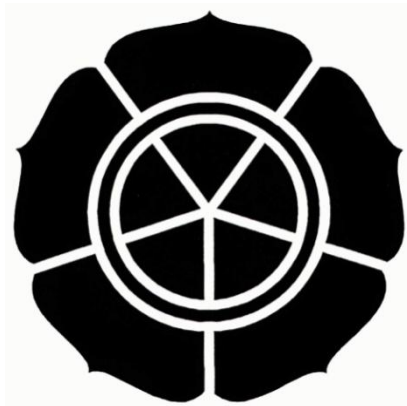


**ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN
ONLINE SEBAGAI PEMASARAN
GRIYA BATIK HUZA**

SKRIPSI



**disusun oleh
Lina Amelia Hikma Rizki
10.22.1186**

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
“ AMIKOM ”
YOGYAKARTA
2012**

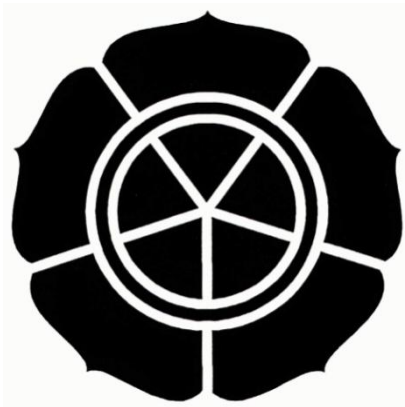
**ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN
ONLINE SEBAGAI PEMASARAN
GRIYA BATIK HUZA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

Lina Amelia Hikma Rizki

10.22.1186

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER**

“ AMIKOM ”

YOGYAKARTA

2012

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN
ONLINE SEBAGAI PEMASARAN
"GRIYA BATIK HUZA"**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Lina Amelia Hikma Rizki
10.22.1186

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 23 November 2012

Dosen Pembimbing,


Erik Hadi Saputra, S. Kom., M. Eng.
NIK. 190302107

PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI ONLINE SEBAGAI PEMASARAN “GRIYA BATIK HUZA”

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Lina Amelia Hikma Rizki
12.22.1186

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 23 November 2012

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Erik Hadi Saputra, S. Kom., M.Eng.
NIK. 190302107

Hanif Al Fattah, M. Kom
NIK. 190302096

Mei P. Kurniawan, M. Kom
NIK. 190302187

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Komputer
tanggal 23 November 2012



KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

Prof. Dr. M. Suyanto. M.M.
NIK. 190302001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar Akademis disuatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 2 December 2012

Lina Amelia Hikma Rizki

NIM. 10.22.1186

MOTTO

Janganlah Anda Menyerah Terhadap Segala Sesuatu Yang Belum Dicoba,

Lebih Baik Gagal Mencoba Dari Pada Tidak Memulainya Sama Sekali

Segala Sesuatu di Dunia ini Tidak Ada yang Tidak Mungkin

Asal Mau Berusaha dan Bertindak Untuk Mencapainya

Jika Ketemu Masalah, Janganlah Lari

Tapi Hadapilah Dengan Penuh Keyakinan dan Percayalah

Tuhan Selalu Menyediakan Jalan Keluar Bagi Orang Yang Mau Berusaha

Tidak Ada Perjuangan Yang Mudah,

Hanya Tuhan Yang Membuat Segala Sang Sulit Menjadi Mudah.

Hal Yang Benar-Benar Kau Yakini Pasti Akan Selalu Terjadi

Dan Keyakinan Akan Suatu Hal Yang Menyebabkannya Terjadi

*Apabila Menghadapi Keputusan – **PUTUSKANLAH!***

*Apabila Menhadapai Pilihan – **PILIHLAH!***

Tidak Berbuat Apa-Apa Hanya Menambah Ketegangan

Karena Anda Tidak Kalah Namun Menang Juga Tidak,

Semua Datang Terlambat Bagi Mereka Yang Hanya Menunggu!

