

SISTEM INFORMASI PROMOSI DAN PEMASARAN MOBIL BEKAS PADA SHOWROOM SANTOSA MOTOR BERBASIS WEB

Yusup¹, Suprpto²

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AKI
yusup@unaki.ac.id, suprpto@unaki.ac.id

Abstrak

Santosa Motor yang bergerak dalam bidang penjualan mobil bekas, selama ini dalam promosi dan pemasarannya dilakukan dengan cara menyebar brosur atau dari mulut ke mulut, sedangkan proses untuk mengetahui spesifikasi mobil secara jelas dilakukan melalui telepon atau datang langsung ke lokasi Showroom Santosa Motor. Hal ini di rasa kurang efektif dan efisien, berdasarkan situasi yang dialami Santosa Motor. Web merupakan salah satu pilihan yang tepat untuk membantu Santosa Motor dalam menanggulangi kelemahan sistem lamanya. Dengan adanya web, maka proses promosi dan pemasaran akan lebih efektif dan efisien.

Dalam perancangan web promosi dan pemasaran ini, penulis menggunakan strategi berorientasi objek dalam tahapan analisis dan desain sistemnya. Sebagai alat bantu dalam tahapan analisis, penulis menggunakan tabel sebab akibat untuk menyatakan permasalahan atau kesempatan yang ada beserta penyebab dan dampaknya serta gambaran secara umum hal-hal yang hendak dicapai oleh sistem. Sedangkan alat bantu yang dipakai untuk menggambarkan sistem serta melakukan desain sistem digunakan UML.

Untuk pemakaiannya, hak akses web ini dibagi menjadi dua pemakai yaitu admin dan user. Bagi user, web ini digunakan sebagai sarana melihat produk, melihat profil tentang Santosa Motor, melihat artikel, mengirim pesan/saran. Bagi admin, web ini digunakan oleh admin untuk mengelola web secara keseluruhan.

Kata Kunci : promosi, pemesanan, mobil bekas

1. Pendahuluan

Perkembangan ilmu dan teknologi di era modern ini semakin pesat dan telah menjadi komponen yang sangat penting bagi keberhasilan bisnis dan organisasi. Media penyampaian informasi merupakan salah satu faktor penentu dalam sukses tidaknya informasi itu sampai pada user. Banyaknya masyarakat yang lebih berminat mencari informasi melalui internet dan pekerjaan

masyarakat yang tidak menetap pada satu tempat menyebabkan website menjadi alat bantu yang tidak hanya menyediakan informasi dan sebagai media promosi. Selain itu keberadaan website merupakan tempat yang sangat strategis untuk mempromosikan dan melakukan survei untuk mengetahui keinginan dan tanggapan konsumen terhadap produk yang ditawarkan setiap saat melalui internet, sehingga perusahaan dapat

Sistem Informasi Promosi dan Pemasaran Mobil Bekas. Studi Kasus Pada Showroom Santoso Motor Berbasis Web

(Yusup, S.Si.,M.Kom., Suprpto, SE, M.Kom.)

memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Showroom Santosa Motor adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jual beli mobil bekas. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang dan dari data grafik penjualannya yang stagnan 5 tahun terakhir ini, Showroom Santosa Motor berinisiatif untuk menjadikan internet sebagai media pemasaran. Dilihat dari kenyataannya, selama ini Santosa Motor kesulitan dalam memberikan informasi mengenai produknya. Biasanya informasi mengenai produk dapat melalui telepon, iklan media cetak, maupun datang langsung ke Showroom, namun ini dirasa kurang efisien. Sebagai contoh, ada seseorang ingin membeli sebuah mobil namun dikarenakan kesibukannya ia tidak dapat untuk datang langsung ke Showroom, sehingga calon pembeli akan kerepotan jika hanya melalui telepon karena tidak dapat melihat produk tersebut secara langsung.

Dengan melihat latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk merancang dan membuat suatu program “sistem informasi promosi dan pemasaran mobil bekas pada showroom santosa motor berbasis web” untuk mempermudah dalam memasarkan produk mobil bekas yang diperjual belikan di Showroom Santosa Motor, serta

mempermudah orang yang ingin membeli mobil sesuai kebutuhannya.

