

NASKAH PUBLIKASI

**RANCANG BANGUN APLIKASI PENYEDIA PROMOSI JASA
BERBASIS *WEBSITE***

Program Studi Informatika



Disusun oleh:

HERI SASMINTO

5150411108

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN ELEKTRO
UNIVERSITAS TEKNOLOGI YOGYAKARTA
2020**

NASKAH PUBLIKASI

**RANCANG BANGUN APLIKASI PENYEDIA PROMOSI JASA
BERBASIS *WEBSITE***

Disusun oleh:
HERI SASMINTO
5150411108

Pembimbing

Iwan Hartadi Tri Untoro, S.T., M.Kom.

Tanggal:.....

RANCANG BANGUN APLIKASI PENYEDIA PROMOSI JASA BERBASIS WEBSITE

Heri Sasmino¹, Iwan Hartadi Tri Untoro²

^{1,2}Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Informasi & Elektro

Universitas Teknologi Yogyakarta
Jl. Ringroad Utara Jombor Sleman Yogyakarta
Email: herisasminto28@gmail.com

ABSTRAK

Penyedia promosi jasa di Yogyakarta sangat kurang adanya, mencari jasa yang berkualitas dan sesuai harga yang di inginkan sangatlah susah. Sehingga membutuhkan waktu yang lama serta kurangnya efektifitas pada hasil sewa yang diperoleh. Aplikasi penyedia promosi jasa ini dibangun berbasis website merupakan yang efektif karena waktu yang dibutuhkan lebih singkat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menerapkan sebuah Aplikasi penyedia promosi jasa dibangun berbasis website. Customer mencari tempat sedia jasa dengan mendapatkan informasi dari mulut ke mulut, hal ini kurang efektif dan tidak efisien. Selain itu, harga, kualitas jasa dan letak tempat sedia jasa menjadi pertimbangan sehingga menyulitkan dalam proses pengambilan keputusan. Hasil akhir yang diperoleh adalah Aplikasi penyedia promosi jasa berbasis website yang memiliki kemampuan merekomendasikan tempat sedia jasa sesuai dengan kriteria yang di inginkan, memberikan informasi penting tempat jasa dan menampilkan lokasi tempat sewa. Berdasarkan analisa uji coba terhadap pengguna disimpulkan bahwa aplikasi ini sangat mudah dalam penggunaannya, sangat bermanfaat dan sangat terpercaya.

Kata kunci : Aplikasi jasa, Promosi jasa.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi memiliki peran penting dalam masyarakat karena hadirnya teknologi informasi dapat mempermudah akses informasi dengan cepat. Dalam era yang kini serba canggih, banyak terobosan terbaru dalam penyedia jasa baik berbasis *website* ataupun berbasis *mobile*. Secara konvensional, penyedia jasa dilakukan dengan langsung mempertemukan secara fisik pihak-pihak yang terkait seperti penyedia jasa dengan pengguna jasa.

Dibalik besarnya kebutuhan jasa masyarakat di wilayah Yogyakarta kini menjadi ruang bagi penyedia jasa. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang kesulitan untuk mencari jasa sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan *budget* di wilayah Yogyakarta.

Aplikasi layanan penyedia pomosi jasa pada saat ini seperti halnya Gojek, Grab dan lain-lainnya masih menyediakan jasa yang terbatas sehingga masyarakat masih banyak membutuhkan suatu aplikasi yang dapat menyediakan jasa yang bersifat umum seperti mencari jasa *service*, jasa kebersihan, jasa lowongan kerja, jasa angkutan, jasa

rental kendaraan dan jasa-jasa lainnya. Dalam kehidupan masyarakat banyak kesulitan dalam mencari suatu informasi mengenai jasa yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan *budget*.

Dengan adanya aplikasi penyedia promosi jasa berbasis *website* maka dapat membantu dari pihak penyedia jasa promosikan jasanya dengan mengiklankan jasanya di aplikasi penyedia promosi jasa berbasis *website* serta dapat membantu dari pihak masyarakat agar dengan mudah mencari suatu informasi mengenai jasa-jasa yang akan dicari sesuai keinginan, kebutuhan dan *budget*.

Penelitian ini bertujuan untuk membangun suatu aplikasi yang menyediakan lapak untuk sebagai sarana informasi promosi jasa yang sebelumnya belum ada suatu aplikasi yang menyediakan promosi jasa bersifat umum yang dibangun dengan aplikasi berbasis *website* untuk berusaha mempengaruhi konsumen agar menggunakan jasa yang telah ditawarkan.

Permasalahan dari penelitian yang dialami masyarakat maka bertujuan dapat diselesaikan dengan adanya aplikasi penyedia promosi jasa berbasis *website* yang dapat membantu masyarakat dalam memilih jasa yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan *budget*.

1.2 Batasan Masalah

Adapun permasalahan yang didapat dari latar belakang yang telah dijelaskan, dan untuk memperjelas cakupan permasalahan dalam hal ini penulis memberikan batasan yaitu :

- a. Sistem yang dibuat hanya dalam lingkup wilayah Yogyakarta.
- b. Sistem ini ditujukan untuk mencari jasa berdasarkan kriteria yang diinginkan sesuai kebutuhan dan *budget*.
- c. Sistem ini menyediakan fitur sarana layanan komunikasi yang bernama *message* untuk menanyakan hal mengenai jasa dengan memulai obrolan.

- d. Pembayaran hanya dapat dilakukan dengan *cash on delivery* (COD).

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah :

- a. Bagaimana membuat aplikasi yang dapat membantu memberikan informasi mengenai jasa kepada masyarakat?
- b. Bagaimana menampilkan informasi mengenai jasa-jasa yang lengkap kepada masyarakat?

2. KAJIAN PUSTAKA DAN TEORI

2.1 Kajian Hasil Penelitian

[1] melakukan penelitian dengan judul Meningkatkan Kualitas Layanan Industri Jasa Melalui Pendekatan *Integrasi Metode Servqual-Six Sigma* Atau *Servqual-Qfd*. Peneliti tersebut membahas komitmen akan kualitas jasa yang berorientasi pada pelanggan merupakan salah satu faktor utama dalam menunjang keberhasilan suatu bisnis, terutama pada industri jasa. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena keberhasilan dari suatu industri jasa sangat tergantung dari penilaian konsumen, maka merupakan hal yang sangat penting untuk memperhatikan kepuasan dari konsumen.

