. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan loyalitas kepada pelanggan lain yang belum berada pada tingkat loyalitas pelanggan. CRM kolaboratif juga mencakup pemahaman atau pengenalan bahwa pelanggan yang setia dapat menarik pelanggan lain.

2.9.4 Kerangka Kerja CRM

Untuk menetapkan fitur CRM secara tepat dibutuhkan sebuah kerangka kerja CRM yang dijadikan sebagai acuan, yaitu Framework of Dynamic CRM yang menjelaskan serangkaian tahapan pada pembangunan/penerapan CRM. Substansi terpentingnya adalah informasi yang didapat dari pelanggan sehingga diperoleh output-nya yang berupa Relationship Commitment (Park & Kim, 2003). Informasi yang menjadi fokus perhatian dalam hal ini adalah sebagai berikut:

1. Informasi mengenai pelanggan
2. Informasi untuk pelanggan
3. Informasi oleh pelanggan



Gambar 2.3 Freamwork dynamic CRM

Pada Gambar 2.3 menunjukkan kerangka kerja Dynamic CRM. Secara garis besar, Dynamic CRM menggambarkan serangkaian fase yang harus dilakukan suatu organisasi dalam mencapai manajemen pelanggan yang sesuai dengan proses bisnis utama perusahaan tersebut. Kerangka kerja ini bisa

dianggap model acuan suatu organisasi dalam meningkatkan maturity atau kematangan manajemen hubungan pelanggan mereka. Dalam kerangka kerja tersebut terdapat beberapa fase yaitu Relationship Phase, Dynamic Relationship Management, dan Customer Information Type. Pada skripsi ini hanya digunakan fase Customer Information Type saja, untuk menentukan kebutuhan analisis sistem[5] .

2.10 Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi. Berikut diuraikan pendapat para pakar terkait promosi [6].

Tjiptono (2008), promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran.

Muslichah (2010), promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Hermawan (2012), promosi adalah salah satu komponen prioritas dari ketiga kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian.

Lupiyoadi (2013), promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam

memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Sadono Sukirno (2013) Promosi adalah memperkenalkan barang supaya konsumen menyukainya dan kemudian membelinya.

Dari deskripsi konseptual dapat ditarik sintesis bahwa promosi merupakan aktivitas pemasaran memperkenalkan atau menginfokan barang supaya konsumen tertarik untuk melakukan kegiatan pembelian. Promosi juga dilakukan dengan berbagai cara agar dapat menarik perhatian konsumen. dalam promosi, semua informasi yang diberikan singkat, jelas dan tepat [6].

2.11 Pengertian Bauran Promosi

Menurut kotler Bauran Promosi atau yang biasa disebut dengan Promotional Mix dibagi menjadi 5 bauran, diantaranya : Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Personal, Pemasaran langsung, Hubungan masyarakat. Kelima bauran promosi ini memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mengenalkan dan menginformasikan produk, dengan tujuan meningkatkan penjualan. Promosi Perlu dilakukan semenarik mungkin agar dapat perhatian penuh oleh masyarakat. Bauran promosi dilakukan dengan menggunakan media bantu dan langsung kepada konsumen [6].

1. Adversting (Periklanan)

Menurut Agus Hermawan (2012) “Periklanan merupakan bagian untuk memenuhi fungsi pemasaran di mana periklanan tidak sekedar memberikan informasi kepada khalayak tetapi juga ditujukan untuk memengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek”.

Dengan kata lain Periklanan adalah suatu bentuk komunikasi ke khalayak orang, bertujuan untuk penanaman informasi dengan mempengaruhi konsumen agar menciptakan kesan dan dapat memuaskan keinginan konsumen yang dapat menyampaikan komunikasi kepada konsumen.

2. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Menurut Peter & Olson (2014) “Promosi penjualan didefinisikan sebagai peristiwa memasarkan berfokus pada tindakan yang tujuannya untuk memberi dampak langsung terhadap perilaku pelanggan sebuah perusahaan”.

Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah “bentuk persuasi “langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan/atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan”.

Tak hanya itu promosi penjualan juga cenderung efektif untuk menciptakan respon pembeli yang kuat dan segera, mendramatisasi penawaran produk, dan mendorong penjualan dalam jangka pendek.

3. *Direct Marketing* (Penjualan Langsung)

Penjualan langsung merupakan komunikasi langsung dengan pelanggan individu yang dibidik secara seksama baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun membina hubungan pelanggan yang berlangsung lama. Di dalam pemasaran langsung biasanya menggunakan saluran – saluran langsung ke konsumen (*Consumer direct*) untuk menjangkau dan menyerahkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa menggunakan perantara pemasaran. Saluran –saluran ini mencakup surat langsung, catalog, telemarketing, tv interaktif, situs internet, dan lain-lain.

4. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

Menurut Gitosudarmo (2014), “Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya”.

Dapat dikatakan personal selling adalah interaksi antar individu secara lisan dalam suatu pembicaraan yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan timbal balik yang menguntungkan dalam penjualan perusahaan kepada konsumen.

5. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Menurut Rambat (2013) “Hubungan masyarakat merupakan kiat pemasaran yang penting lainnya, dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar. Program hubungan masyarakat antara lain publikasi, acara-acara penting, hubungan dengan investor, pameran dan mensponsori beberapa acara”.

Dalam menerapkan hubungan masyarakat, perusahaan dapat berhubungan dengan siapa saja tidak termasuk kepada publik yang lebih besar dengan cara membiayai acara-acara penting seperti seminar untuk umum dan berhubungan dengan para investor.

2.12 UML (Unified Modeling Language)

UML pertama kali muncul pada tahun 1990-an ketika Grady Broch, Ivar Jacobson, dan James Rumbaugh mulai mengadopsi ide-ide serta kemampuan tambahan dari masing-masing metodenya dan berusaha membuat teknologi terpadu yang kemudian dinamakan UML [7].

Secara umum UML merupakan ‘bahasa’ untuk visualisasi, spesifikasi, konstruksi, serta dokumentasi. Dalam kerangka visualisasi, para pengembang menggunakan UML sebagai suatu cara untuk mengkomunikasikan idenya kepada para pemrogram serta calon pengguna sistem atau perangkat lunak. Dengan adanya ‘bahasa’ yang bersifat standar, komunikasi perancang dengan pemrogram serta calon pengguna diharapkan menjadi lancar [7].

Setiap Sistem yang kompleks perlu dilihat dari sudut yang berbeda sehingga kita bisa mendapatkan gambaran secara menyeluruh. Karena itulah UML menyediakan fungsi umum untuk hal tersebut diklasifikasikan menurut sifat statis atau variabelnya, adapun diagram yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Use Case Diagram

Use Case Diagram bersifat statis. Diagram ini memperlihatkan himpunan use case dan actor-aktor. Diagram ini sangat penting untuk mengorganisasi dan memodelkan perilaku dari suatu sistem yang dibutuhkan serta diharapkan pengguna. Use case diagram merupakan salah satu diagram untuk memodelkan aspek perilaku sistem. Masing-masing diagram use case menunjukkan sekumpulan use case, actor, dan hubungannya. Use case diagram adalah hal yang penting untuk memvisualisasikan, menspesifikasikan, dan mendokumentasikan kebutuhan perilaku sistem, subsistem, dan kelas. Use case adalah interaksi antara actor eksternal dan sistem, hasil yang dapat diamati oleh actor, berorientasi pada tujuan, dideskripsikan di diagram use case dan teks [10].

2. Class Diagram

Class Diagram bersifat statis. Diagram ini memperlihatkan himpunan kelas-kelas, antarmuka-antarmuka, kolaborasi-kolaborasi, serta relasi-relasi. Diagram ini umum dijumpai pada pemodelan sistem berorientasi objek. Meskipun bersifat statis, sering pula diagram kelas

membuat kelas-kelas aktif. *Class Diagram* merupakan diagram paling umum dipakai di semua pemodelan berorientasi objek. Pemodelan kelas merupakan pemodelan paling utama di pendekatan berorientasi objek. Pemodelan kelas menunjukkan kelaskelas yang ada di sistem dan hubungan antar kelas-kelas itu, atribut-atribut dan operasi di kelas-kelas [10].

3. Activity Diagram

Activity Diagram bersifat dinamis. Diagram ini adalah tipe khusus dari *diagram state* yang memperlihatkan aliran dari suatu aktifitas ke aktivitas lainnya dalam suatu sistem. Diagram ini penting dalam pemodelan fungsi-fungsi dalam suatu sistem dan memberi tekanan pada aliran kendali antar objek. Pada dasarnya diagram aktivitas adalah diagram *flowchart* yang diperluas yang menunjukkan aliran kendali satu aktivitas ke aktivitas lain. Diagram ini digunakan untuk memodelkan aspek dinamis sistem [10].

4. Sequence Diagram

Sequence Diagram bersifat dinamis. Diagram urutan adalah diagram interaksi yang menekankan pada pengiriman pesan dalam suatu waktu tertentu. *Sequence Diagram* digunakan untuk memodelkan scenario penggunaan. Scenario penggunaan adalah barisan kejadian yang terjadi selama satu eksekusi sistem. *Sequence Diagram* menunjukkan objek sebagai garis vertical dan tiap kejadian sebagai panah horizontal dari objek pengirim ke objek penerima [10].

2.13 PHP

PHP, juga dikenal sebagai *hypertext preprocessor*, adalah bahasa pemrograman yang dapat digunakan untuk menghasilkan kode HTML secara dinamis. PHP adalah bahasa pemrograman web berbasis server. Dengan kata lain, itu hanya dapat berjalan jika server ada. Tidak seperti HTML yang hanya dapat menampilkan konten statis, PHP dapat berinteraksi dengan database, file, dan folder, sehingga PHP dapat menampilkan konten dinamis untuk situs web. Blog, toko online, CMS, forum, dan situs jejaring sosial merupakan contoh aplikasi web yang dapat dibangun dengan PHP. PHP adalah bahasa scripting, bukan bahasa berbasis tag seperti HTML. Program PHP dapat ditulis dalam file teks biasa, dengan ekstensi ".php". [11].