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

☀ Pertama-tama kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala berkat dan rahmat-Nya yang selalu menjaga dan melindungi saya di setiap saat dan di setiap waktu.

☀ Buat kedua ortu Qu papa dan mamaku tercinta, serta Keluarga besar Qu terima kasih untuk semua cinta, kasih, dorongan dan segala pengorbanan dan doanya untuk bekal masa depanku selama ini.

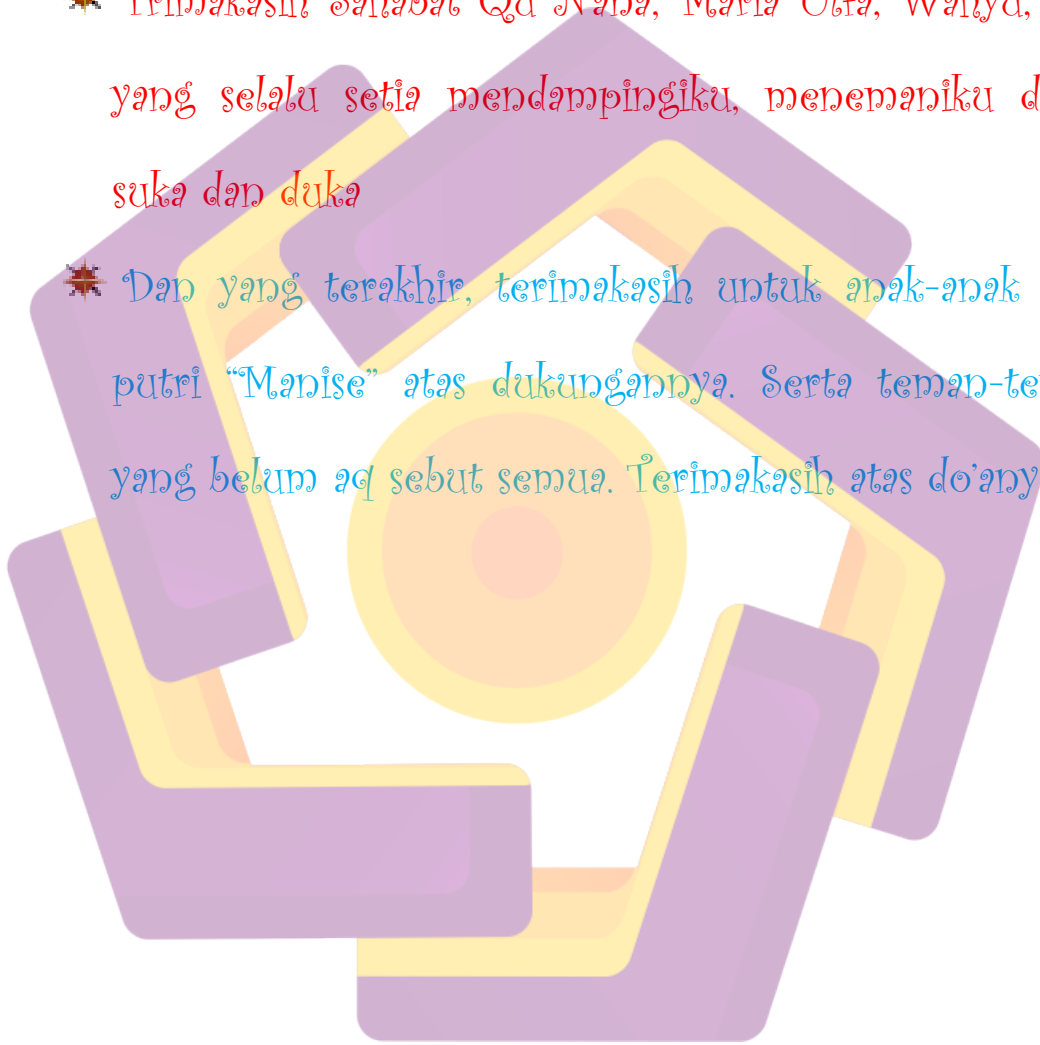
☀ Untuk Adik Qu tercinta “ Nabilla Wahyu Marinda” yang selalu menemaniku dan menghiburku selama ini,

