

**PERANCANGAN SISTEM WEB UNTUK MENENTUKAN
STRATEGI PEMASARAN PRODUK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Komputer**

Program Studi Teknik Informatika



OLEH

NAMA : DESI RACHMAWATI

NIM : 011401503125097

**FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2018**

**DESIGN OF WEB SYSTEM FOR DETERMINING
PRODUCT MARKETING STRATEGY**

SKRIPSI

Proposed As One Of The Requirements for Getting a Degree

Bachelor of Computer Science

Informatics Engineering Study Program



NAME : DESI RACHMAWATI

NIM : 011401503125097

**FACULTY OF ENGINEERING
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2018**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Desi Rachmawati

NIM : 011401503125097

Fakultas : Teknik

Program Studi : Teknik Informatika

Judul Skripsi : Perancangan Sistem Web Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Produk.

Menyatakan bahwa Skripsi/Tugas Akhir ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi Skripsi/Tugas Akhir menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan Skripsi/Tugas Akhir ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Bekasi, 13 Agustus 2018



(Desi Rachmawati)

011401503125097

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Desi Rachmawati
NIM : 011401503125097
Jurusan : Teknik Informatika
Konsentrasi : Rekayasa Perangkat Lunak
Judul Skripsi : Perancangan Sistem Web Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Produk.

Designing a Web System to Determine a Product Marketing Strategy.

Tanggal Ujian : 13 Agustus 2018

Bekasi, 13 Agustus 2018

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Abdul Kholiq, S.Kom., M.Kom)

(Hernalom Sitorus, S.T., M.Kom)

Dekan

Ketua Program Studi


(Ir. Nurhayati, M.Si)


(Zulkifli, S.Kom., M.Kom)

...

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PERANCANGAN SISTEM WEB UNTUK MENENTUKAN
STRATEGI PEMASARAN PRODUK**

OLEH :

NAMA : DESI RACHMAWATI

NIM : 011401503125097

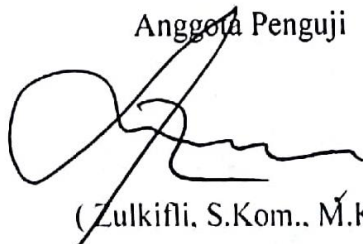
Telah dipertahankan didepan Penguji pada tanggal 13 Agustus 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat yang diterima.

Ketua Penguji / Pembimbing I

(Hernalom Sitorus, S.T., M.Kom)

Anggota Penguji



(Zulkifli, S.Kom., M.Kom)

Anggota Penguji



(Sukarno BN, S.Kom., M.Kom)

KATA PENGANTAR

Puji syukur allhamdullillah, penulis panjatkan kehadiran Allah, SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian ini dengan baik dan benar. Dimana penelitian ini penulis sajikan dalam bentuk laporan yang sederhana. Adapun judul penulisan laporan Skripsi yang penulis ambil adalah sebagai berikut: “Perancangan Sistem Web Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Produk.”

Selesainya skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah banyak memberikan pengajaran dan masukan-masukan selama penyusunan skripsi. Untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Merry L. Panjaitan, MBA selaku Rektor di Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Ibu Ir. Nurhayati, M.Si selaku Dekan di Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Bapak Zulkifli, S.Kom., M.Kom selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika di Universitas Satya Negara Indonesia
4. Bapak Hernalom Sitorus, S.T., M.Kom selaku Koordinator USNI Bekasi dan selaku dosen pembimbing I.
5. Bapak Abdul Kholiq, M.Kom selaku dosen pembimbing II
6. Staf / karyawan di lingkungan kampus USNI Bekasi
7. Bapak Cheko selaku pimpinan di CV. Mitra Jaya Bekasi
8. Staf / karyawan di lingkungan CV. Mitra Jaya Bekasi

9. Orang tua, keluarga dan orang terkasih yang senantiasa memberi semangat, doa dan dukungan tiada henti.
10. Rekan-rekan mahasiswa/i Teknik Informatika
11. Rekan-rekan alumni USNI Bekasi

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk di sebut satu persatu sehingga terwujudnya penulisan ini. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir atau skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulis di masa yang akan datang.