2. Kajian Pustaka

2.1. Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan (Tata Sutabri, 2012:46).

Sistem Informasi adalah suatu sistem didalam suatu organisasi, yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi bersifat manajerial dan kegiatan struktur dari suatu organisasi dan menyediakan bagi pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan. (Jogiyanto, 2005:11)

Sistem informasi merupakan suatu komponen yang terdiri-dari manusia, teknologi informasi, dan prosedur kerja yang memproses, menyimpan, menganalisis,dan menyebarkan informasi untuk mencapai suatu tujuan (Agus Mulyanto, 2009:29).

Suatu sistem mempunyai enam blok yang masing-masing saling berinteraksi satu dengan yang lainnya membentuk satu kesatuan untuk mencapai sasarannya. Keenam blok tersebut antara lain:

1. Blok Masukan

Input mewakili data yang masuk ke dalam sistem informasi. Input disini termasuk metode – metode dan media untuk menangkap data yang akan dimasukkan.

2. Blok Model

Blok ini terdiri dari kombinasi prosedur, logika, dan model matematik yang akan memanipulasi data input dan data yang tersimpan di basis data dengan cara yang sudah tertentu untuk menghasilkan keluaran yang diinginkan.

3. Blok Keluaran

Produk dari sistem informasi adalah keluaran yang merupakan informasi yang berkualitas dan dokumentasi yang berguna untuk semua tingkatan manajemen serta semua pemakai sistem.

4. Blok Teknologi

Teknologi merupakan “kotak alat” dalam sistem informasi. Terdiri dari 3 bagian utama, yaitu teknisi (*humanware* atau *brainware*), perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*).

5. Blok Basis Data

Basis data (*database*) merupakan kumpulan dari data yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, tersimpan di perangkat keras komputer dan digunakan perangkat lunak untuk memanipulasinya. Basis data diakses atau dimanipulasi dengan menggunakan perangkat lunak paket yang disebut dengan DBMS (*Database management Systems*).

6. Blok Kendali

Beberapa pengendalian perlu dirancang dan diterapkan untuk meyakinkan bahwa hal – hal yang dapat merusak sistem dapat dicegah ataupun bila terlanjur terjadi kesalahan – kesalahan dapat segera diatasi.

2.2. Pengembangan Sistem

Metodologi adalah kesatuan metode-metode yang digunakan oleh suatu ilmu pengetahuan, seni atau disiplin yang lainnya. Sedangkan metode adalah suatu cara, teknik sistematis untuk mengerjakan sesuatu. Metodologi pengembangan sistem berarti adalah metode-metode yang akan digunakan untuk mengembangkan suatu sistem informasi.

Pengembangan sistem dapat berarti menyusun suatu sistem yang baru untuk menggantikan sistem yang lama secara keseluruhan atau memperbaiki sistem yang telah ada. Sistem perlu diperbaiki disebabkan karena beberapa hal, yakni:

a) Adanya permasalahan (*problems*)

Permasalahan pada sistem yang lama biasa berarti pencatatan data yang tidak akurat, informasi yang sering terlambat atau sukar diperoleh saat dibutuhkan, ketidak efisienan operasi,serta operasi,serta ketidak amanan data data penting yang mengakibatkan permasalahan akses data oleh oknum yang tidak berhak.

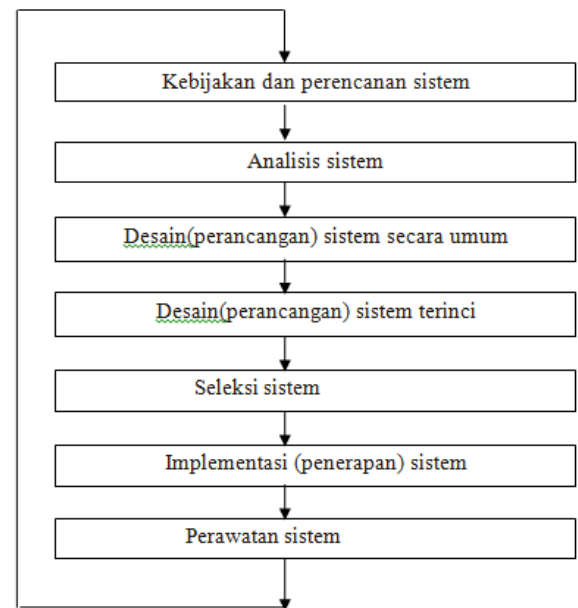
b) Untuk meraih kesempatan (*opportunities*)

