

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia semakin pesat dan ramai. Hal ini ditandai dengan banyaknya *outlet-outlet* makanan baru yang menyediakan menu-menu unik dan berbeda. Pengusaha kuliner pun juga dituntut untuk bisa lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk kuliner yang dimilikinya karena persaingan yang semakin ketat. Animo masyarakat akan perkembangan dunia kuliner juga turut mempengaruhi apresiasi terhadap munculnya inovasi masakan-masakan baru.

Akan tetapi dibalik tingginya animo masyarakat, masih saja ada yang mengalami kesulitan dalam mencari kuliner yang diinginkan. Bahkan sering terjadi ketidaksesuaian antara informasi yang mereka dapatkan dengan kenyataan di lapangan. Hal terjadi karena pengusaha kuliner tidak memasarkan produk andalannya dengan baik. Cara yang masih digunakan oleh makanan untuk pemasaran dinilai kurang efektif karena masih menggunakan pamflet ataupun brosur. Penggunaan pamflet dan brosur merugikan pengusaha makanan karena biaya pembuatannya yang mahal dan penyebarannya yang tidak dapat menjangkau segmen konsumen. Sehingga produk makanannya kurang dikenal dan berdampak pada kerugian hingga penutupan *outlet-outlet* makanan tersebut.

Untuk saat ini pengusaha makanan dimudahkan dengan canggihnya teknologi internet. Pengusaha makanan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi yang telah ada seperti media sosial *Instagram* yang menjadi salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan bisnis di dalam pemasarannya. Akan tetapi, meskipun terdapat beberapa produsen yang sudah mulai memanfaatkan media sosial sebagai media pemasarannya, namun penggunaannya kurang maksimal karena tidak menyediakan informasi yang jelas dan lengkap. Seperti hanya menyediakan informasi lokasi dan saja tanpa mengikutsertakan harga. Selain itu, dengan media sosial yang sifatnya umum, pihak konsumen pun kesulitan untuk mencari referensi *restaurant* ataupun menu-menu yang diinginkan

karena akun-akun yang menjadi media pengiklanan makanan tersebut tidak mengelompokkan menu-menu makanan yang berdasarkan brand atau mereknya.

Penelitian dan pembangunan sebuah sistem periklanan online telah banyak dilakukan sebelumnya seperti Rizky Rahmatullah yang membangun Media Informasi dan Periklanan Pasar Tradisional Berbasis WEB Study Kasus Pasar Tradisional Kabupaten Bandung (2016) dan Adi Dwi Setiawan pada Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Berbasis Web Sebagai Media Promosi Dan Informasi Pada Budi Watch Collections (2010).

Dari berbagai penelitian tersebut maka solusi untuk mengatasi masalah yang disebutkan diatas, dibangunlah sebuah sistem informasi yang menyediakan media untuk pengiklanan khusus makanan berbasis *website* sebagai salah satu fasilitas yang bisa kita gunakan di jaringan internet dimana penggunaannya bisa dilihat atau dibaca oleh siapapun dan kapanpun dan dari tempat manapun. Sebuah sistem yang dapat membantu masyarakat untuk mencari referensi makanan dengan mudah dan membantu pengusaha makanan untuk memasarkan produk-produknya sehingga bisa dengan mudah dijangkau oleh masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah di sebutkan pada subbab sebelumnya, maka rumusan permasalahannya yaitu :

- a. Bagaimana membuat sebuah media pengiklanan makanan berbasis *website* yang dapat memudahkan pengguna mencari referensi makanan yang diinginkan ?
- b. Bagaimana membuat sebuah media pengiklanan berbasis *website* makanan yang bisa digunakan oleh beberapa produsen makanan yang menyediakan informasi dengan jelas dan lengkap ?