[2] melakukan penelitian dengan dengan judul Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan *Luscious Chocolate Potato Snack*. Peneliti tersebut membahas tentang Promosi (*Promotion*) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Bauran promosi (*promotion mix*) sebagai perpaduan spesifik alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan *value* ke *customer* secara persuasif dan membangun *customer relationships*.

[3] melakukan penelitian) dengan judul Perancangan Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang Berbasis Web. Peneliti tersebut membahas saat ini perkembangan teknologi sudah mengarah kepada hal yang jauh lebih global seperti penggunaan web pada sebuah perusahaan.

Perusahaan transportasi merupakan salah satu diantaranya, melakukan pengiriman barang dari perkotaan hingga pedesaan, dari sabang hingga merauke. Perusahaan tersebut tentunya membutuhkan sistem informasi manajemen baik dalam pengelolaan data, informasi atau profil perusahaan, hingga menampilkan biaya dan melakukan pemesanan jasa pengiriman barang yang keseluruhan aktifitasnya dapat dilakukan menggunakan halaman web. Oleh karena itu kebutuhan akan web profil atau manajemen saat ini sangatlah mendesak untuk kemajuan perusahaan. Untuk itu perlu dilakukan perancangan sistem informasi jasa pengiriman barang yang hanya dilakukan menggunakan atau berbasis web. Sehingga dapat mengakomodir kebutuhan akan permintaan jasa pengiriman barang yang semakin meningkat setiap waktunya.

[4] melakukan penelitian dengan judul *Website Cv. Cahaya Motor Sebagai Media Promosi*. Peneliti tersebut membahas strategi pemasaran merupakan salah satu awal dalam rangka mengenalkan perusahaan kepada konsumen. Sarana internet adalah salah satu media informasi yang efektif dan efisien dalam penyampaian informasi yang dapat diakses setiap orang dimana dan kapan saja. Penyampaian informasi melalui internet telah banyak digunakan oleh pelaku bisnis, mulai dari perseorangan ataupun usaha kecil menengah untuk memasarkan produknya agar bisa dikenal masyarakat luas pengguna internet. Salah satu media informasi berupa *website* sangat dibutuhkan karena dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan perusahaan.

2.2 Dasar Teori

2.2.1 Aplikasi

Menurut Abdurahman, H. dan Riswaya, A. R., (2014) Aplikasi adalah program siap pakai yang digunakan untuk menjalankan perintah-perintah dari pengguna aplikasi tersebut dengan tujuan pembuatan aplikasi tersebut, aplikasi mempunyai arti yaitu pemecahan masalah yang menggunakan salah satu

teknik pemrosesan data aplikasi yang biasanya berpacu pada sebuah komputasi yang diinginkan atau diharapkan maupun pemrosesan data yang diharapkan.

Menurut Reksa Guntari & Ridwan Setiawan Jurnal (2016) Aplikasi adalah penggunaan dalam suatu komputer, instruksi (instruction) atau pernyataan (statement) yang disusun sedemikian rupa sehingga komputer dapat memproses input menjadi output. Aplikasi adalah suatu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan akan beberapa aktivitas seperti sistem perniagaan, game, pelayanan masyarakat, periklanan, atau semua proses yang hampir dilakukan manusia.[5]

2.2.2 Pengertian Promosi.

Menurut Babin (2011: 27) Promosi merupakan fungsi komunikasi dari perusahaan yang bertanggung jawab menginformasikan dan membujuk/mengajak pembeli.

Menurut Kotler, (2003:22) Promosi merupakan salah satu cara perusahaan melakukan komunikasi melalui pesan-pesan yang didesain untuk menstimulasi terjadinya kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), dan berakhir dengan tindakan pembelian (*purchase*) yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan. Perusahaan biasanya menggunakan iklan, promosi penjualan, pengerahan tenaga tenaga penjualan, dan *public relations* sebagai alat penyampaian pesan-pesan tersebut dengan tujuan untuk dapat menarik perhatian dan minat masyarakat.[6]

2.2.3 Sejarah Penjualan

Tujuan promosi secara sederhana (Kotler,2003:29) terbagi menjadi tiga jenis yaitu, memberikan informasi pelanggan tentang produk atau fitur baru seperti menciptakan kebutuhan, mempengaruhi pelanggan untuk membeli merek orang lain, dan mengingatkan pelanggan tentang merek yang termasuk memperkuat penetapan ancangan merek. Pada dasarnya, tujuan promosi mengandung tiga unsur yakni memberikan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan kepada

pelanggannya tentang perusahaan dan produk yang ditawarkan. [7]

2.2.4 Tujuan Penjualan

Basu Swasta dan Irawan (2001:32) mengemukakan bahwa suatu perusahaan mempunyai tiga tujuan dalam penjualan, yaitu:

- a. Mencapai volume penjualan tertentu.
- b. Mendapatkan laba tertentu.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para tenaga penjualan, akan tetapi dalam hal ini perlu adanya kerja sama dari beberapa pihak diantaranya adalah fungsionaris dalam perusahaan seperti bagian dari keuangan yang menyediakan dana, bagian produksi yang membuat produk, bagian personalia yang menyediakan tenaga kerja. [8]

2.2.5 Jenis-jenis Promosi

Promosi (*promotional mix*) terdiri dari 8 model dirangkum dari buku Kotler dan Keller (2012:498-501) ; Kotler dan Armstrong (2012:408) yaitu:

- **Iklan/ Advertising** merupakan semua bentuk terbayar dari persentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas melalui media cetak (koran dan majalah), media penyiaran (radio dan televisi), media jaringan (telepon, kabel, *satellite*, *wireless*), dan media elektronik (rekaman suara, rekaman video, CD-ROM, halaman *website*), dan media pameran (*billboard*, papan petunjuk, dan poster).
- **Promosi Penjualan/Sales Promotion**, merupakan berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa termasuk promosi konsumen (seperti sampel, kupon, dan premi), promosi

perdagangan (iklan dan tunjangan), dan bisnis dan promosi tenaga penjualan (kontes untuk reputasi penjualan).