Organisasi mulai merasakan bahwa teknologi informasi digunakan untuk meningkatkan penyediaan informasi sehingga perusahaan dapat memperoleh kesempatan-kesempatan yang berupa peluang-peluang pasar, pelayanan yang meningkat kepada langganan dan lain sebagainya.

c) Adanya instruksi (*directives*)

Penyusunan sistem yang baru juga dapat terjadi karena adanya instruksi-instruksi dari pimpinan ataupun luar organisasi, misalnya peraturan pemerintah.

Ada banyak strategi dalam mengembangkan sistem, yaitu Strategi Pengembangan Model-Driven, Strategi Pengembangan Aplikasi Cepat, dan Strategi Implementasi Paket Aplikasi Komersial.



Gambar 1. Siklus Hidup Pengembangan Sistem

2.2.1. Analisis Sistem

Analisis sistem dapat didefinisikan sebagai: penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan – permasalahan, kesempatan – kesempatan, hambatan – hambatan, yang terjadi dan kebutuhan – kebutuhan yang

diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan – perbaikannya.

Proses analisis sistem dalam pengembangan sistem informasi merupakan suatu prosedur yang dilakukan untuk pemeriksaan masalah dan penyusunan alternatif pemecahan masalah yang timbul serta membuat spesifikasi sistem yang baru atau sistem yang akan diusulkan dan dimodifikasi sehingga hasil dari tahap analisis ini adalah suatu laporan yang dapat menggambarkan sistem yang telah dipelajari dan diketahui bentuk permasalahannya serta rancangan sistem baru yang akan dibuat atau dikembangkan

2.2.2. Desain Sistem

Setelah tahap analisis selesai dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah memikirkan bagaimana membentuk sistem tersebut. Tahap ini disebut dengan desain sistem.

Desain sistem dapat didefinisikan sebagai penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. (Jogiyanto, 2005:196)

Desain sistem merupakan sebuah teknik pemecahan masalah yang saling melengkapi

(dengan analisis sistem) yang merangkai kembali bagian-bagian komponen menjadi sebuah sistem yang lengkap. Hal ini melibatkan penambahan, penghapusan, dan perubahan bagian-bagian relatif pada sistem awal.

Dalam desain sistem ada beberapa tahap perancangan yang meliputi *Desain Database*, *Desain Input*, *Desain Output*, dan *Desain Antarmuka*.

2.3. Unified Modeling Language (UML)

UML merupakan suatu kumpulan konvensi permodelan yang digunakan untuk menentukan atau menggambarkan sebuah sistem *software* yang terkait dengan objek. UML menyediakan beberapa diagram visual yang menunjukkan berbagai aspek dalam sistem. Ada beberapa diagram yang disediakan dalam UML antara lain :

- a. *Use Case Diagram*
- b. *Activity Diagram*
- c. *Sequence Diagram*
- d. *Class Diagram*
- e. *Collaboration Diagram*
- f. *Statechart Diagram*
- g. *Component Diagram*
- h. *Deployment Diagram*

2.4. Desain Web

Web adalah kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau bergerak, data animasi, suara, video, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan (*hyperlink*). Website secara fisik adalah kumpulan komputer pribadi, *web browser*, koneksi ke ISP, komputer *server*, *router*, dan *switch* yang digunakan untuk mengalirkan informasi dan menjadi wahana pertama berbagai pihak terkait.

Web berdasarkan kegunaanya dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. *Web search engine* adalah web yang memiliki kemampuan untuk melakukan pencarian dokumen berdasarkan kata kunci tertentu, contoh: Google dan Alltheweb.
2. *Web portal* adalah web yang berisi kumpulan link, search engine dan informasi, contoh: Yahoo dan AOL.
3. *Web perusahaan* adalah web yang mendeskripsikan suatu perusahaan, layanan, fasilitas dan segala sesuatu tentang perusahaan, contoh: Andi Publisher dan Indosat.

4. *Web pribadi* adalah web yang memberikan profil pemilik web.

