

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Sub bab hasil penelitian ini akan menjelaskan tentang gambaran umum Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, analisis dan interpretasi, desain sistem.

1. Gambaran Umum Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang

Isi dari gambaran umum Kedai Ayam geprak & Sambal Bawang berupa ulasan awal berdirinya Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, Profil Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, struktur organisasi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, produk Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dan sistem informasi promosi yang telah berjalan.

a. Sejarah Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang

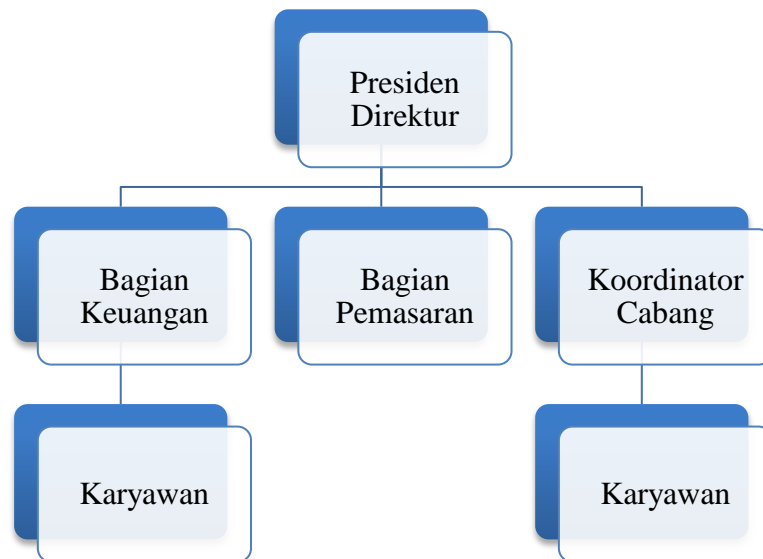
Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah rumah makan yang terletak di Kota Malang. Rumah makan ini menyajikan makanan dan minuman yang digemari oleh berbagai kalangan, khususnya Mahasiswa. Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang ini didirikan oleh seorang wirausaha muda yang bernama Ahmad Miftakhul Khoiri. Tahun 2011 mulai merintis usaha, dengan membuat ayam geprak dan nasi lemon, pada awalnya nasi lemonnya yang lebih ditonjolkan dikarenakan nama ayam geprak sudah familiar di Yogyakarta, akan tetapi tahun 2011 sampai tahun 2012 tidak menunjukkan perkembangan dengan baik, bahkan tidak laku, sehingga pada tahun 2013 terus dikembangkan lagi sampai sekarang. Upaya pengembangan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang

ini dilakukan dengan modal yang didapat dari Universitas dari Dikti dan Program-program Kemahasiswaan. Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang terus mengalami perkembangan hingga memiliki 3(tiga) cabang yang sama-sama terletak di Kota Malang.

b. Profil Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang

- 1) Nama Kedai : Ayam Geprak & Sambal Bawang
- 2) Jenis Usaha : Restoran
- 3) Alamat : a) Jl. Kerto Rahayu No. 42, Kec. Lowokwaru, Kota Malang,
Jawa Timur
b) Jl. Surabaya No. 01, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa
Timur
c) Jl. Cengger Ayam No. 34, Kec. Lowokwaru, Kota
Malang, Jawa Timur
- 4) Sertifikat : Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) Kecamatan
Lowokwaru, Kota Malang.

c. Struktur Organisasi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.
(Sumber: Data Primer diolah)

Penjelasan tugas yang ada pada struktur organisasi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah sebagai berikut:

- 1) Presiden Direktur adalah pemilik dari Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang yang memiliki tugas untuk mengawasi jalannya kegiatan bisnis Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang seperti mengawasi kegiatan pemasaran, mengawasi pengelolaan keuangan, merencanakan pengembangan dan mengambil keputusan yang selanjutnya akan diberitahukan kepada koordinator cabang.
- 2) Bagian Keuangan, memiliki tugas untuk mencatat pengeluaran, pemasukan dan melaporkan hasil laporan keuangan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang yang akan dipertanggung jawabkan kepada Presiden Direktur.
- 3) Bagian Pemasaran, pada bagian ini dipegang kendali oleh pemilik atau Presiden Direktur Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia. Tugas bagian pemasaran ini adalah

menciptakan ide-ide bisnis, mempromosikan produk, mencari dan membangun hubungan baik dengan *customer*.