Akhir kata semoga laporan ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Bekasi, 13 Agustus 2018



(**Desi Rachmawati**)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi computer dizaman modern saat ini membantu masyarakat diseluruh dunia dalam menyelesaikan berbagai permasalahan. Pengelolaan system informasi pun harus terus dikembangkan agar tidak ketinggalan zaman. CV. Mitra Jaya Bekasi merupakan perusahaan penjualan kendaraan motor yang berkembang di Bekasi yang harus selalu mengembangkan sistem strategi pemasaran untuk dapat bersaing dengan dealer lain. Sistem strategi pemasaran pada perusahaan ini masih menggunakan sistem manual sehingga sering mengalami kesalahan pengolahan data yang berdampak kesalahan dalam strategi pemasaran. Matrik BCG adalah matrik dan internal-external (IE) matrik yang dibentuk secara khusus dalam rangka meningkatkan usaha-usaha perusahaan yang memiliki multidivisi dengan merumuskan strategi yang paling cocok. Perubahan sistem manual yang sedang berjalan saat ini dengan sistem sistem yang berbasis website, merupakan solusi yang tepat pada CV. Mitra Jaya Bekasi agar sistem lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci : Sistem strategi pemasaran, Matriks BCG, Website, Honda.



ABSTRACT

The development of modern computer technology today helps people around the world to solve various problems. Management of information systems must continue to be developed so as not to be behind the times. CV. Mitra Jaya Bekasi is a motor vehicle sales company that develops in Bekasi which must always develop a marketing strategy system to be able to compete with other dealers. System marketing strategy at this company still use manual system so often experience mistake of data processing that impact errors in marketing strategy. The BCG matrix is a matrix and internal-external (IE) matrix that is specially formed in order to improve the multidivising enterprise's efforts by formulating the most suitable strategy. Changes in the current manual system with system-based system website, is the right solution on the CV. Mitra Jaya Bekasi to make the system more effective and efficient.

Keywords: System marketing strategy, BCG Matrix, Website, Honda.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR SIMBOL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	2
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	2
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	2
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	2
1.5 Sistematika Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI	4
2.1 Pengertian Website	4
2.2 Pengertian XAMPP	6
2.3 Pengertian Database MySQL.....	6
2.4 Unified Modeling Language (UML)	7
2.5 Metode Analisis PIECES.....	15
2.6 Metode Pengolahan Data	17
2.7 Rancangan Sistem	18
2.8 Metode Pengembangan Sistem	22
2.9 Pengujian Sistem	24

2.10	Matriks <i>Boston Consulting Grup</i> (BCG).....	26
2.10.1	Pengertian BCG dan Matriks BCG.....	26
2.10.2	Tujuan Matriks BCG.....	27
2.10.3	Kegunaan Matriks BCG.....	27
2.10.4	Keunggulan dan Keterbatasan Matriks BCG.....	27
2.10.5	Metode Matriks BCG.....	28
2.10.6	Kerangka Konseptual Matriks BCG.....	30
2.11	Definisi Konsep Dan Definisi Operasional.....	31
2.11.1	Definisi Konsep.....	31
2.11.2	Definisi Operasional.....	31
2.11.3	Elaborasi Pengaplikasian Matriks BCG.....	35
BAB III	ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
3.1	Objek Penelitian.....	37
3.1.1	Sejarah CV. Mitra Jaya Bekasi.....	37
3.1.2	Analisa Organisasi.....	38
3.1.3	Visi dan Misi.....	38
3.1.4	Struktur Organisasi.....	39
3.2	Kerangka Berpikir.....	39
3.3	Metode Penelitian.....	40
3.4	Teknik Pengumplan Data.....	41
3.5	Analisis Sistem Berjalan.....	43
3.5.1	Analisis Strategi Pemasaran CV. Mitra Jaya Bekasi.....	43
3.5.2	Analisis Kelemahan Sistem.....	44
3.5.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	45
3.6	Usulan Pemecahan Masalah.....	47
3.6.1	Analisis Tingkat Pertumbuhan Pasar.....	47
3.6.2	Analisis Pangsa Pasar Relatif.....	50
3.6.3	Analisis Posisi Matriks BCG.....	54
3.7	Rancangan Sistem.....	55
3.7.1	Use Case Diagram.....	55
3.7.2	Pemodelan Data Base.....	60