☀ Buat My Sweet Heart ciQu “ Muh. Akhsan Amien” terimakasih atas perhatian, semangat, dukungan, serta doanya sehingga Skripsi Qu selesai tepat pada waktunya, Makasih ya ciQu,, I love u 4ever

✿ Thanks for my best friend's " Indah Wahyu Sri Hidayanti

✿ Trimakasih Sahabat Qu Nana, Maria Ulfa, Wahyu, Juli yang selalu setia mendampingi, menemani di saat suka dan duka

✿ Dan yang terakhir, trimakasih untuk anak-anak kost putri "Manise" atas dukungannya. Serta teman-teman yang belum aq sebut semua. Trimakasih atas doanya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Skripsi dengan judul “ ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN ONLINE SEBAGAI PEMASARAN GRIYA BATIK HUZA “ ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata-1 pada jurusan Sistem Informasi STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa selesainya penulisan skripsi ini karena bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan dalam pelaksanaan skripsi ini.
3. Bapak, Ibu dosen dan seluruh staf dan pegawai di Jurusan Sistem Informasi yang telah membimbing dan menjadi bagian pembelajaran diri selama studi.
4. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan dukungan, doa dan biaya dalam studi saya.

5. Mbak Donna Pemilik Griya Batik Huza, saya ucapkan terima kasih karena telah memperbolehkan tempatnya sebagai media object.
6. Serta semua pihak yang telah membantu dan bekerjasama dalam pelaksanaan skripsi ini.

Penulis menyadari masih begitu banyak kekurangan dalam penyusunan laporan skripsi ini. Untuk itu, kritik dan saran adalah sesuatu yang sangat kami harapkan demi kemajuan bersama dan peningkatan ilmu pengetahuan Indonesia.

Yogyakarta, 2 November 2012


Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAM PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
INTISARI.....	xx
ABSTRACT.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Metode Pengumpulan Data.....	6
1.6.1. Data Primer	7
1.6.2. Data Sekunder.....	7

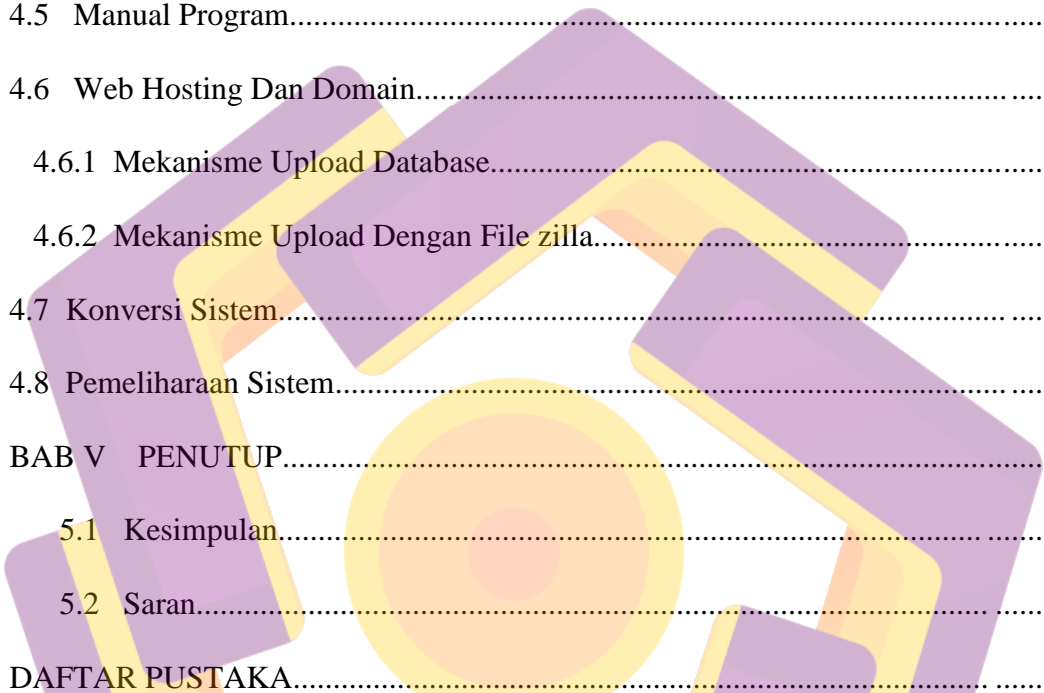
1.7	Sistem Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....		10
2.1	Konsep Dasar Sistem.....	10
2.1.1	Definisi Sistem.....	10
2.1.2	Klasifikasi Sistem.....	10
2.2	Konsep Dasar Informasi.....	12
2.2.1	Pengertian Informasi.....	12
2.2.2	Kualitas Informasi.....	12
2.2.3	Nilai Informasi.....	13
2.3	Konsep Dasar Sistem Informasi.....	13
2.3.1	Pengertian Sistem Informasi.....	13
2.3.2	Komponen Informasi Informasi.....	14
2.3.3	Siklus Informasi.....	15
2.4	Promosi.....	17
2.4.1	Sistem Informasi Pemasaran.....	17
2.5	Konsep Dasar Aplikasi Web.....	18
2.5.1	Sejarah Internet Dan Pengembangannya.....	18
2.5.2	Cara Kerja Internet.....	19
2.6	Pengertian Basis Data Dan Sistem Basis Data.....	22
2.6.1	Definisi Basis Data.....	22
2.6.2	Konsep Database Manajemen Sistem.....	23
2.6.3	Perancangan Basis Data.....	23