Web dikenal dengan sistem client-server. Komputer pengguna disebut komputer client, sedangkan komputer yang diakses disebut server.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Metode Pengumpulan Data

1. Pengamatan

Pengamatan adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematis segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dengan cara melihat atau mengamati secara langsung kegiatan penjualan di Santosa Motor serta mencatat dan memfoto produk yang akan dipasarkan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi – informasi atau keterangan – keterangan. Dalam hal ini penulis melakukan tanya jawab kepada pemilik dan karyawan bagian pemasaran yang bekerja di Santosa Motor.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan tinjauan pustaka, yaitu mengumpulkan buku – buku dan jurnal – jurnal penelitian yang terkait dengan masalah penelitian. Penulis menggunakan buku – buku, dokumentasi arsip – arsip yang berhubungan dengan data yang dibutuhkan.

3.2. Sumber Data

Sumber data meliputi data primer dan data sekunder. Adapun pengertian data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama. Disini penulis mewawancarai pemilik dan karyawan di Showroom Santosa Motor mengenai :

- a. Sejarah singkat berdirinya Showroom Santosa Motor
- b. Sistem penjualan yang dilakukan
- c. Produk apa saja yang dijual

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti misalnya dari biro statistik, majalah, keterangan – keterangan atau publikasi lainnya. Jadi data sekunder berasal dari tangan kedua, ketiga, dan seterusnya, artinya melewati satu atau lebih pihak yang bukan peneliti sendiri. Karena

itu perlu adanya pemeriksaan ketelitian. Bukan berarti data sekunder kalah bermutu dibandingkan dengan data primer, bahkan kalau mungkin data sekunder dicari lebih dahulu, mungkin ada yang cocok dengan tujuan penelitian. Dengan demikian akan dihemat waktu, tenaga, dan biaya. Data sekunder didapatkan dari buku – buku literature.

4. Hasil dan Pembahasan

Sistem baru yang akan diterapkan pada Showroom Santosa Motor meliputi pembuatan profil perusahaan, tampilan produk yang akan dijual dan form login.

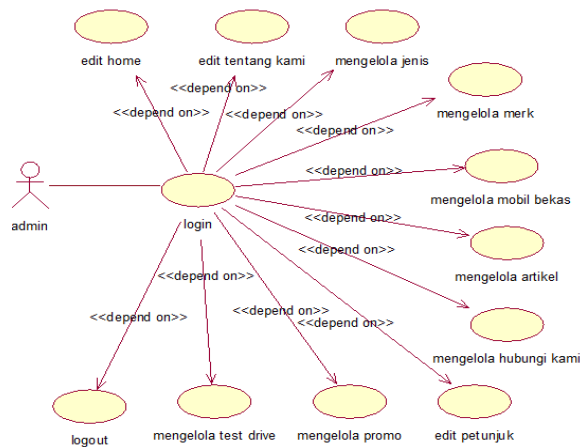
Dalam sistem ini memiliki dua aktor yaitu administrasi dan pembeli.

1. Admin memiliki kewenangan penuh terhadap sistem dan mengelola data informasi website Showroom Santosa Motor.
2. Pembeli dapat melihat produk yang dijual dalam website Showroom Santosa Motor, untuk mendapatkan kemudahan *test drive* di Showroom Santosa Motor pembeli dapat mengisi form hubungi kami.

Sistem Informasi Promosi dan Pemasaran Mobil Bekas. Studi Kasus Pada Showroom Santoso Motor Berbasis Web

(Yusup, S.Si.,M.Kom., Suprpto, SE, M.Kom.)

Untuk dapat mengetahui lebih jelasnya hubungan interaksi masing-masing aktor dengan proses-proses di dalam sistem, berikut use case diagram yang akan dijelaskan pada gambar 2.