3.8	Perancangan Antar Muka.....	64
BAB IV	IMPLEMENTASI DAN EVALUASI	69
4.1	Implementasi Sistem.....	69
4.2	Pengujian Sistem	76
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....		79
LAMPIRAN-LAMPIRAN		



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	13 Macam diagram UML	19
Gambar 2.2	Model Waterfall	23
Gambar 2.3	Black Box Testing.....	25
Gambar 2.4	Matriks BCG.....	30
Gambar 2.5	Kerangka Berpikir Metode BCG	30
Gambar 2.6	Rumus Pertumbuhan Pasar	31
Gambar 2.7	Rumus Pangsa Pasar Relatif	32
Gambar 3.1	Struktur Organisasi.....	39
Gambar 3.2	Kerangka Berpikir	40
Gambar 3.3	Menghitung Pertumbuhan pasar tahun 2017	50
Gambar 3.4	Pangsa Pasar Relatif 2016	51
Gambar 3.5	Pangsa Pasar Relatif 2017	51
Gambar 3.6	Posisi Matriks BCG.....	54
Gambar 3.7	Use Case Admin	56
Gambar 3.8	Activity Diagram Login	57
Gambar 3.9	<i>Activity Diagram Melihat Data</i>	58
Gambar 3.10	<i>Activity Diagram Analisa Strategi</i>	59
Gambar 3.11	<i>Class Diagram</i>	60
Gambar 3.13	<i>Layout Interface Halaman Utama</i>	64
Gambar 3.13	<i>Layout Interface Halaman Input Data</i>	65
Gambar 3.14	<i>Layout Interface Form Login</i>	66
Gambar 3.15	<i>Layout Interface Halaman Edit Data</i>	66
Gambar 3.16	<i>Layout Interface Halaman Metode Matriks BCG</i>	67
Gambar 3.17	<i>Layout Interface Data Penjualan</i>	67

Gambar 3.18	<i>Layout Interface</i> Hasil Metode Matriks BCG	68
Gambar 4.1	Tampilan Halaman Utama.....	69
Gambar 4.2	Tampilan Halaman Profile.....	70
Gambar 4.3	Tampilan Halaman Login.....	70
Gambar 4.4	Tampilan Halaman Analisa Strategi Pemasaran.....	71
Gambar 4.5	Tampilan Halaman Awal Data Penjualan	72
Gambar 4.6	Tampilan Halaman Data Penjualan CV. Mitra Jaya	72
Gambar 4.7	Tampilan Halaman Input Data Penjualan.....	73
Gambar 4.8	Tampilan Halaman Edit Data Penjualan	74
Gambar 4.9	Tampilan Halaman Metode Matriks BCG	74
Gambar 4.10	Tampilan Hasil Analisa Strategi Pemasaran.....	75

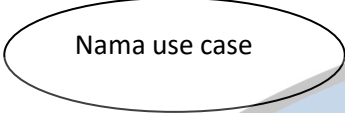



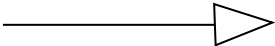
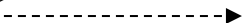


DAFTAR TABEL



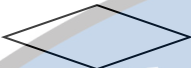


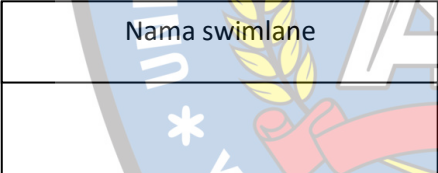
Tabel 2.1	Simbol-Simbol <i>Use Case</i>	10
Tabel 2.2	Simbol-Simbol <i>Activity Diagram</i>	12
Tabel 2.3	Simbol-Simbol <i>Class Diagram</i>	13
Tabel 2.4	Simbol-Simbol <i>Sequence</i>	14
Tabel 3.1	Kelemahan Sistem dengan analisa PIECES	44
Tabel 3.2	Volume Penjualan CV. Mitra Jaya Bekasi	58
Tabel 3.3	Volume Penjualan PT. Cibitung Motor Mandiri	59
Tabel 3.4	Pangsa Pasar Relatif dan Strategi Pemasaran	52
Tabel 3.5	Identifikasi Aktor	55
Tabel 3.6	Identifikasi Diagram <i>Use Case</i>	55
Tabel 3.7	Tabel Admin	61
Tabel 3.8	Tabel Data Penjualan	61
Tabel 3.9	Tabel Data Penjualan CMM	62
Tabel 3.10	Tabel Matriks BCG	63
Tabel 4.1	Pengujian Black Box	76