2.6.4 Relasi Antar Tabel	25
2.6.5 ERD (<i>Entity Relationship Diagram</i>)	26
2.6.6 Data Flow Diagram	30
2.7 HTML (<i>Hypertext Markup Language</i>)	31
2.8 PHP	32
2.9 MYSQL.....	38
2.10 Web Sever.....	41
2.1.1 Perangkat Lunak Yang Digunakan	42
2.11.1 Macromedia Dreamweaver.....	42
2.11.2 Apache Web Server.....	43
2.11.3 Adobe Photoshop CS	44
2.11.4 Mozilla Firefox	45
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	48
3.1 Tinjauan Umum	48
3.1.1 Sejarah Dan Tujuan Umum.....	48
3.1.2 Visi dan Misi	50
3.2 Analisis Sistem.....	50
3.2.1 Identifikasi Masalah	51
3.2.2 Analisis Kelemahan Sistem.....	51
3.2.3 Analisis SWOT.....	52
3.3 Analisis Kebutuhan Sistem.....	54
3.3.1 Kebutuhan Fungsional.....	54



3.3.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	55
3.4	Analisis Kelayakan Sistem	57
3.4.1	Analisis Kebutuhan Informasi	57
3.4.2	Analisis Kebutuhan Pengguna Sistem	57
3.4.3	Analisis Kelayakan Teknologi.....	57
3.4.4	Analisis Kelayakan Operasional.....	58
3.4.5	Analisis Kelayakan Hukum	58
3.4.6	Analisis Kelayakan Ekonomi.....	58
3.5	Perancangan Basis Data.....	65
3.5.1	Normalisasi.	65
3.5.2	Hubungan Relasi Antar Table	69
3.6	Analisis Perancangan Sistem	69
3.6.1	Flowchart Sistem	70
3.6.2	DFD (Data Flow Diagram)	72
3.7	Sruktur Table	75
3.7.1	Table Berita.....	75
3.7.2	Table Produk	75
3.7.3	Table Jenis.....	76
3.7.4	Table Admin	76
3.7.5	Table Kontak.....	76
3.7.6	Table Faq.....	77
3.7.7	Table Halaman	77