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam pengembangan sistem informasi ini adalah :

- a. Sistem informasi ini untuk usaha di bidang makanan
- b. Sistem informasi ini dilengkapi dengan fitur peta lokasi
- c. Terdapat informasi tentang harga makanan, brand/merek dari makanan, alamat dan juga informasi diskon

### **1.4 Tujuan**

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah membangun Sistem Informasi Pengiklanan Makanan Berbasis Website yang menyediakan media untuk pengiklanan yang dilengkapi dengan fitur untuk mengetahui tempat makan yang dicari berdasarkan filter yang digunakan dengan informasi yang lengkap dan jelas dan bisa digunakan oleh beberapa pengusaha makanan.

### **1.5 Manfaat**

Adapun manfaat yang diharapkan yaitu :

- a. Memudahkan masyarakat dalam mencari dan menentukan makanan dan lokasi tempat makan yang akan dituju
- b. Memudahkan pengusaha makanan untuk mengiklankan produknya

## **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Sistem Informasi**

Pengertian sistem menurut Benner (2010) bahwa sistem merupakan suatu kumpulan yang kompleks dan juga saling berinteraksi satu sama lainnya apabila kumpulan tersebut digabungkan menjadi satu kesatuan yang utuh. Sistem ini menggambarkan suatu kejadian – kejadian dan kesatuan yang nyata adalah suatu objek nyata, seperti tempat, benda, dan orang – orang yang betul – betul ada dan terjadi. Dan informasi menurut Laudon (2010) adalah sebuah data yang telah dibuat dan juga diolah dengan metode tertentu ke dalam bentuk yang nantinya akan memiliki arti tertentu bagi manusia sebagai penggunaanya. Jadi Laudon (2010) mengatakan bahwa yang dimaksud dengan sistem informasi adalah suatu komponen yang saling bekerja satu sama lain untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan dan juga menyebarkan informasi untuk mendukung kegiatan suatu organisasi, seperti pengambilan keputusan, koordinasi, pengendalian, analisis masalah, dan juga visualisasi dari organisasi.

Sistem informasi terdiri dari komponen – komponen yang disebut dengan istilah blok bangunan (*building block*) yaitu :

a. Blok masukan (*input block*)

Masukan mewakili data yang masuk ke dalam sistem informasi. Masukan disini termasuk metode – metode dan media yang digunakan untuk menangkap data yang akan dimasukkan, yang dapat berupa dokumen dasar.

b. Blok model (*model block*)

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

c. Blok keluaran (*output block*)

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

d. Blok teknologi (*technology block*)

Teknologi digunakan untuk menerima masukan, menjalankan model, menyimpan dan mengakses data, menghasilkan dan mengirimkan keluaran dan membantu pengendalian diri secara keseluruhan. Teknologi terdiri dari unsur utama:

- 1) Teknisi (*human ware* atau *brain ware*)
- 2) Perangkat lunak (*software*)
- 3) Perangkat keras (*hardware*)

e. Blok basisdata (*database block*)

Merupakan kumpulan dari data yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, tersimpan di perangkat keras komputer dan digunakan perangkat lunak untuk memanipulasinya.

f. Blok kendali (*control block*)

Banyak faktor yang dapat merusak sistem informasi, misalnya bencana alam, kegagalan sistem, kesalahan ketidakefisienan, sabotase dan sebagainya. Beberapa pengendalian perlu dirancang dan diterapkan untuk meyakinkan bahwa hal – hal yang dapat merusak sistem dapat dicegah atau bila terlanjur terjadi maka kesalahan dapat langsung diatasi.

## 2.2 Pengiklanan

### 2.2.1 Pengertian Periklanan

Menurut Basu Swastha (2011:205) iklan adalah salah satu komponen marketing mix yang umum dilakukan oleh perusahaan. Iklan adalah setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seseorang pembeli potensial dan mempromosikan penjual suatu produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat publik, memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak

sesuai dengan keinginan si pemasang iklan. Selain itu, semua iklan dibuat dengan tujuan yang sama yaitu untuk memberi informasi dan membujuk para konsumen untuk mencoba atau mengikuti apa yang ada di iklan tersebut, dapat berupa aktivitas mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan

### 2.2.2 Tujuan dan Sasaran Periklanan

Menurut Lee dan Johnson (2007:3) periklanan adalah komunikasi komersil dan non-personal tentang sebuah organisasi dan produk - produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, *direct mail* (pengeposan langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum. Iklan informatif bertujuan menciptakan kesadaran merek dan pengetahuan tentang produk atau fitur baru produk yang ada. Iklan persuasif bertujuan menciptakan kesukaan, preferensi, keyakinan, dan membeli produk atau jasa.