Gambar 2. Use Case Diagram Admin

4.1 Tampilan Program Admin

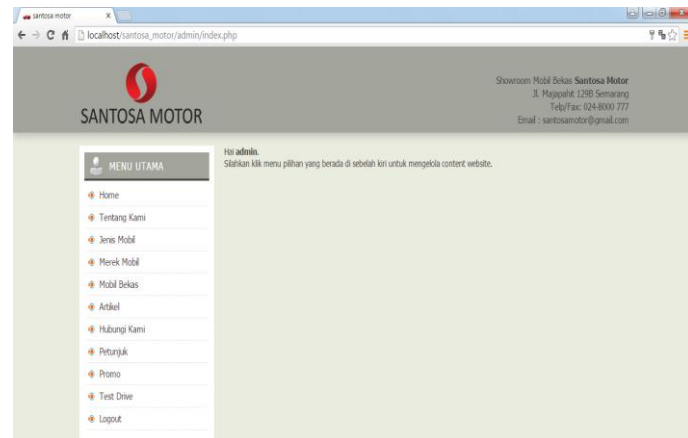
1. Halaman Login Admin



Gambar 3. Tampilan login admin

2. Halaman Utama Admin

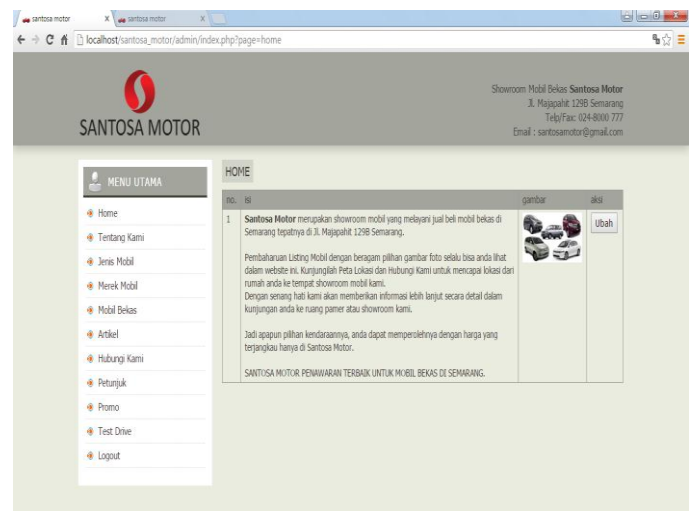
Admin



Gambar 4. Tampilan Halaman Utama Admin

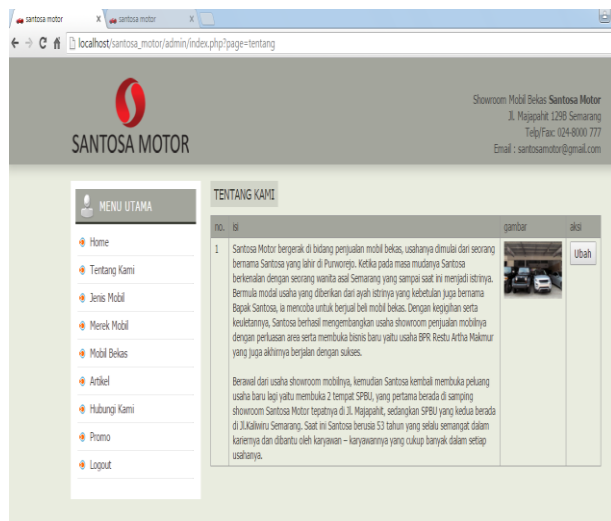
Admin

3. Halaman Edit Home



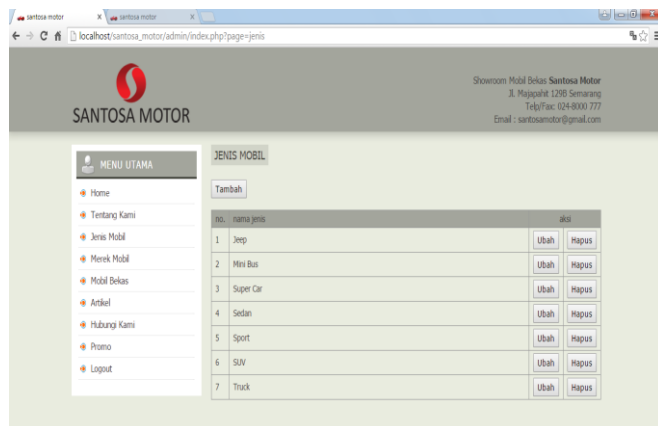
Gambar 5. Tampilan halaman Edit Home

4. Halaman edit Tentang Kami



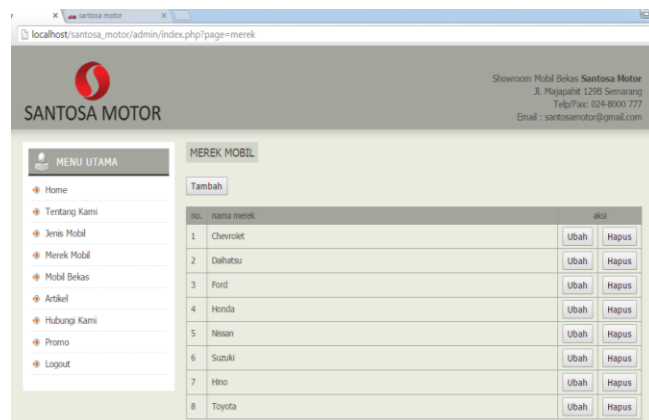