3.8 Rancangan Interface	78
3.8.1 Diagram Link	78
3.8.2 Perancangan Halaman Web	80
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN.	87
4.1 Implementasi Pembuatan Database	87
4.2 Implementasi Program	90
4.2.1 Koneksi Ke Database	90
4.2.2 Skrip Verifikasi.....	90
4.2.3 Skrip Logout	91
4.2.4 Skrip Menampilkan Data	92
4.2.5 Skrip Mengimput Data	93
4.2.6 Skrip Mengedit Data	94
4.3 Implementasi Halaman Antar Muka	95
4.3.1 Halaman Admin	95
4.3.1.1 Halaman Login Administrator.....	95
4.3.1.2 Halaman Menu Administrator	95
4.3.2 Halaman Menu Utama	100
4.4 Implementasi Pengujian Sistem.....	107
4.4.1 White Box Testing.....	108
4.4.2 Black Box Testing.....	109
4.4.2.1 Pengujian Terhadap Item Input Data.....	109
4.4.2.2 Pengujian Terhadap Item Ubah Data.....	110



4.4.2.3 Pengujian Terhadap Hapus Data.....	111
4.4.2.4 Pengujian Terhadap Output.....	112
4.4.2.5 Pengujian Terhadap System.....	113
4.5 Manual Program.....	114
4.6 Web Hosting Dan Domain.....	115
4.6.1 Mekanisme Upload Database.....	117
4.6.2 Mekanisme Upload Dengan File zilla.....	119
4.7 Konversi Sistem.....	120
4.8 Pemeliharaan Sistem.....	121
BAB V PENUTUP.....	123
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	125

