

**PERANCANGAN PAKET INFORMASI PROGRAM MARKETING
“MGM” (MEMBER, MERCHANT, MITRA) DI BISNIS KULINER
FASTFOOD DIMGUNFAN**

SKRIPSI



disusun oleh

Prista Sahayadi

07.12.2565

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

**PERANCANGAN PAKET INFORMASI PROGRAM MARKETING
“MGM” (MEMBER, MERCHANT, MITRA) DI BISNIS KULINER
FASTFOOD DIMGUNFAN**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S1
pada jurusan Sistem Informasi



disusun oleh

Prista Sahayadi

07.12.2565

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

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN PAKET INFORMASI PROGRAM MARKETING
“MGM” (MEMBER, MERCHANT, MITRA) DI BISNIS KULINER
FASTFOOD DIMGUNFAN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Prista Sahayadi

07.12.2565

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
Pada tanggal 28 Desember 2011

Dosen Pembimbing,


Hanif Al Fatta, M.Kom

NIK. 190302096

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERANCANGAN PAKET INFORMASI PROGRAM MARKETING
“MGM” (MEMBER, MERCHANT, MITRA) DI BISNIS KULINER
FASTFOOD DIMGUNFAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Prista Sahayadi
07.12.2565

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 27 Februari 2012

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Hanif Al Fatta, M.Kom
NIK. 190302096