- **Penjualan Personal/ Personal Selling**, merupakan interaksi tatap muka yang dilakukan oleh tenaga penjualan perusahaan dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan pertemuan penjualan, presentasi pribadi, menjawab pertanyaan, pengadaan pesanan, membuat penjualan, dan hubungan pelanggan.
- **Pemasaran Langsung/ Direct Marketing** merupakan penggunaan surat, telepon, *facsimile*, *e-mail*, atau internet untuk berkomunikasi atau berhubungan secara langsung dengan meminta respon atau tanggapan dan melakukan dialog dari pelanggan dan prospek tertentu.
- **Pemasaran Interaktif/ Interactive Online Marketing** adalah kegiatan dan program *online* yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa.
- **Pemasaran dari mulut ke mulut/ Word of Mouth Marketing**, merupakan komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.[9]

2.2.6 Pengertian Jasa

Menurut Idri, (2015) Jasa sering juga disebut dengan layanan yaitu aktifitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen

atau barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan *transfer* kepemilikan.

Menurut Nugraha, R. dkk., (2014) jasa adalah dengan memberikan sesuatu pelayanan kepada orang lain yang membutuhkan pelayanan tersebut akan tetapi secara definisi jasa itu adalah setiap tindakan atau aktivitas dan bukan benda, yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik), konsumen terlibat aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. [10]

2.2.7 Website

Menurut Abdulloh, R., (2016) *Website* sekumpulan halaman yang terdiri atas beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital, baik berupa *text*, gambar, video, audio dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet.

Menurut Yuhefizar dkk., (2009) *Website* adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah *website* biasanya dibangun atas banyak halaman web yang saling berhubungan. Hubungan antara satu halaman web dengan halaman web yang lainnya disebut *hyperlink*, sedangkan *text* yang dijadikan media penghubung disebut *hypertext*.

Menurut Hikmah dkk., (2015) *Website* merupakan kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi *text*, gambar, animasi, suara dan gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait. [11]

2.2.8 Diagram Alir Data (DAD)

Diagram Alir Data (DAD) adalah suatu model yang menjelaskan arus data mulai dari pemasukan sampai dengan keluaran data. Tingkatan DAD dimulai dari diagram konteks yang menjelaskan secara umum suatu sistem aplikasi yang akan dikembangkan. Kemudian DAD dikembangkan menjadi DAD tingkat 0 atau level 0 dan kemudian DAD level 0 dikembangkan lagi menjadi level 1 dan selanjutnya sampai sistem tersebut tergambar secara rinci. [12]

Tabel 2.1: Diagram Alir Data (DAD)

Notasi	Keterangan
	<i>External Entity</i> (Entitas Eksternal), dapat berupa orang, sekelompok orang, organisasi, departemen di dalam organisasi, atau perusahaan
	<i>Data Flow</i> (Aliran Data), arus data ini mengalir diantara proses (Process), simpanan data (data store) dan kesatuan luar (external entity)
	<i>Process</i> (Proses), kegiatan atau kerja yang dilakukan oleh orang, mesin, atau komputer dan hasil suatu arus data yang masuk ke dalam proses untuk dilakukan arus data yang akan keluar dari proses
	<i>Data Store</i> , merupakan simpanan dari data yang dapat berupa file atau database di sistem komputer, arsip atau catatan manual

2.2.9 Entity Relationship Diagram (ERD)

Entity Relationship Diagram (ERD) merupakan teknik penggambaran model jaringan suatu basis data dengan susunan data yang disimpan dalam sistem secara abstrak dengan menggunakan notasi dan symbol. [13]

Tabel 2.2 Simbol-simbol Entity Relationship Diagram

Simbol	Keterangan
	Entitas, yaitu suatu objek yang dapat diidentifikasi dalam lingkungan pemakai, sesuatu yang penting bagi pemakai dalam konteks sistem yang akan dibuat.
	Relasi, yaitu sebagaimana halnya entiti maka dalam hubunganpun harus dibedakan antara hubungan atau bentuk hubungan antar entiti dengan isi dari hubungan itu sendiri.
	Atribut, berfungsi mendeskripsikan karakter entiti. Misalnya atribut nama pekerja dari entiti pekerja. Setiap entiti bisa terdapat lebih dari satu atribut.
	Relasi, melambangkan penghubung antara himpunan relasi dengan himpunan entitas dan himpunan entitas dengan atributnya.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Bahan/Data

Bahan/data penelitian yang digunakan adalah data yang berhubungan dengan *customer* dan penyedia jasa yang sudah pernah melakukan transaksi.

3.2 Analisis Perancangan

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan cara mengumpulkan data-data yang relevan langsung dari tempat yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam mengumpulkan data menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

a. Observasi

Meninjau dan survei lokasi langsung ke lapak penyedia jasa khususnya daerah sekitar Yogyakarta untuk mengetahui secara langsung keseluruhan tentang masalah yang berhubungan dengan promosi jasa.

- b. Wawancara
Wawancara langsung dengan penyedia jasa tentang gambaran umum mempromosikan jasa dan juga tentang gambaran umum kegiatan jasanya tersebut. Dilakukan untuk mempelajari dan mengamati sistem yang berjalan serta mendapatkan data langsung dari sumbernya.
- c. Studi Pustaka
Metode pengumpulan data dengan cara mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan program aplikasi yang akan dibuat dari berbagai sumber seperti internet, membaca buku-buku perpustakaan untuk menghasilkan program aplikasi yang baik..

4. ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

4.1 Analisis Sistem yang Berjalan

Pada tahap ini penulis melakukan *study literatur* dengan melakukan *survei* ke beberapa lokasi penyedia jasa seperti :

- Jasa Tukang Las Listrik ‘ATTAR’
Lokasi: Trini, Gamping, Sleman.
Melayani: pembuatan pagar, pintu besi, teralis jendela, canopy, tangga dan lain-lainnya.
Harga: menyesuaikan.
No hp: 08995454123 Pak Arif
- Jasa Desain
Lokasi: Jl. Magelang, Mlati, Sleman.
Melayani: desain logo, spanduk, banner, sertifikat dan lain-lainnya.
Harga: menyesuaikan.
No hp: 085655816938 Mas Hanif
- Jasa Sewa Kamera ‘ANT Photographer’
Lokasi: Jombor lor, Mlati, Sleman.
Melayani: sewa kamera dan fotografer.
Harga: sewa kamera cannon 650D 70rb perhari, fotografer menyesuaikan.
No hp: 082223786374 Mas Antoni
- Jasa Angkutan Barang dan Rental Mobil.
Lokasi: Jl. Kabupaten, Mayangan, Trihanggo, Sleman.