DAFTAR TABEL

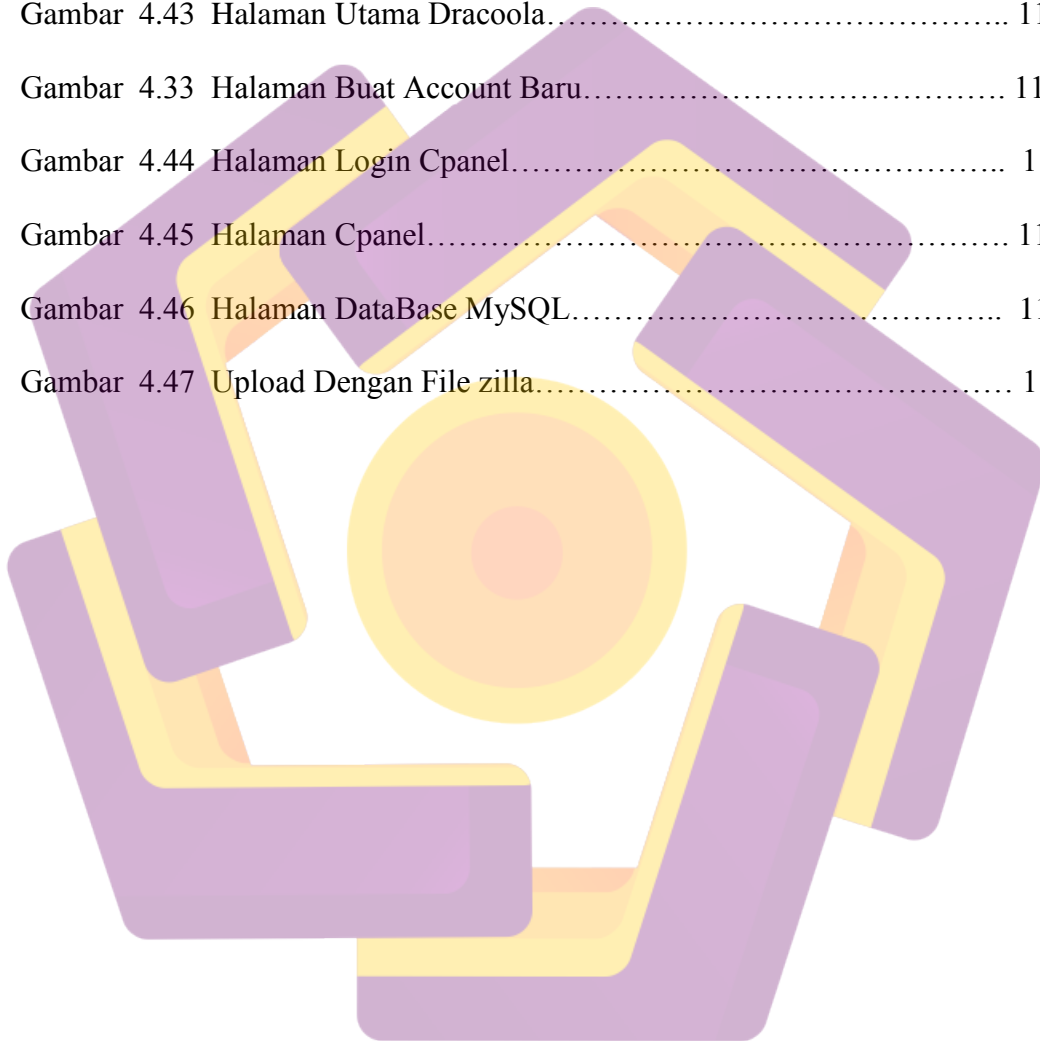
Tabel 2.1 Notasi Dalam ERD.....	26
Tabel 3.1 Pengadaan Perangkat Keras.....	53
Tabel 3.2 Pengadaan Perangkat Linak.....	54
Tabel 3.3 Spesifikasi Hosting.....	54
Tabel 3.4 Perhitungan Analisis Biaya Dan Manfaat.....	57
Tabel 3.5 Hasil Analisis Biaya Dan Manfaat.....	63
Tabel 3.6 Normalisasi Bentuk Pertama.....	64
Tabel 3.7 Normalisasi Bentuk Kedua.....	65
Tabel 3.8 Normalisasi Bentuk Ketiga.....	66
Tabel 3.9 Struktur Tabel Berita.....	71
Tabel 3.10 Struktur Tabel Produk.....	71
Tabel 3.11 Struktur Tabel Jenis.....	72
Table 3.12 Struktur Tabel Admin.....	72
Table 3.13 Struktur Tabel Kontak.....	72
Table 3.12 Struktur Tabel Faq.....	73
Table 3.15 Struktur Tabel Halaman.....	73
Table 4.1 Hasil Pengujian Terhadap Input Data.....	105
Table 4.2 Hasil Pengujian Terhadap Ubah Data.....	106
Table 4.3 Hasil Pengujian Terhadap Hapus Data.....	106
Table 4.4 Hasil Pengujian terhadap Output Data.....	108
Table 4.5 Hasil Pengujian Terhadap Sistem.....	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Cara Kerja Client Side Scripting.....	21
Gambar 2.2	Cara Kerja Server Side Scripting.....	21
Gambar 2.4	Ruang Kerja Dreamwever MX.....	41
Gambar 2.5	Tampilan Apache Web Server.....	42
Gambar 2.6	Ruang Kerja Photoshoop.....	43
Gambar 3.1	Hubungan Antar Tabel.....	66
Gambar 3.2	Flowchart Sistem.....	68
Gambar 3.3	Diagram Konteks.....	69
Gambar 3.4	Diagram Arus Data Level 1.....	70
Gambar 3.5	Diagram Link (User).....	74
Gambar 3.6	Diagram Link (Admin).....	75
Gambar 3.7	Rancangan Halaman Profil.....	78
Gambar 3.8	Rancangan Halaman News.....	79
Gambar 3.9	Rancangan Halaman FAQ.....	80
Gambar 3.10	Rancangan Halaman Kontak.....	81
Gambar 4.1	DataBase Batik.....	82
Gambar 4.2	Tabel Admin.....	82
Gambar 4.3	Tabel Berita.....	83
Gambar 4.4	Tabel Halaman.....	83
Gambar 4.5	Tabel Faq.....	83
Gambar 4.6	Tabel Jenis.....	84