Adapun fungsi dan tujuan utama dari periklanan yaitu :

- a. *Informing* (menginformasikan)  
melalui iklan konsumen memperoleh informasi mengenai keberadaan produk atau jasa, memberikan informasi mengenai manfaat dari produk atau jasa tersebut dan memberikan informasi mengenai merek-merek tertentu.
- b. *Persuading* (membujuk)  
iklan yang efektif akan mampu membujuk konsumen untuk mencoba produk atau jasa yang diiklankan, terkadang persuasi dapat berbentuk mempengaruhi permintaan primer yaitu menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Selain itu iklan berupaya membangun permintaan sekunder yaitu permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.
- c. *Reminding* (mengingat)  
iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk yang diiklankan, maka pengaruh dari iklan-iklan yang telah mereka saksikan sebelumnya memungkinkan para pengiklan merek-merek tersebut untuk hadir dibenak konsumen sebagai kandidat merek yang akan dibeli.

d. *Adding value* (menambah nilai)

ada tiga cara dasar agar perusahaan bisa memberikan nilai tambah bagi produk mereka, yaitu melakukan inovasi, meningkatkan kualitas ataupun mengubah persepsi konsumen. Iklan yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan lebih unggul dibandingkan dengan pesaing.

## 2.3 Karya Ilmiah Yang Mendahului

### 2.3.1 Media Informasi dan Periklanan Pasar Tradisional Berbasis WEB Study Kasus Pasar Tradisional Kabupaten Bandung (Rizky Rahmatullah, Universitas Telkom)

Sistem informasi semakin berkembang dan sangat memudahkan orang-orang dalam mencari informasi, hanya memasukan *keyword* di *search engine* maka informasi yang dibutuhkan akan tampil pada layar dan tempat yang banyak digunakan dalam mencari informasi *online* adalah *website*. Salah satu informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah informasi mengenai Pasar Tradisional baik harga jual bahan pokok maupun harga toko yang akan dijual atau disewakan.

Hasil dari perancangannya adalah masyarakat dapat mengetahui informasi dan periklanan mengenai pasar tradisional seperti harga bahan pokok setiap harinya. Harga jual beli/sewa kios atau barang dan bahan di pasar tradisional. Kemudian iklan yang ditampilkan dapat ditempatkan sesuai kategori yang sudah di sediakan seperti buah-buahan atau sayur-sayuran. Dan masyarakat dapat mengikuti perkembangan zaman dimana teknologi informasi semakin berkembang.

### 2.3.2 Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Berbasis Web Sebagai Media Promosi Dan Informasi Pada Budi Watch Collections (Adi Dwi Setiawan, Amikom Yogyakarta)

Budi Watch Collections merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan dan servis jam. Produk yang ditawarkan bervariasi diantaranya jam dengan beberapa merek, seperti jam rolex, seiko, casio, romanson, dan lain sebagainya. Dari segi harganya pun relatif lebih murah dari perusahaan sejenisnya.

Belum adanya promosi yang dilakukan oleh Budi Watch Collections, baik dalam promosi periklanan televisi, radio, atau website membuat perusahaan ini kurang begitu dikenal dan dikunjungi oleh banyak user. Hal ini tentu akan mengakibatkan dampak yang tidak baik bagi perusahaan. Oleh karena itu, hal tersebut perlu di atasi dengan melakukan promosi dan penyediaan informasi dengan menggunakan media informasi berbasis website.

## 2.4 The State of The Art

*State of The Art* dimaksudkan untuk menganalisis penelitian sebelumnya yang pernah ada, yang sejalan dan mempunyai konsep yang hampir sama dengan penelitian saat ini. Kemudian melihat sejauh mana perbedaan masing - masing penelitian, sehingga masing - masing penelitian mempunyai tema yang original.