M. Rudyanto Arief, MT
NIK. 190302098



Kusnawi, S.Kom, M.Eng
NIK. 190302112

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
tanggal 12 Juli 2012

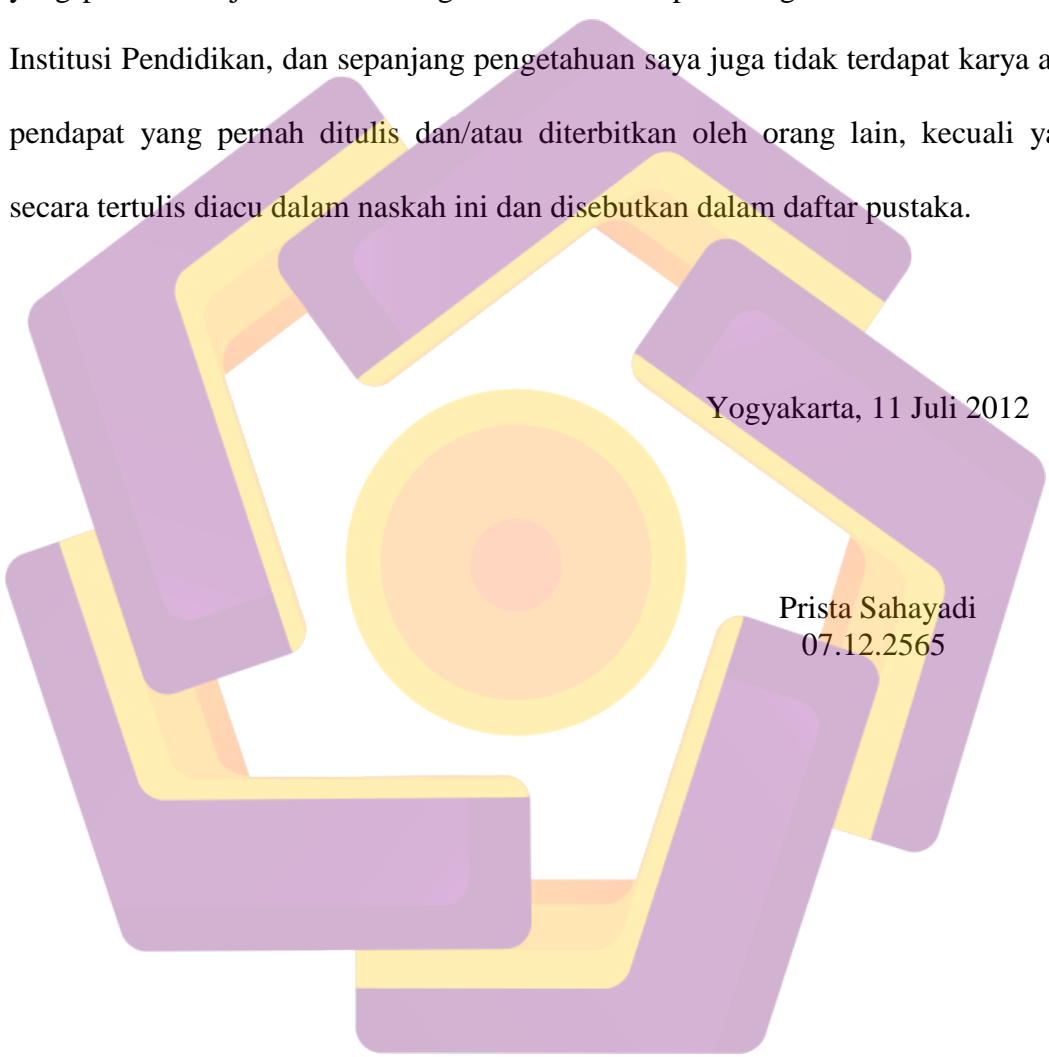


KETUA STMIK AMIKOM YOGYAKARTA

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

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu 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, 11 Juli 2012

Prista Sahayadi
07.12.2565

MOTTO

“ Yes, We Can ”

**“Tanggung Jawab hidup adalah untuk menjadi aktor terbaik yang
disutradarai Tuhan Allah SWT”**



PERSEMBAHAN

Thanks to my Lord, Allah SWT yang telah memberikan banyak nikmat sepanjang hidup saya.

Orang tua tercinta, **Bapak Rofa'al Taufan** dan **Ibunda Suprihatin**.

Ibu besar **Hj. Djuhaeni**, dan Adinda **Adzra Insyirah Prihani**.

Seluruh Keluarga Besar **Rofa'al Sahaya Tempirai**.

Seluruh Keluarga Besar **H. Emon Adjun Jawara Balaraja**.

Kakak Sepupu **Chaesarudin (yeyes)**, yang selalu membantu saya, menemani saat suka maupun duka, yang memahami betul diri saya, dari kecil hingga saat ini, saat sukses maupun titik paling rendah kita tetap bersama. Makasih banyak Bang.

Kakak Sepupu **H. Imam Wahyudi** beserta keluarga, yang memberikan banyak dukungan ketika saat kondisi bangkrut dalam bisnis, dan memberikan pandangan hingga akhirnya ruang hati mengizinkan untuk fokus bangkit kembali meneruskan amanah orang tua untuk menyelesaikan study skripsi ini.

Kakak Sepupu **H. Ilham Hidayat**, yang saat ini sedang berada di suatu tempat, karena korban keserakahan oknum yang tidak bertanggungjawab. "Aku bangga sama ente bang, ente berusaha memperjuangkan hak 21.000 orang. Ente ajari aku banyak hal, aku selalu menantikan saat-saat kemudahan itu tiba, saat-saat dimana kita bisa bersama, dan melanjutkan rencana-rencana kita bertiga sama si a yeyes yg saat ini harus tertunda".

Grup Ceble Ranger, Bang Anton, Solihin, Rusdi, Mang Yaya, Bpk. Ustd Kurdi

Tonny Hidayat, dosen sekaligus sahabat.

Jekpott Community.

Teman – teman seperjuangan, dan pihak-pihak terkait yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur hamba panjatkan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan anugrah begitu besar kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Penyusunan Skripsi ini bertujuan sebagai syarat untuk menempuh jenjang Strata 1 (S1) pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer “AMIKOM” Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini, yaitu :

1. Bapak Prof. Dr. M Suyanto, M.M. selaku ketua STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Hanif Al Fatta, M.Kom, selaku dosen pembimbing.
3. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung serta do'a.

Penulis sadar bahwa karya tulis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat senang dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya sederhana ini. Akhir kata, semoga karya tulis ini memberikan manfaat yang berarti.

Yogyakarta, Juli 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Metode Pengumpulan Data	6
1.7 Sistematika Penulisan Laporan.....	7
1.8 Rencana Kegiatan Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Dasar Sistem.....	10
2.1.1 Pengertian Sistem	10
2.1.2 Konsep Dasar Informasi	13
2.1.3 Konsep Dasar Sistem Informasi	14
2.2 Konsep Dasar Multimedia	15
2.2.1 Definisi Multimedia.....	15

2.2.2 Elemen-Elemen Multimedia.....	18
2.2.3 Siklus Pengembangan Multimedia.....	19
2.2.4 Teknik Penyajian Multimedia	21
2.2.5 Jenis Basis Data	22
2.2.5.1 Mengenal Tipe Script Lingo	23
2.2.6 Perangkat Lunak Yang Digunakan.....	24
2.3 Konsep Pemasaran.....	28