Gambar 6. Tampilan halaman Tentang Kami

5. Halaman Jenis Mobil



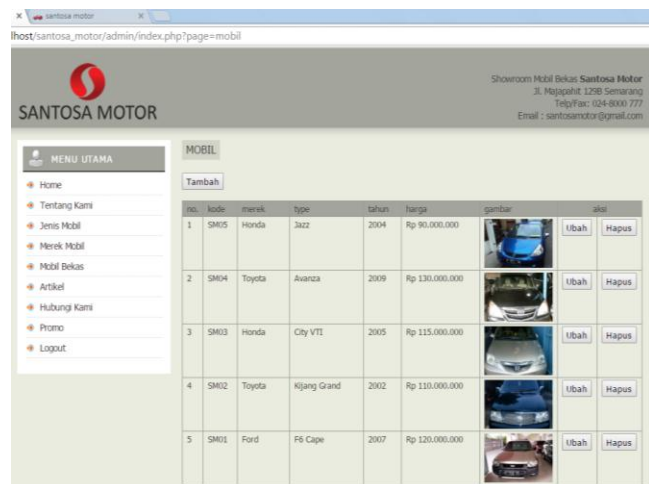
Gambar 7. Tampilan halaman Jenis Mobil

6. Halaman Merk Mobil



Gambar 8. Tampilan halaman Merek Mobil

7. Halaman Mobil Bekas



Gambar 9. Tampilan Halaman Mobil Bekas

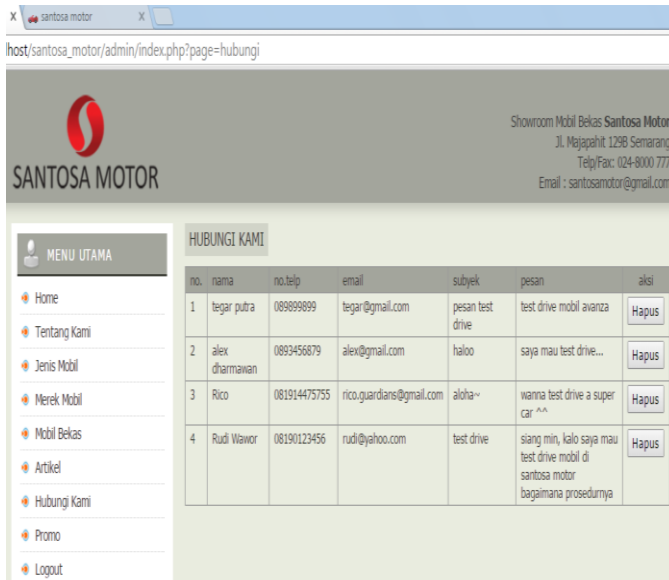
Sistem Informasi Promosi dan Pemasaran Mobil Bekas. Studi Kasus Pada Showroom Santoso Motor Berbasis Web

(Yusup, S.Si.,M.Kom., Suprpto, SE, M.Kom.)