Melayani: angkutan barang dalam & luar kota dan sewa mobil avanza.

Harga: jasa angkutan barang mulai 50rb dan menyesuaikan jarak, sewa mobil 300rb perhari.

No Hp: 085103543204 / 087815721502
Pak Yanto

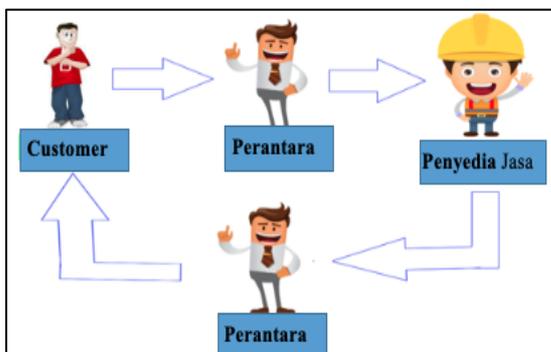
Setelah melakukan *study literatur* maka penulis mendapatkan data informasi mengenai jasa sistem yang berjalan saat ini pada penyedia jasa masih menggunakan cara melalui perantara antara *customer* dan penyedia jasa dan tidak adanya suatu sarana sistem informasi untuk penyedia jasa, sehingga masih menggunakan cara perantara antar masyarakat. Berikut adalah uraian proses dari kegiatan antara *customer* dan penyedia jasa yang sedang berjalan:

- a. Calon pengguna mencari jasa dengan bertanya pada masyarakat.
- b. Pengguna mendapatkan informasi mengenai jasa dari perantara masyarakat sekitar.
- c. Setelah itu pengguna menghubungi *contact personal* jika tersedia atau mendatangi langsung ke lokasi penyedia jasa jika mengetahui alamat penyedia jasa tersebut.
- d. Lalu pengguna saling bertemu antara pengguna dan penyedia jasa jika sudah mengetahui informasinya mengenai jasa
- e. Setelah itu pengguna dan penyedia jasa berinteraksi kepada penyedia jasa mengenai jasa tersebut menanyakan dari segi jasa apa saja yang dimiliki, dan jenis-jenis jasanya beserta harganya.
- f. Kemudian jika penggunaannya setuju dengan jasa yang di sediakan oleh penyedia maka selanjutnya antara pengguna dan penyedia jasa melakukan

transaksi secara *cash on delivery* (COD) dan jika tidak setuju maka tidak ada transaksi antara pengguna dan penyedia dan pengguna mencari jasa lainnya sehingga cukup membuang waktu banyak dan membuang tenaga.

g. Selesai.

Selanjutnya gambaran aplikasi penyedia promosi jasa yang sedang berjalan dapat disajikan dalam gambar yang sedang berjalan sebagai berikut.

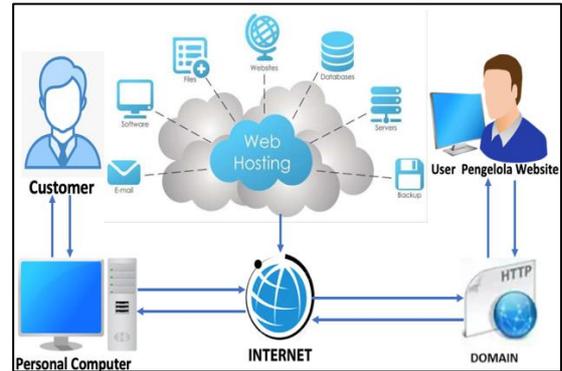


Gambar 4. 1 Analisis Sistem yang Berjalan

Pada gambar 4.1 menggambarkan tentang sistem yang berjalan saat ini, dimana *customer* mencari jasa melalui perantara terlebih dahulu kemudian perantara menyampaikan kepada jasa tersebut dan memakan waktu sangat lama karena *customer* harus menunggu informasi selanjutnya dari perantara tersebut

4.2 Analisis yang Diusulkan

Pada tahap ini penulis menjelaskan gambaran sistem yang akan diusulkan atau yang baru yang dapat mengatasi keluhan masyarakat yang sudah dijelaskan sebelumnya. Dimana aplikasi sistem *website* ini pengelola *website* yang mengelola sehingga dapat memberi informasi data jasa dan pihak penyedia jasa dapat melakukan promosi jasanya dengan *register* lalu mendaftarkan jasanya dan *customer* menggunakan aplikasi penyedia jasa ini sebagai tempat pencarian informasi mengenai jasa.



Gambar 4. 2 Sistem yang akan diusulkan

Pada gambar 4.2 menggambarkan tentang berjalannya yang sistem yang akan diusulkan yang dibuat saat ini yaitu:

- *Customer* melakukan pencarian jasa melalui sistem aplikasi *website* yang sudah dibuat dan dikelola pengelola *website*.
- *Customer* mencari jasa sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan yang telah disediakan oleh penyedia jasa melalui sistem aplikasi ini.
- Jika *customer* ingin interaksi langsung dengan pihak penyedia jasa maka *customer* melakukan *register* terlebih dahulu.
- Setelah itu *customer* memperoleh jasa yang dibutuhkan dan diinginkan dari penyedia jasa melalui aplikasi penyediaan promosi jasa berbasis *website* yang dikelola pihak pengelola *website*.
- Selesai.