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

3.1 Tinjauan Umum Fastfood Dimgunfan.....	32
3.1.1 Sejarah Fastfood Dimgunfan.....	32
3.1.2 Struktur Organisasi Fastfood Dimgunfan.....	33
3.2 Analisis Sistem	33
3.2.1 Identifikasi Masalah	34
3.3 Analisis <i>SWOT</i>	35
3.3.1 Masterplan Program Marketing MGM	37
3.3.2 Kebutuhan Informasi.....	37
3.3.3 Aspek Hardware.....	37
3.3.4 Aspek Software.....	38
3.3.5 Aspek Sumber Daya Manusia (<i>brainware</i>).....	38
3.4 Analisis Kelayakan Sistem	39
3.4.1 Kelayakan Organisasi.....	39
3.4.2 Kelayakan Teknis	40
3.4.3 Kelayakan Operasional.....	40
3.5 Perancangan Sistem Multimedia	41
3.5.1 Perancangan Sistem.....	41
3.5.2 Merancang Konsep.....	41
3.5.3 Merancang Isi	41
3.5.4 Merancang Naskah	43
3.5.5 Merancang Grafik.....	44

BAB IV IMPLEMENTASI SISTEM

4.1 Memproduksi Sistem.....	50
4.1.1 Pembuatan Desain Grafik.....	50
4.1.2 Memproduksi Suara.....	52
4.1.3 Membuat Efek	53
4.1.4 Proses Pengintegrasian dengan Macromedia	
Director MX	54
4.1.4.1 Memulai Macromedia Director MX	55
4.1.4.2 Membuat bidang kerja atau movie.....	56
4.1.4.3 Mengimport File	57
4.1.4.4 Menyusun Data	59
4.1.4.5 Member Perintah Pada Tombol	60
4.1.4.6 Penggunaan Marker	62
4.1.4.7 Background Transparent Untuk Image Swf...	62
4.1.4.8 Memberikan Script.....	63
4.1.4.9 Membuat File .exe.....	64
4.2. Melakukan Pengetesan Sistem	65

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA	70
-----------------------------	----