8. Halaman Artikel

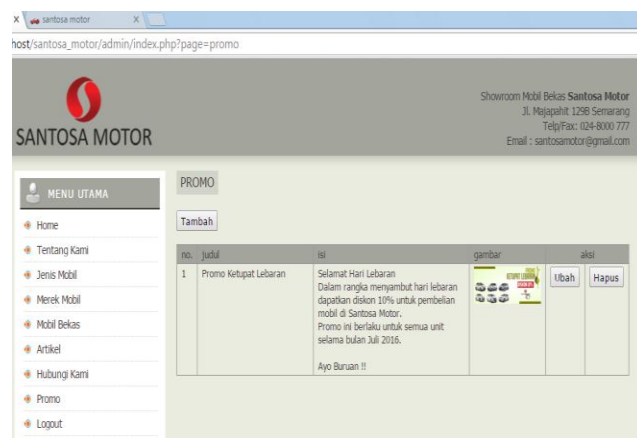
Gambar 10. Tampilan Halaman Artikel

9. Halaman Hubungi Kami



Gambar 11. Tampilan Halaman Hubungi Kami

10. Halaman Promo



Gambar 12 Tampilan Halaman Promo

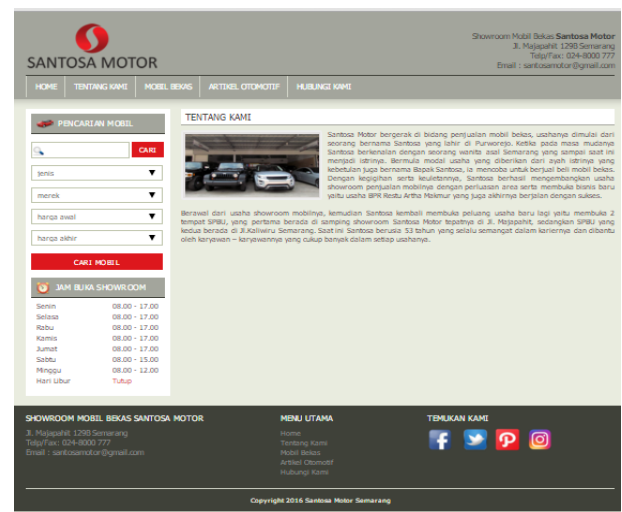
4.2 Tampilan Program User

1. Halaman utama website



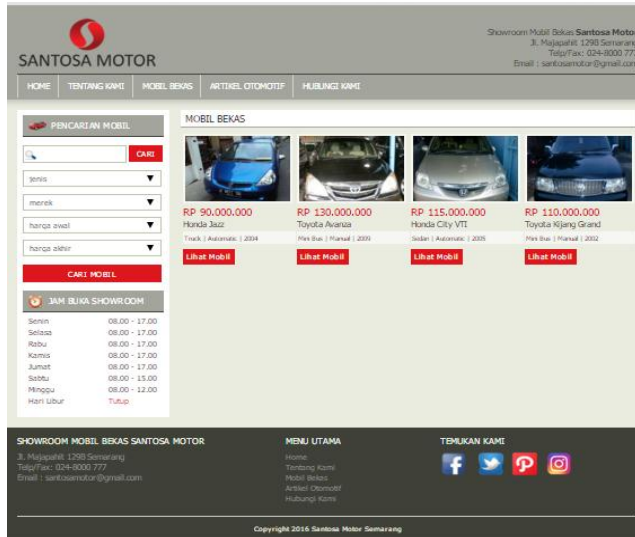
Gambar 13 Tampilan Halaman Utama Websit

2. Halaman Tentang Kami



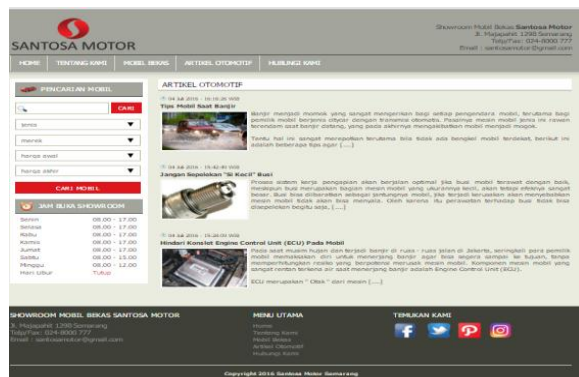
Gambar 14 Tampilan Halaman Tentang Kami

3. Halaman Mobil Bekas



Gambar 15 Tampilan Halaman Mobil Bekas

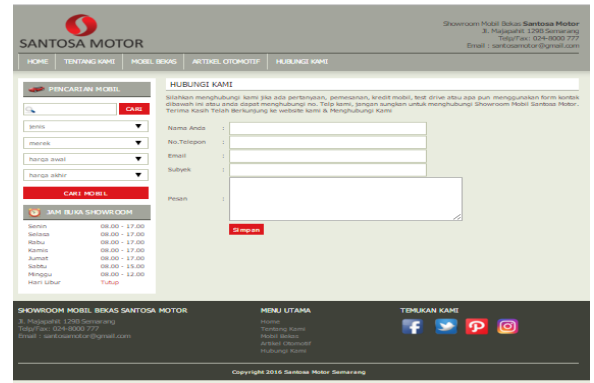
4. Halaman Artikel Otomotif



Gambar 16 Tampilan Halaman Artikel Otomotif

5. Halaman Hubungi Kami

Kami



Gambar 17 Tampilan Halaman Hubungi Kami

Kami

5. Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Sistem informasi Promosi dan Pemasaran berbasis website dapat mempermudah konsumen untuk melihat produk yang dimiliki Santosa Motor, seorang konsumen tidak perlu pergi ke Santosa Motor untuk sekedar melihat produk yang ada di Santosa Motor. Hanya dengan seperangkat komputer/laptop yang terhubung dengan internet maka konsumen sudah bisa melihat produk yang ada.
2. Sistem informasi yang dibangun bertujuan untuk melengkapi dan mendukung sistem informasi dan promosi yang sudah ada,

bukan untuk menggantikannya sehingga memperluas skala promosi produk-produk Santosa Motor tersebut yang berujung dengan meningkatnya pendapatan perusahaan.

Sementara beberapa saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Diharapkan website yang dibangun dapat diterapkan oleh Showroom Santosa Motor sehingga dapat meningkatkan pelayanan terhadap customer.
2. Perubahan sistem lama terhadap sistem baru diperlukan suatu pelatihan bagi pengguna (*brainware*) dalam hal pengoperasian sistem yang baru agar dalam penerapannya dapat memberikan hasil yang baik dan tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki dalam pengembangan sistem.
3. Perlu pengembangan sistem, dengan menambah beberapa fitur seperti chatting secara *online*.