2.14 OOP (Object Oriented Programming)

Pemrograman berorientasi objek atau *object-oriented programming* merupakan suatu pendekatan pemrograman yang menggunakan *object* dan *class*. Saat ini konsep OOP sudah semakin berkembang. OOP bukanlah sekedar cara penulisan sintaks program yang berbeda, namun lebih dari itu, OOP merupakan cara pandang dalam menganalisa sistem dan permasalahan pemrograman. Dalam OOP, setiap bagian dari program adalah *object* [8].

Perkembangan OOP pada saat ini telah menciptakan sinergi yang dapat dikatakan sebuah inovasi yang besar berkaitan dengan siklus pengembangan perangkat lunak (perencanaan, analisis, perancangan, implementasi, serta pengujian) sehingga dapat diterapkan pada perancangan sistem secara umum; menyangkut perangkat lunak, perangkat keras serta sistem informasi secara keseluruhan [9].

2.15 MySQL

MySQL merupakan server yang melayani database. Untuk membuat dan mengolah database, kita dapat mempelajari pemrograman khusus yang disebut query (perintah) SQL. Database sendiri dibutuhkan jika kita ingin menginput data dan user menggunakan form HTML untuk kemudian diolah PHP agar bisa disimpan ke dalam database MySQL[15].

2. 16 Framework Code Igniter

Framework adalah abstraksi di dalam sebuah perangkat lunak yang menyediakan fungsi yang generic sehingga dapat dirubah oleh kode yang dibuat user sehingga dapat menyediakan perangkat lunak untuk aplikasi tertentu. Metode MVC merupakan sebuah arsitektur untuk melakukan implementasi secara bebas dengan atau tanpa bahasa pemrograman berorientasi objek. Dengan demikian metode MVC dapat diimplementasikan dalam sebuah framework.

CodeIgniter merupakan sebuah framework pemrograman web dengan menggunakan bahasa PHP. Framework ini ditulis dengan menggunakan bahasa php versi 4 dan versi 5 oleh Rick Ellislab yang menjadi CEO Ellislab, Inc. dan dipublikasikan dengan lisensi di bawah Apache atau BSD Open Source. Jadi CodeIgniter adalah framework php dan bersifat open Source [12].

2.16 Metode WASPAS

Metode Weight Aggregated Sum Product Assesment (WASPAS) adalah metode yang mencari prioritas pilihan lokasi yang paling sesuai dengan menggunakan cara pembobotan. Penggunaan metode ini merupakan kombinasi dari dua sumber yang dikenal dengan WMM, MCDM approaches dan model produk berat (WPM) pada awalnya memerlukan normalisasi linier dari elemen hasil. Menggunakan metode WASPAS, kriteria kombinasi paling tertinggi dicari berdasarkan dua kriteria paling tertinggi. Kriteria pertama yang optimal, kriteria rata-rata keberhasilan sama dengan metode WSM. Pendekatan ini

merupakan yang populer dan digunakan MCDM untuk pengambilan keputusan [14].

Berikut langkah-langkah Metode WASPAS sebagai berikut:

1. Menentukan Normalisasi matriks dalam pengambilan keputusan.

$$R_{ij} = \begin{bmatrix} R_{11} & R_{12} & \dots & R_{1n} \\ R_{21} & R_{22} & \dots & R_{2n} \\ R_{m1} & R_{m2} & \dots & R_{m3} \end{bmatrix}$$

Jika nilai maksimal dan minimal telah ditentukan maka persamaan sebagai berikut :

Untuk Kriteria Benefit.

$$R_{ij} = \frac{R_{ij}}{\max_i R_{ij}} \dots \dots \dots (1)$$

Untuk Kriteria Biaya.

$$R_{ij} = \frac{\min_i R_{ij}}{R_{ij}} \dots \dots \dots (2)$$

2. Menghitung Nilai Normalisasi Matrix dan Bobot WASPAS dalam Pengambilan Keputusan.

$$Q_i = 0.5Q_i + 0.5Q_i = 0,5 \sum_{j=1}^n w_j r_{ij} + 0.5 \sum_{j=1}^n w_j r_{ij}$$

2.17 Pengujian *Black Box*

Konsep digunakan untuk merepresentasikan sistem yang cara kerja didalamnya tidak tersedia untuk diinspeksi. Di dalam *black box*, item-item yang diuji dianggap “gelap” karena logiknya tidak diketahui, yang diketahui hanya apa yang masuk dan apa yang keluar dari *black box*. Pada pengujian *black box*, kita mencoba beragam masukan dan memeriksa keluaran yang dihasilkan. Kita dapat mempelajari apa yang dilakukan kotak, tapi tidak mengetahui sama sekali mengenai cara konversi dilakukan. Teknik pengujian *black box* dapat

digunakan untuk pengujian berbasis skenario, dimana isi didalam sistem mungkin tidak tersedia untuk diinspeksi tapi masukan dan keluaran yang didefinisikan dengan use case dan informasi analisis yang lain[13].