4.3 Desain Sistem

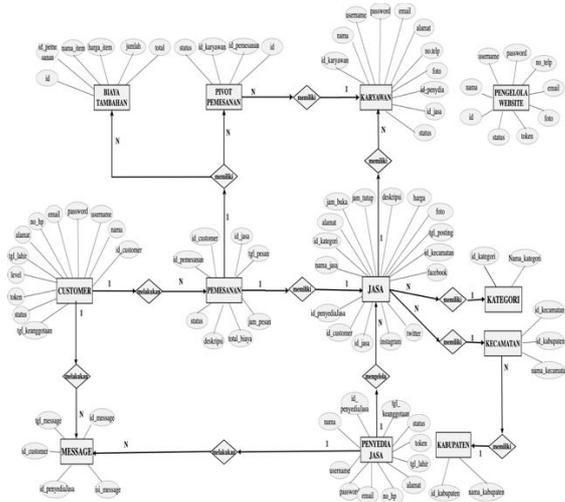
4.3.1 Perancangan Logik

Dalam membangun sebuah aplikasi langkah pertama adalah dengan membuat sebuah perancangan sistem untuk mendesain sistem yang akan dihasilkan. Perancangan sistem yang akan dibangun meliputi perancangan *database*, form tampilan, Diagram Aliran Data (DAD) dan *Entity Relationship Diagram* (ERD). Sistem yang dirancang berupa Aplikasi *Jasa*.

a. *Entity Relationship Diagram* (ERD)

Aplikasi yang dibuat akan menerima input yang terdiri dari data informasi data jasanya, output

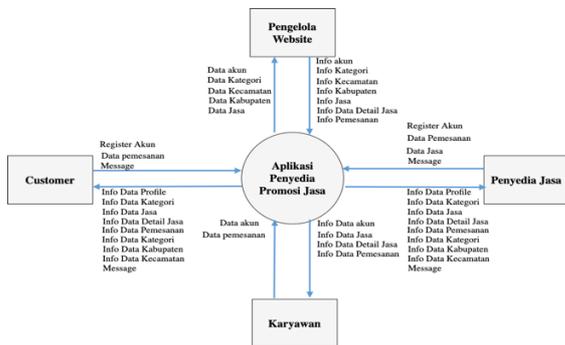
yang dihasilkan berupa data informasi penyedia jasa dan data ketersediaan mengenai jasa.



Gambar 4.3 ERD (Entity Relationship Diagram)

b. Diagram Konteks

Diagram konteks ditunjukkan pada gambar 4.3 yaitu gambaran sistem secara garis besar. Proses dimana adanya interaksi antara pengelola *website*, *customer*. Dalam diagram konteks ini memperlihatkan bahwa pengelola *website* dapat melakukan semua proses yang ada pada aplikasi yaitu data user, data kategori, data kecamatan, data kabupaten dan data jas. *Customer* dapat melakukan pendaftaran dan mencari jasa. *Jasa* dapat melakukan pendaftaran dan mendafta jasa.

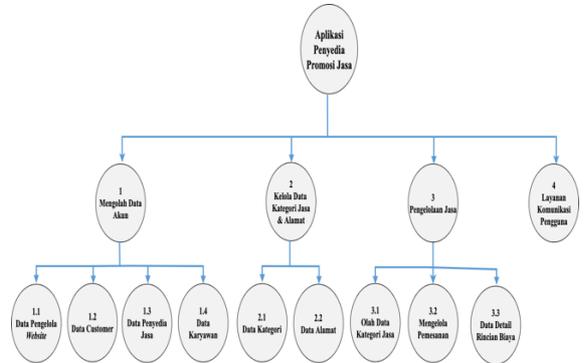


Gambar 4. 4 Diagram Konteks

c. Diagram Jenjang

Diagram jenjang menggambarkan struktur dari sistem berupa suatu bagan berjenjang yang menggambarkan semua proses yang ada pada sistem

dan digunakan untuk mempersiapkan penggambaran diagram arus dan kelevel-level bawah. Rancangan diagram jenjang aplikasi penyedia promosi jasa ditunjukkan pada gambar 4.4.



Gambar 4. 5 Diagram Jenjang

5. IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

5.1 Implementasi

Pada implementasi dari perancangan aplikasi menjelaskan tentang cara kerja dan sistem informasi pemesanan. Dalam sistem ini terdapat empat hak akses dan terdapat proses utama sebelum menggunakan sistem, yaitu :

- Proses *login* pada pengelola *website*.
- Proses *login* pada *customer*.
- Proses *login* pada penyedia jasa.
- Proses *login* pada karyawan.

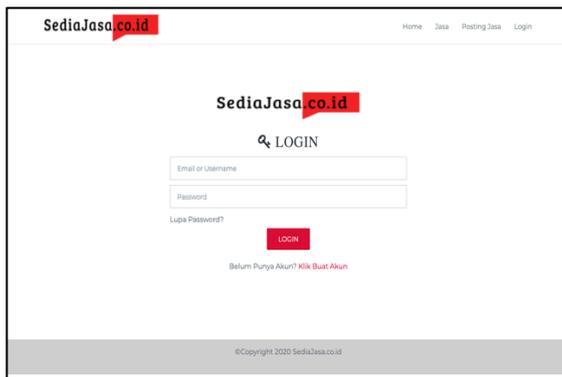
Proses *login* yang dilakukan oleh pengelola *website* digunakan untuk menginputkan data kategori, kabupaten, kecamatan yang ada pada pada sistem, serta mengelola data *website*.

Kemudian proses login atau daftar yang dilakukan penyedia jasa dan *customer*, bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam mencari kebutuhan jasa yang dipesan, karena dengan mendaftarkan akun pengguna ke sistem, pengguna tidak perlu lagi untuk mencari jasa dengan menghabiskan waktu lebih karena semua sudah tersedia di aplikasi.

5.1.1 Implementasi Web

a. Halaman Login *User*

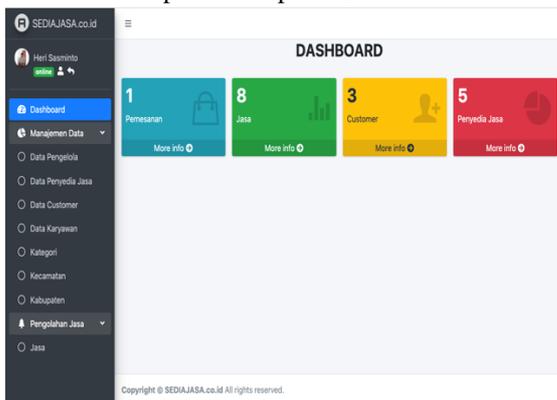
Halaman *login* merupakan halaman pertama yang akan ditampilkan jika pengguna ingin mengakses sistem. Pada halaman ini terdapat beberapa pengguna yang bisa masuk ke sistem yang mempunyai hak akses yaitu *customer*, penyedia jasa, karyawan dan pengelola *website*. Untuk tampilan halaman ini terdapat *text field* untuk mengisi *username* dan *password* pengguna. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 5.1.