Berdasarkan karya tulis diatas yang membedakan dengan “Sistem Informasi Pengiklanan Makanan Berbasis Website” dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut ini.



Tabel 2.1 Tabel *State Of The Art*

No	Materi	Rizky Rahmatullah	Adi Dwi Setiawan	Nurinda Febriani
1	Topik	Media Informasi dan Periklanan Pasar Tradisional Berbasis WEB Study Kasus Pasar Tradisional Kabupaten Bandung	Analisis dan perancangan sistem informasi berbasis web sebagai media promosi dan informasi pada budi watch collections	Sistem Informasi Pengiklanan Makanan Berbasis Website
2	Objek	Pemasaran/ pengiklanan pasar tradisional daerah bandung	Pemasaran/ pengiklanan produk jam dari budi watch collection	Pemasaran/ pengiklanan produk untuk semua produsen makanan yang terdaftar.
3	Metode	Waterfall	Waterfall	<i>Prototype</i>
4	Fasilitas	Informasi harga barang, informasi berdasarkan kategori	Informasi harga barang, profil toko, informasi berdasarkan kategori	Informasi harga, lokasi, diskon, informasi berdasarkan kategori

Pada Tabel 2.1 diatas merupakan data perbandingan yang menjadi acuan untuk membangun sistem informasi pengiklanan makanan ini sehingga sistem ini memiliki keunggulan dan pembeda dari sistem informasi lainnya. Metode yang dipilih berbeda karena metode waterfall memiliki kelemahan pada saat proses perbaikan maupun perubahan sebuah sistem. Berbeda dengan prototype yang memiliki keluwesan ketika sebuah sistem membutuhkan perbaikan maupun perubahan.

## **BAB 3. METODE KEGIATAN**

### **3.1 Waktu dan Tempat**

Karya ilmiah tentang Sistem Informasi Pengiklanan Makanan Berbasis Website ini dilaksanakan selama enam bulan mulai bulan Agustus 2016 sampai dengan Januari 2017 di Politeknik Negeri Jember dan pelaksanaan tempat survei dilakukan di Restoran dan Perusahaan yang bergerak di bidang makanan.

### **3.2 Alat dan Bahan**

#### **3.2.1 Alat**

##### **a. Perangkat keras**

Perangkat keras yang digunakan dalam pembuatan program ini adalah satu unit komputer dengan spesifikasi sebagai berikut :

- 1) *Processor Amd A-8 4500M 1.90 Hz*
- 2) *RAM 4 GB*
- 3) *Hard Disk 500 GB*

##### **b. Perangkat lunak**

Perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan program ini adalah sebagai berikut :

- 1) *Sistem operasi Windows 7 Ultimate 64 bit.*
- 2) *Microsoft Word 2010* sebagai aplikasi pengolah kata.
- 3) *Power Designer 16.1* sebagai aplikasi pembuat rancangan sistem.
- 4) *XAMPP 5.6.21* sebagai program aplikasi pengembang yang berguna untuk pengembangan website berbasis *PHP* dan *MySQL*.
- 5) *Sublime Text* sebagai program aplikasi pengembang yang berguna untuk pengembangan aplikasi.

### 3.2.2 Bahan

Untuk pengambilan bahan dalam penyusunan tugas akhir diperlukan sebuah teknik pengumpulan bahan. Dalam tugas akhir ini melakukan pengambilan bahan yaitu:

a. Observasi

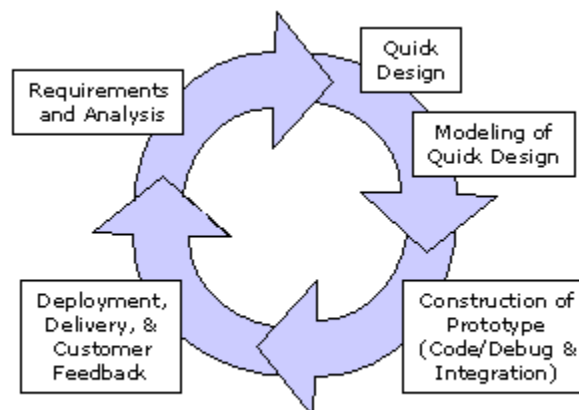
Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung. Pada kasus ini observasi dilakukan pada sosial media Instagram yang terdapat akun-akun khusus makanan seperti banyuwangikuliner dan kulinerjember.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan pada penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk membantu dalam analisis kebutuhan dari literatur lain seperti buku, karya tulis ilmiah serta situs teknologi informasi yang nantinya akan berguna dalam pembuatan rancangan yang efektif dalam penyusunan tugas akhir ini.