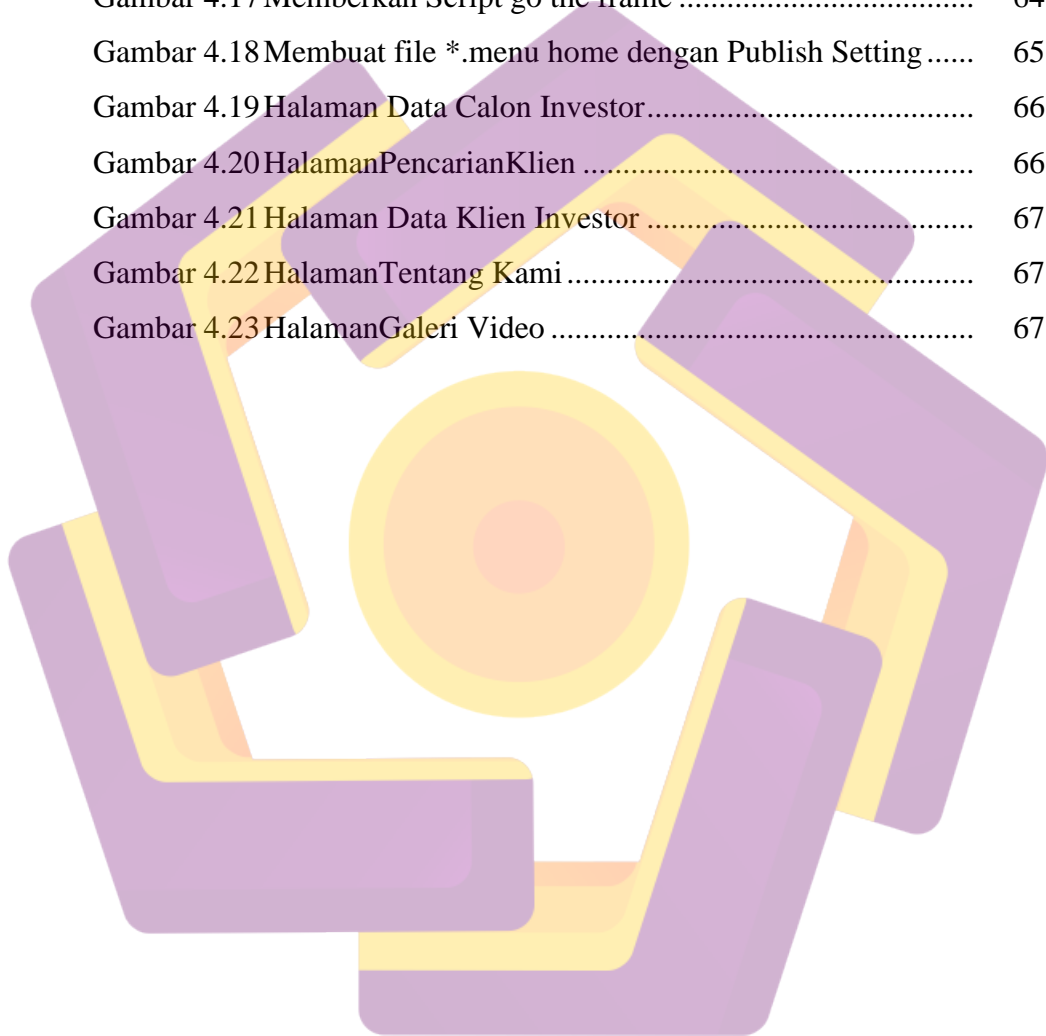
DAFTAR TABEL

1.1 Rencana Kegiatan Penelitian	9
---------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bagan Proses Perkembangan Sistem Multimedia	19
Gambar 2.2	Interface Macromedia Director MX 2004	25
Gambar 2.3	Interface Adobe Photoshop CS3.....	26
Gambar 2.4	Interface Corel Draw X5	26
Gambar 2.5	Interface Adobe Premiere Pro.....	27
Gambar 2.6	Interface Adobe Audition	27
Gambar 3.1	Halaman Intro	44
Gambar 3.2	Halaman Menu Home.....	45
Gambar 3.3	Halaman Sub Menu Tentang Kami	45
Gambar 3.4	Program Kemitraan.....	46
Gambar 3.5	Halaman Sub Menu Group Merchant.....	46
Gambar 3.6	Halaman Sub Menu Tools	47
Gambar 3.7	Halaman Sub Menu Galeri Video.....	47
Gambar 3.8	Halaman Menu Ketika Admin Masuk.....	48
Gambar 3.9	Halaman Sub Menu Tambah Data.....	48
Gambar 3.10	Halaman Sub Menu Lihat Data	49
Gambar 3.11	Halaman Ekspor Data	49
Gambar 4.1	Tampilan Menu Untuk Mengatur Layout.....	51
Gambar 4.2	Pembuatan Background Dengan Adobe Photoshop CS3	51
Gambar 4.3	Merekam Suara Dengan Adobe Audition.....	53
Gambar 4.4	Memberi Efek Pada Adobe After Effect CS 3.....	54
Gambar 4.5	Integrasi Dalam Macromedia Director MX 2004.....	55
Gambar 4.6	Tampilan Kerja Macromedia Director Mx 2004	55
Gambar 4.7	Bidang Kerja Macromedia Director Mx 2004.....	56
Gambar 4.8	Property Inspector.....	57
Gambar 4.9	Mengimport File	58
Gambar 4.10	Tampilan Setelah Mengimport File	58
Gambar 4.11	Tampilan Cast Member	59

Gambar 4.12 Tampilan Score Cast Memberhentikan Movie	59
Gambar 4.13 Tampilan Script Pada Frame 78	60
Gambar 4.14 Tampilan Script Button Halaman Home	61
Gambar 4.15 Tampilan Memberikan Marker	62
Gambar 4.16 Tampilan Menjadikan Image Swf Menjadi Transparant ...	63
Gambar 4.17 Memberikan Script go the frame	64
Gambar 4.18 Membuat file *.menu home dengan Publish Setting	65
Gambar 4.19 Halaman Data Calon Investor	66
Gambar 4.20 Halaman Pencarian Klien	66
Gambar 4.21 Halaman Data Klien Investor	67
Gambar 4.22 Halaman Tentang Kami	67
Gambar 4.23 Halaman Galeri Video	67