Gambar 4.9 Tabel Kontak.....	84
Gambar 4.12 Tabel Produk.....	85
Gambar 4.16 Skrip Koneksi.php.....	85
Gambar 4.17 Skrip Verifikasi.....	86
Gambar 4.18 Skrip Logout.php.....	87
Gambar 4.19 Skrip Profil.php.....	87
Gambar 4.20 Skrip Produk_add.php Input Data.....	88
Gambar 4.21 Skrip Produk_Edit.php Untuk Edit Data.....	89
Gambar 4.22 Halaman Login Admin.....	90
Gambar 4.23 Halaman Menu Admin.....	91
Gambar 4.24 Menu Halaman.....	92
Gambar 4.25 Halaman Menu Admin.....	92
Gambar 4.27 Halaman Menu Olah Data Produk.....	93
Gambar 4.30 Halaman Menu Halaman Menu Olah Data Berita.....	94
Gambar 4.31 Halaman Menu Halaman Menu Olah Data Faq.....	94
Gambar 4.32 Halaman Menu Halaman Menu Olah Data Kontak.....	95
Gambar 4.33 Halaman Utama User.....	96
Gambar 4.34 Halaman Home.....	97
Gambar 4.35 Halaman Profil.....	98
Gambar 4.36 Halaman Produk.....	99
Gambar 4.37 Halaman Berita.....	100
Gambar 4.38 Halaman Faq.....	101

Gambar 4.39 Halaman Buku Tamu.....	102
Gambar 4.41 Halaman Testing Validasi.....	103
Gambar 4.42 White Box Testing.....	104
Gambar 4.43 Halaman Utama Dracoola.....	111
Gambar 4.33 Halaman Buat Account Baru.....	112
Gambar 4.44 Halaman Login Cpanel.....	113
Gambar 4.45 Halaman Cpanel.....	113
Gambar 4.46 Halaman DataBase MySQL.....	114
Gambar 4.47 Upload Dengan File zilla.....	115



INTISARI

Batik Huza merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi dan menjual berbagai jenis batik dengan merk Huza. Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada permasalahan “Bagaimana Strategi Pemasaran pada batik Huza di Yogyakarta”. Dengan menggunakan analisis SWOT dan perancangan yang didasarkan pada kekuatan (*strength*),

Kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Berdasarkan analisa yang dilakukan dengan menggunakan SWOT dan perancangan, batik Huza merupakan sebuah perusahaan yang berada pada posisi kuadrat 1 dengan variable strength, nilai terkuat pada citra product dan pangsa pasar.

Pada variable weakness, kelemahan tertinggi pada saluran distribusi. Pada variable opportunity, nilai terbesar pada daya beli konsumen . pada variable threats, nilai terbesar dari perubahan pendapatan konsumen. Strategi yang cocok untuk pemasaran batik di Yogyakarta dari batik Huza adalah strategi ekspansi dengan melakukan Bussines to Bussines (B2B).

Kata Kunci : Huza, Batik, Toko Online

ABSTRACT

Huza Batik is on company that manufactures and sells various types of batik with Abrand Huza. In this study, the authors focus on the problem “How Marketing Strategies in Batik Huza di Yogyakarta”.

By using the SWOT analysis and design based on strength(strength), Weakness(weakness), Chance(opportunity), and threats(threat) that comes from within the company or from outside the company, Base on the analysis carried out by using SWOT and design, batik Huza is a company positioned at square one with variablestrength, the strongest on the product image and market share.

In variable weakness, weakness in the highest channels of distribution, in the variable opportunity, the greatest value in consumer purchasing power, in the variable threats, the greatest value from the consumer's income changes. A suitable strategy for the marketing of Batik, Batik diyogjakarta Huza is a strategy of expansion by doing Bussines to Bussines (B2B).

Keywords : Huza, Batik, Online Shop.