Gambar 5.1 Halaman Login

b. Tampilan Halaman Utama Pengelola Website

Halaman ini merupakan halaman pertama yang akan ditampilkan setelah pengelola *website* memiliki akses kedalam sistem. Halaman ini berisi beberapa panel yang memberikan info mengenai pemesanan, jumlah data jasa, jumlah *customer*, jumlah data penyedia jasa dan sebagainya. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 5.2.

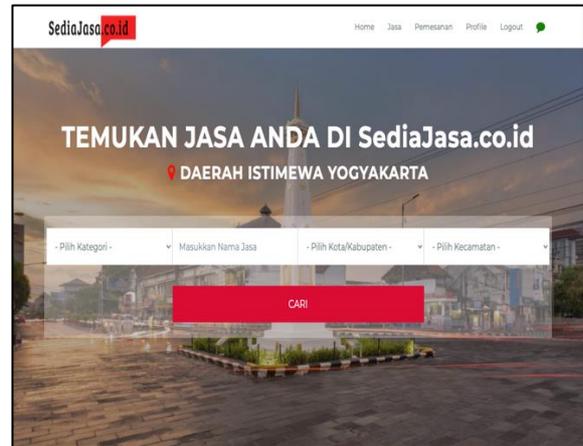


Gambar 5.2 Halaman Utama Pengelola Website

c. Tampilan Halaman Utama Pengguna

Halaman utama pengguna adalah halaman untuk mencari seluruh data jasa yang terdapat di dalam sistem sesuai keinginan dan kebutuhan pengguna mulai dari kategori, nama jasa, lokasi

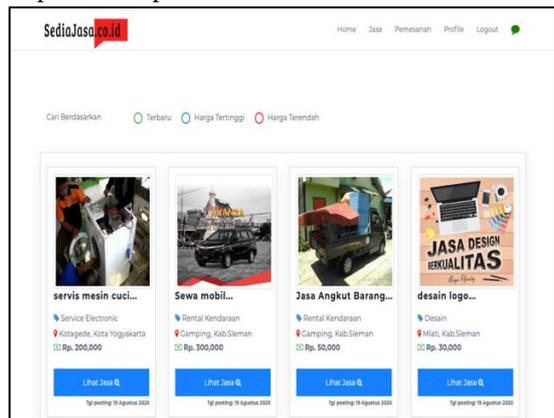
kecamatan kabupaten setelah itu muncul jasa yang telah dicari sesuai kebutuhan dan *budget*. Halaman utama jasa ini hanya *customer* dan pengunjung biasa yang bisa menjalankan sistem. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 5.3.



Gambar 5.3 Halaman Utama Pengguna

d. Tampilan Halaman Data Jasa

Halaman jasa adalah halaman untuk menampilkan seluruh data jasa yang terdapat di dalam sistem sesuai keinginan dan kebutuhan pengguna mulai dari kategori, nama jasa, lokasi kecamatan kabupaten setelah itu muncul jasa yang telah dicari sesuai kebutuhan dan *budget*. Halaman jasa ini terdapat pilihan antara jasa terbaru, harga tertinggi, harga termurah. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 5.4.

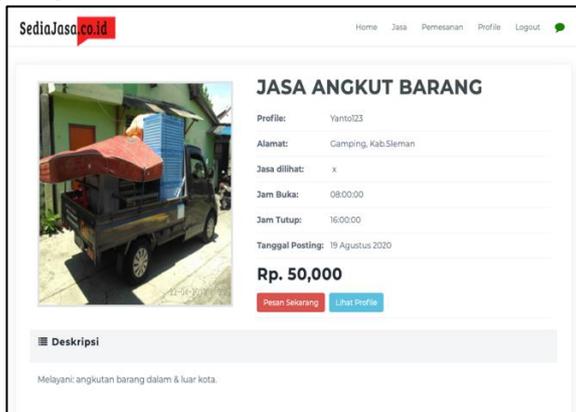


Gambar 5.4 Halaman Data Jasa

e. Halaman Tampil Detail Jasa

Halaman ini merupakan tampilan halaman paket untuk *users*. Di halaman ini terdapat tiga pilihan paket wisata outbond di desa garongan yogyakarta, yang terdiri dari paket kegiatan bumi perkemahan, paket kegiatan makrab, dan paket kegiatan outbond di

desa wisata garongan tepatnya di desa turi garongan sleman yogyakarta. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 5.5.



Gambar 5.5 Halaman Paket Wisata

f. Halaman Pemesanan Jasa

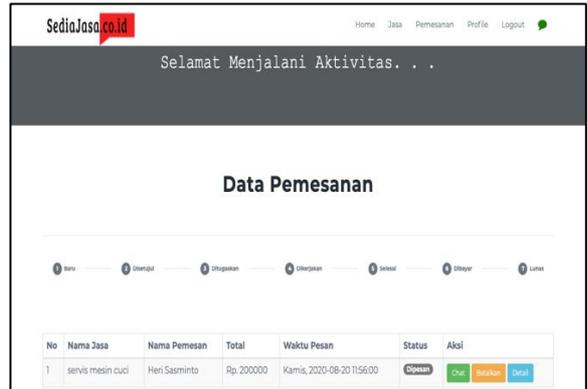
Tampilan halaman pesan jasa adalah halaman untuk pesan jasa yang ingin dipesan sesuai yang keinginan, kebutuhan dan *budget* antara customer dan penyedia jasa. Halaman ini terdapat kolom jumlah, tanggal pesan dan catatan untuk penyedia jasa mengenai jasa yang ingin dipesan. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 5.18.