INTISARI

Teknologi informasi dapat dijadikan tools alat bantu suatu pekerjaan dalam rangka memudahkan, efektif, efisien. Begitu pula dalam hal mengembangkan suatu ide marketing dalam bisnis untuk menyulap pembeli membeli lebih banyak, pembeli menjadi pelanggan loyal, pelanggan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini dilakukan oleh salah satu bisnis kuliner Fastfood Dimgunfan di Yogyakarta. Fastfood Dimgunfan adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner berbahan baku mie tampil dengan konsep sederhana dan apa adanya, berdiri pada tanggal 27 April 2009, seiring perjalanan waktu terus berevolusi dan berinovasi hingga saat ini. Warung mie bintang lima merupakan pernyataan misi perusahaan ini. Fastfood Dimgunfan merupakan salah satu bisnis UKM yang sudah tersistem, memiliki SOP dan tim di masing-masing divisi. Dalam rangka membangun brand image sejauh ini Fastfood dimgunfan berusaha keras untuk membuat suatu terobosan dalam hal marketing karena hal ini merupakan suatu kendala yang selama ini hasilnya diakui belum maksimal. Pola kerja menggunakan cara-cara lama ketika pembukaan suatu outlet/gerai antara lain soft opening strategi price positioning harga promo dengan menggunakan tools pembrandingan di outlet berupa banner kemudian dengan menggunakan brosur informasi yang disebar, selebihnya ialah jaga gawang. Hal ini kurang maksimal.

Dari fenomena diatas akhirnya penulis membuat kesimpulan bahwasanya sebagus dan sebaik apapun suatu produk yang bahkan dari sisi internal sudah tersistem ada SOP dan sebagainya, kekuatannya ialah bagaimana di pemasaran, karena terkait cashflow perputaran uang dan sebagainya. Maka dari itu, untuk memberikan solusi atas masalah tersebut, penulis merancang sebuah program marketing MGM yang memiliki tiga komponen member, merchant, mitra. Dari semua komponen tersebut saling bersinergi dengan menggabungkan bisnis konvensional dan mengadopsi pola kerja bisnis network yang penyebaran paket informasi ini dengan memberdayakan tenaga penjualan / sales force serta komputer sebagai alat bantu multimedia. Dalam rangka membangun basis pelanggan dan pelebaran sayap brand image untuk fastfood dimgunfan.

Diharapkan dengan adanya project terobosan marketing di bisnis UKM ini dengan menggunakan alat bantu multimedia yang dibungkus berupa paket informasi serta memberdayakan para tenaga penjualan/sales force dapat membantu Fastfood Dimgunfan untuk melebarkan sayap menjadi fastfood berkelas nasional.

Kata Kunci : Marketing, Multimedia, Bisnis

ABSTRACT

Information technology tools can be used as a tool of the job in order to facilitate effective, efficient. Similarly, in terms of developing a marketing idea in business to turn a buyer buy more, buyers into loyal customers, customers recommend it to others. This is done by one of the culinary business Fastfood Dimgunfan in Yogyakarta. Fastfood Dimgunfan is a business engaged in the culinary show with noodles made from a simple concept and what it is, standing on the 27th April 2009, as the years continue to evolve and innovate to this day. Noodle shop five stars is the company's mission statement. Fastfood Dimgunfan is one business that has been tersistem SMEs, have SOP and teams in each division. In order to build brand image Fastfood dimgunfan so far struggled to make a breakthrough in terms of marketing because it is an obstacle that had recognized the result is not maximized. Work patterns using the old ways when opening an outlet / outlets include soft opening promo price positioning strategy of price by using the tools at the outlet in the form of banner pembrandingan then using that information brochures distributed, the rest is to keep wicket. This is less than the maximum.

From the above phenomenon the authors ultimately conclude that as good and as good as any one product that even the internal side of the already existing SOP tersistem and so on, its power is how in marketing, as related to cash flow the velocity of money and so on. Therefore, to provide solutions to these problems, the authors designed a marketing program that has three components MGM member, merchant, partner. Of all the components of synergy by combining a conventional business and network businesses to adopt a working pattern of the spread of this information package by empowering the sales force / sales force as well as multimedia computer as a tool. In order to build a customer base and brand image for the widening of the wings dimgunfan fastfood.

It is expected that a breakthrough marketing project on SME business by using multimedia tools wrapped in a package of information and empowering the sales force / sales force can help Fastfood Dimgunfan to expand into a national-class fast food.

Keywords : Marketing, Multimedia, Business