### 3.3 Metodologi

Dalam penyusunan sebuah perangkat lunak diperlukan sebuah metodologi untuk memudahkan dalam pengembangan. Pada pengembangan Sistem Informasi Pengiklanan dan Pemesanan Makanan ini menggunakan metodologi *Prototype* sebagai berikut:



Gambar 3.1 Model *Prototyping* menurut Pressman

Berdasarkan ilustrasi pada gambar 3.1 diatas metode *prototyping* yang digunakan bisa diuraikan sebagai berikut :

- a. Pengumpulan kebutuhan : *developer* dan klien bertemu dan menentukan tujuan umum, kebutuhan yang diketahui dan gambaran bagian - bagian yang akan dibutuhkan berikutnya,
- b. *Quick design* dan *modelling of quick design* : perancangan dilakukan cepat dan rancangan mewakili semua aspek *software* yang diketahui dan rancangan ini menjadi dasar pembuatan *Prototype*,
- c. *Construction of Prototype* : pembuatan prototype sesuai dengan desain yang sudah ada. Dalam tahap ini *prototyping* yang sudah disepakati diterjemahkan ke dalam bahasa pemrograman yang sesuai,
- d. Pengujian dan Evaluasi Sistem : Setelah sistem sudah menjadi suatu perangkat lunak yang siap pakai, harus dites dahulu sebelum digunakan. Pelanggan mengevaluasi apakah sistem yang sudah jadi sudah sesuai dengan yang diharapkan.

### 3.4 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan Kegiatan pada penyusunan tugas akhir ini dilakukan dengan mengikuti metode kegiatan diatas yaitu :

- a. Tahap pertama, dilakukan pengumpulan data-data yang harus dipenuhi dengan melihat beberapa literatur seperti buku ataupun karya tulis ilmiah. Kemudian data yang diperoleh tersebut divalidasi melalui survei di Sosial Media *Instagram*. Data awal tersebut dikumpulkan dalam bentuk dokumen untuk menyusun desain perangkat lunak pada tahap berikutnya.
- b. Tahap kedua, dilakukan perancangan model sistem berbasis mobile ini diawali dengan menyusun desain dalam bentuk *use case diagram*, *activity diagram* dan *class diagram*.
- c. Tahap ketiga, desain program mulai ditulis dalam bentuk kode program dengan *database MySQL*. Kode program ditulis dengan menggunakan aplikasi android studio sedangkan *MySQL* digunakan untuk menyimpan data.

- d. Tahap keempat, di integrasikan ke dalam unit - unit program yang sudah dibangun dan dilakukan *testing* secara keseluruhan. *Testing* ini akan dilakukan oleh beberapa pengguna terutama pihak penjual ( pemilik usaha makanan ) dan masyarakat. Tujuannya adalah apakah program sudah sesuai dengan apa yang di inginkan dan sesuai dengan aturan atau rule yang dihasilkan dari tahapan pengumpulan kebutuhan. Tahap ini juga merupakan tahapan penentu apakah program yang dibuat sudah selesai atau belum. Jika tahap ini gagal maka dilakukan proses perbaikan ditahap mana yang terjadi kegagalan sampai tidak ada bug atau kesalahan yang terjadi pada program yang dikembangkan. Tahap ini akan terus dilakukan sampai program benar-benar sesuai dengan apa yang di inginkan. Selanjutnya, program yang sudah dibangun dioperasikan pada lingkungan sesungguhnya, pada tahap akhir ini juga dilakukan penyesuaian dan update database atau perubahan data sesuai hasil penelitian terbaru.