Gambar 5.6 Halaman Pemesanan Jasa

g. Halaman Data Pemesanan Jasa

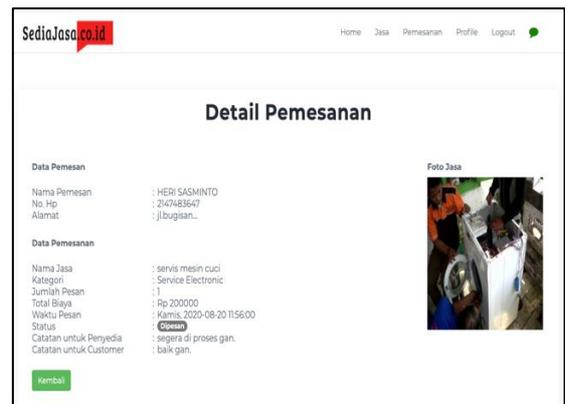
Tampilan halaman data pemesanan jasa adalah halaman yang menampilkan data-data yang telah dipesan. Halaman ini terdapat beberapa proses yaitu data jasa yang baru dipesan, disetujui, ditugaskan, dikerjakan, selesai, dibayar dan lunas. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 5.7.



Gambar 5.7 Halaman Data Pemesanan Jasa

h. Halaman Detail Data Pemesanan

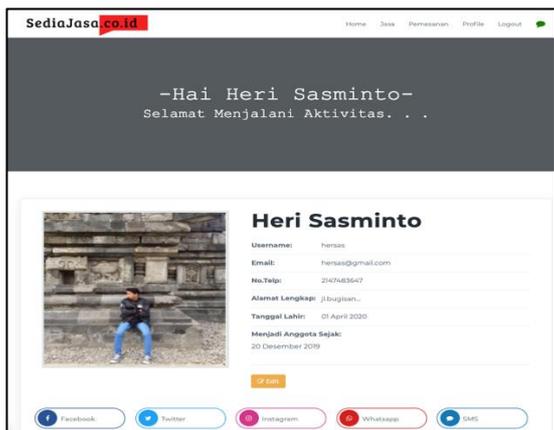
Tampilan halaman detail pemesanan jasa adalah halaman yang menampilkan data-data yang telah dipesan oleh *customer* secara detail. Halaman ini terdapat data yang telah dipesan secara detail bahkan sampai dari status pemesanan. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 5.8.



Gambar 5.8 Halaman Detail Pemesanan Jasa

i. Halaman Data Profile User

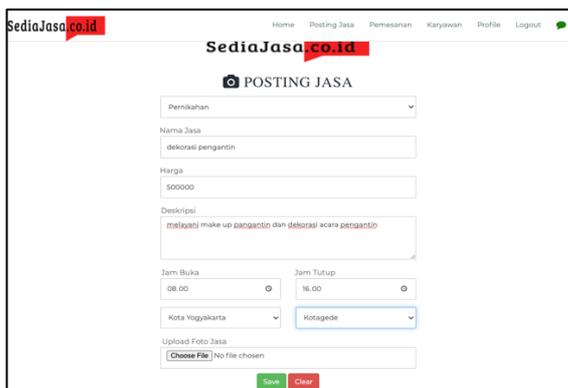
Tampilan halaman *profile user* adalah halaman yang menampilkan data *profile user* dari *customer*, penyedia jasa, karyawan. Halaman ini terdapat isi data *profile user* secara lengkap sampai *username*, email, no.telp, alamat lengkap, tanggal lahir, tanggal daftar, sosial media dan terdapat tombol edit *profile*. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 5.9.



Gambar 5.9 Halaman Data Profile User

j. Halaman Posting Jasa

Tampilan halaman posting jasa adalah halaman untuk mempostingkan jasa yang ingin diiklankan oleh penyedia jasa. Halaman ini hanya pengguna penyedia jasa saja yang dapat melakukan posting jasa dan halaman ini terdapat isi kolom-kolom yang harus diisi oleh penyedia jasa sesuai deskripsi jasa yang ingin dipromosikan. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 5.23.

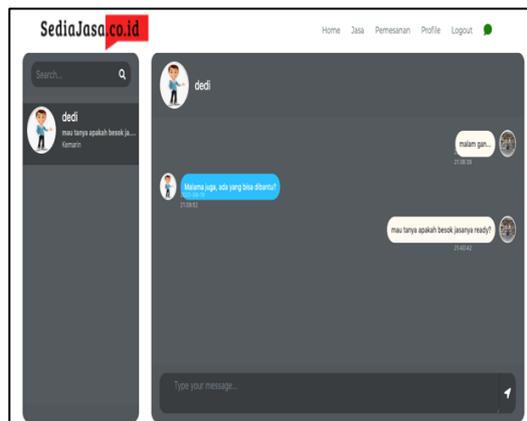


Gambar 5.10 Halaman Posting Jasa

k. Halaman Message/Chat

Tampilan halaman *message/chat* adalah halaman fitur yang digunakan sebagai sarana berkomunikasi antara *customer* dan penyedia jasa untuk menanyakan mengenai seputar jasa. Halaman ini terdapat isi percakapan pesan *chatting* antara *customer* dan penyedia jasa yang dilengkapi kolom *text* sebagai tempat menuliskan percakapan, waktu pesan, pencarian, dan dilengkapi tombol kirim

pesan. Tampilan halaman ini dapat dilihat pada Gambar 5.11.



Gambar 5.11 Halaman Message/Chat

6. PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang dilakukan penulis pada masyarakat Yogyakarta, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan:

- Aplikasi penyedia promosi jasa berbasis *website* ini dapat membantu mempermudah masyarakat dalam memilih jasa yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan budget.
- Dengan adanya sistem *booking online* akan lebih mempermudah pengguna untuk mendapat jasa atau layanan secara langsung.
- Dari hasil pengisian kuesioner ini didapatkan kesimpulan bahwa sistem yang telah dibuat berjalan dengan baik dan telah sesuai yang diharapkan, fungsionalitas sistem juga dapat berjalan dengan benar. hasil rata-rata yang menjawab kuesioner terdapat 41% menjawab "Sangat Baik", 44% menjawab "Baik", 14% menjawab "Cukup", 1% menjawab "Kurang" dan 0% menjawab "Sangat Kurang" dengan 7 pertanyaan yang berisi pertanyaan usability sistem dan pertanyaan fungsionalitas sistem.