DAFTAR SIMBOL


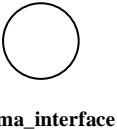
A. Use Case Diagram

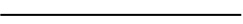
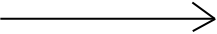
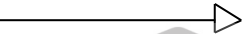


Simbol	Deskripsi
<p><i>Use case</i></p> 	<p>Fungsionalitas yang disediakan sistem sebagai unit-unit yang saling bertukar pesan antar unit atau aktor, Biasanya dinyatakan dengan menggunakan kata kerja di awal frase nama <i>use case</i>.</p>
<p>Aktor/ <i>Actor</i></p> 	<p>Orang, proses, atau sistem lain yang berinteraksi dengan sistem informasi yang akan dibuat diluar sistem informasi yang akan dibuat itu sendiri, jadi walaupun simbol dari aktor adalah gambar orang, tapi aktor belum tentu merupakan orang, biasanya dinyatakan menggunakan kata benda di awal frase nama aktor.</p>
<p>Asosiasi / <i>Association</i></p> 	<p>Komunikasi antara aktor dan <i>use case</i> yang berpartisipasi pada <i>use case</i>.</p>
<p>Ekstensi/ <i>Extend</i></p> <p><<extend>></p> 	<p>Relasi <i>use case</i> tambahan ke sebuah <i>use case</i> dimana <i>use case</i> yang ditambahkan dapat berdiri sendiri walau tanpa <i>use case</i> tambahan itu.</p>
<p>Generalisasi/ <i>Generalization</i></p> 	<p>Hubungan generalisasi dan spesialisasi (umum – khusus) antara dua buah Use case dimana fungsi yang satu adalah fungsi yang lebih umum dari lainnya.</p>
<p>Menggunakan / <i>include</i> / <i>uses</i></p> <p><<include>></p> 	<p>Include berarti use case yang ditambahkan akan selalu dipanggil saat use case tambahan dijalankan.</p>

B. Activity Diagram


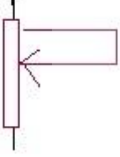

Simbol	Dekskripsi
Status awal 	Status awal aktivitas sistem, sebuah diagram aktivitas memiliki sebuah status awal.
Aktivitas 	Aktivitas yang dilakukan sistem, aktivitas biasanya diawali dengan kata kerja.
Percabangan / <i>decision</i> 	Asosiasi percabangan dimana jika ada pilihan aktivitas lebih dari satu.
Penggabungan / <i>join</i> 	Asosiasi penggabungan dimana lebih dari satu aktivitas digabungkan menjadi satu.
Status akhir 	Status akhir yang dilakukan sistem, sebuah diagram aktivitas memiliki sebuah status akhir.
<i>Swimlane</i> 	Memisahkan organisasi bisnis yang bertanggung jawab terhadap aktivitas yang terjadi.

C. Class Diagram

Nama Simbol	Simbol	Deskripsi
Kelas		Kelas pada struktur sistem
Antarmuka/ <i>interface</i>		Sama dengan konsep <i>interface</i> dalam pemrograman berorientasi objek

Asosiasi/ <i>association</i>		Relasi antar kelas dengan makna umum, asosiasi biasanya juga disertai dengan <i>multiplicity</i>
Asosiasi berarah / <i>directer association</i>		Relasi antar kelas dengan mana kelas yang satu digunakan oleh kelas yang lain, asosiasi biasanya juga disertai dengan <i>multiplicity</i>
Generalisasi		Relasi antar kelas dengan makna generalisasi-spesialisasi (umum-khusus)
Kebergantungan/ <i>dependency</i>		Relasi antar kelas dengan makna kebergantungan antar kelas
Agregasi/ <i>aggregation</i>		Relasi antar kelas dengan makna semua bagian (<i>whole-part</i>)

D. Sequence Diagram

Simbol	Dekskripsi
Aktor 	Menggambarkan seseorang atau sesuatu yang berinteraksi dengan sistem
<i>Message Dari Sequence Diagram</i> 	<i>Message</i> di kirim untuk dirinya sendiri (boxes)
<i>Message</i> 	Digambarkan dengan garis panah yang menunjukkan arah message