4. Pemeliharaan sistem secara berkala, agar tidak terjadi kemungkinan kerusakan yang diakibatkan oleh virus dan terjaga dari orang yang ingin memanfaatkan aplikasi ini untuk tindakan kriminal.

6. Daftar Pustaka

- Arief, Rudyanto M. 2011. *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hariyanto, Bambang. 2004. *Sistem Manajemen Basis Data: Permodelan, Perancangan dan Terapannya*. Bandung: Informatika.
- Irawan, Budhi. 2005. *Jaringan Komputer*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jogiyanto, H.M. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Kadir, Abdul. 2003. *Dasar Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Keegan, J Warren. 2003. *Manajemen Pemasaran Global*. Jakarta: Penerbit INDEKS.
- Kotler, Philip, Alih Bahasa A.B. Susanto. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Marzuki. 2001. *Metodologi Riset*. Yogyakarta : BPEE-UII.
- Mulyanto, Agus. 2009. *Sistem Informasi Konsep Aplikasi*. Penerbit: Pustaka Pelajar.
- Narbuko, Kholid dan Abu Achmadi. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Nugroho, Adi. 2011. *Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nugroho, Bunafit. 2004. *PHP dan MySQL dengan Editor Dreamweaver MX*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Patilima H. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Saladin, Djaslim. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Bandung : Penerbit Linda Karya.
- Sholih, 2006. *Pemodelan Sistem Informasi Berorientasi Objek Dengan UML*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Sigit, Suhardi 2007. *Marketing Praktis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Solikin, Achmad. 2009. *Pemrograman Web dengan PHP dan MySQL*. Jakarta: Budi Luhur.
- Suryabarata, Sumadi. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sutabri, Tata. 2012. *Konsep Sistem Informasi*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Whitten Jeffry L, Lonnie D Bentley, Kevin C Dittman. 2004. *Metode Desain dan Analisa Sistem*. Yogyakarta : the Mc Graw – Hill Companies, diterjemahkan oleh Andi Offset.