1.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan setelah melakukan penelitian ini dan melakukan percobaan terhadap system yang telah dibuat yaitu:

- a. Sistem informasi yang semakin berkembang disarankan untuk kedepannya perlu dikembangkan dalam versi mobile.
- b. Pihak penyedia jasa memberikan pelatihan sistem kepada karyawannya untuk mengetahui bagaimana cara menggunakan sistem tersebut sehingga sistem dapat digunakan secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdulloh, R. (2016), *Easy & Simple Web Programming*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [2] Abdurahman, H. and Riswaya, A.R. (2014), *Aplikasi Pinjaman Pembayaran Secara Kredit Pada Bank Yudha Bhakti, Computech & Bisnis*, 8(2), 61–69.
- [3] Babin, Zikmund. 2011. *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Edisi Kesepuluh. Penerbit Salemba empat. Jakarta.
- [4] Binarso, Y.A., Sarwoko, E.A. dan Bahtiar, N. (2012), *Pembangunan Sistem Informasi Alumni Berbasis Web Pada Program Studi Teknik Informatika Universitas Diponegoro, Journal of Informatics and Technology*, 1(1), 72–84.
- [5] Dhika H and Fitriansyah A, (2016), *Perancangan Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang Berbasis Web, Journal Simetris*, (1), 51-58.
- [5] Enterprise, J. (2018), *HTML, PHP dan MySQL untuk Pemula*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [6] Febriyanti Darnis, A. (2018), *Website Cv Cahaya Motor Sebagai, Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018*, (2015), 8–9.
- [7] Hedynata, M.L. and Radianto, W.E.D. (2016), *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack, Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(April).
- [8] Hikmah, A. baitul, Supriadi, D. and Alawiyah, T. (2015), *Cara Cepat Membangun Website Dari Nol*, Yogyakarta: Andi Offset.
- [9] Hutahaeen, J. (2014), *Konsep Sistem Informasi*, Yogyakarta: Deepublish.
- [10] Idri (2015), *Ekonomi dalam Perspektif*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- [11] Kotler, Philip. 2003. *Managemen Pemasaran Analisis,Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi 5. Jilid 2. Jakarta. Prehalindo.
- [12] Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing: global edition* (14th ed.). New Jersey, US: Pearson Education, Inc.
- [13] Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). New Jersey, US: Pearson Education, Inc.
- [14] Abdulloh, R. (2016), *Easy & Simple Web Programming*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [15] Abdurahman, H. and Riswaya, A.R. (2014), *Aplikasi Pinjaman Pembayaran Secara Kredit Pada Bank Yudha Bhakti, Computech & Bisnis*, 8(2), 61–69.
- [16] Babin, Zikmund. 2011. *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Edisi Kesepuluh. Penerbit Salemba empat. Jakarta.
- [17] Binarso, Y.A., Sarwoko, E.A. dan Bahtiar, N. (2012), *Pembangunan Sistem Informasi Alumni Berbasis Web Pada Program Studi Teknik Informatika Universitas Diponegoro, Journal of Informatics and Technology*, 1(1), 72–84.
- [18] Dhika H and Fitriansyah A, (2016), *Perancangan Sistem Informasi Jasa Pengiriman Barang Berbasis Web, Journal Simetris*, (1), 51-58.
- [19] Enterprise, J. (2018), *HTML, PHP dan MySQL untuk Pemula*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [20] Febriyanti Darnis, A. (2018), *Website Cv Cahaya Motor Sebagai, Konferensi Nasional Sistem Informasi 2018*, (2015), 8–9.
- [21] Hedynata, M.L. and Radianto, W.E.D. (2016), *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack, Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(April).
- [22] Hikmah, A. baitul, Supriadi, D. and Alawiyah, T. (2015), *Cara Cepat Membangun Website Dari Nol*, Yogyakarta: Andi Offset.
- [23] Hutahaeen, J. (2014), *Konsep Sistem Informasi*, Yogyakarta: Deepublish.
- [24] Idri (2015), *Ekonomi dalam Perspektif*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- [25] Kotler, Philip. 2003. *Managemen Pemasaran Analisis,Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi 5. Jilid 2. Jakarta. Prehalindo.
- [26] Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing: global edition* (14th ed.). New Jersey, US: Pearson Education, Inc.
- [27] Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). New Jersey, US: Pearson Education, Inc.

- [28] Kottler,P, & K.L, 2009. Manajemen Pemasaran . Edisike 13.Jilid-1. Erlangga, Jakarta
- [29] Mulyani, S. (2016), *Metode Analisis dan Sistem*, Bandung: Abdi Sistematika.
- [30] Nugraha, R., Harsono, A. and Adi, H. (2014), *Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “ X ” Berdasarkan Hasil Matrix (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD . Sumber Motor Karawang)*, , 01(03), 221–231.
- [31] Prahasta, E. (2016), *Konsep-konsep Dasar Sistem Informasi Geografis*, Bandung: Informatika.
- [32] Santoso, H. (2015), *Meningkatkan Kualitas Layanan Industri Jasa Melalui Pendekatan Integrasi Metoda Servqual-Six Sigma Atau Servqual-Qfd*, *Jurnal Jati Undip*, 1(1), 85–106.
- [33] Sianturi, F.A. (2013), *Perancangan Aplikasi Pengamanan Data Dengan Kriptografi Advanced Encyption Standard (AES)*, *Informatika*, IV(1), 42–46.
- [34] Suhartanto, M. (2012), *Pembuatan Website Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Delanggu Dengan Menggunakan Php Dan MySQL*, *Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 4(1), 1–8.
- [35] Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- [36] Wijaya, M.H.P. (2013), *Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado*, *Jurnal Emba*, 1(4), 105–114.
- [37] Waljiyanto (2003), *Sistem Basis Data: Analisis dan Pemodelan Data*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [38] Winarno, E., Zaki, A. dan Community, S. (2015), *GRAFIK dan Animasi Web Dengan HTML5*, Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo.
- [39] Yatini, I. (2014), *Aplikasi pengolahan citra berbasis web menggunakan javascript dan jquery*, *Jurnal Teknik*, 3(1), 1–8.
- [40] Yamit, Zulian, (2004), *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Pt. Ekonomia, Yogyakarta.
- [41] Yuhefizar, Moduto dan Hidayat, R. (2009), *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla(CMS)*, Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo.
- [42] Yurindra (2017), *Software Engineering*, Yogyakarta: Deepublish.