- 4) Koordinator Cabang, pada bagian ini memiliki tugas untuk menjalankan instruksi Presiden Direktur dan mengawasi jalannya kegiatan bisnis yang sedang berlangsung di cabang yang dibawah kendalinya, melaporkan informasi yang ada di cabang kepada Presiden Direktur.
- 5) Karyawan, karyawan bertugas sesuai divisi atau bagiannya.

d. Produk Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang

Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang menyediakan produk makanan serta minuman yang diolah sendiri, namun sebelumnya yang perlu diketahui menu yang ada di Resto Ayam Geprak & Sambal Bawang kemudian menu yang ada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.

Menu yang ada di Resto Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Menu Resto Ayam Geprak & Sambal Bawang

No	Makanan	Minuman
1	Ikan Bakar <i>Go Green</i>	Es Cah Cilik
2	Ikan Bakar Jingkrak-Jingkrak	Es Juminten
3	Ikan Bandeng Laut	Es Rondo Ayu
4	Ikan Bakar Sejuta Rasa	Es Mega Mendung
5	Ikan Bakar Senyum	Es Sumringah
6	Ayam Geprak Istimewa	Es Ijo Lumut
7	Cumi Selimut	Es Megawati
8	Cah Tauge	Es Jeruk Kopyor
9	Cah Kangkung	Es Putri Yasmin
10	Nugget	Es Srengenge

Lanjutan Tabel 4.1 Menu Resto Ayam Geprak & Sambal Bawang

11	Cah Brokoli	Es Teler
12	Cap Cay	Es Hitam Manis
13	Kentang Goreng	Es Milk Chocolate

(Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2017)

Menu yang ada pada Resto Ayam Geprak & Sambal Bawang jauh berbeda dengan yang ada di kedai, menu yang ada di resto lebih banyak menyediakan menu ikan dibandingkan dengan sajian ayam geprak, hal ini bertujuan untuk membedakan resto dengan kedai. Selain itu berbeda dengan kedai, Resto Ayam Geprak & Sambal Bawang ini tidak menerima *free delivery area*, kemudian tidak dicantumkan juga dalam Gofood, serta tidak berlakunya layanan gratis air minum untuk minimal 30 pesanan.

Menu yang ada pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang sebagai berikut:

Tabel 4.2 Menu Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang

No	Makanan	Minuman
1	Ayam Geprak Original	Teh (Es/Panas)
2	Ayam Geprak Spesial	Air Mineral
3	Ayam Geprak Istimewa	Jeruk (Es/Panas)
4	Ayam Geprak Single	Susu (Es/Panas)
5	Ayam Geprak Keju Mozarella	Milo (Es/Panas)
6	Ayam Geprak Sayap Patah-Patah	Lemon Tea (Es/Panas)
7	Tempe Unyet	Es Joshua
8	Nasi Telur	Milk Tea (Es/Panas)

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2017)

Menu diatas merupakan menu utama yang tersedia di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, adapun penjelasan dari menu tersebut adalah sebagai berikut:

1. Ayam Geprak Original yaitu terdapat nasi, ayam geprak, sambal bawang dan sayur lalapan yang segar.
2. Ayam Geprak Spesial yaitu nasi, ayam geprak, telur goreng, sambal bawang dan sayur lalapan yang segar.
3. Ayam Geprak Istimewa yaitu nasi, dua ayam geprak, sambal bawang dan sayur lalapan yang segar.
4. Ayam Geprak Single yaitu ayam geprak, sambal bawang dan sayur lalapan yang segar.
5. Ayam Geprak Keju Mozarella, yaitu nasi, ayam geprak berbalutkan keju mozarella, sambal bawang dan sayur lalapan yang segar.
6. Ayam Geprak Sayap Patah-patah, yaitu nasi, ayam dengan saus pedas, sambal bawang dan sayur lalapan yang segar.
7. Tempe Unyet, yaitu sajian tempe goreng yang di penyat dan dicampur dengan sambal bawang.
8. Nasi Telur, yaitu nasi, telur goreng, sambal bawang dan sayur lalapan yang segar.

Bagi *customer* yang menginginkan menu tambahan yang berupa sayur, pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang juga telah menyediakannya. Sayur yang tersedia diantaranya adalah cah kangkung, cah taugé dan brokoli *chrispy*. Bagi *customer* yang memesan menu nasi kotak untuk acara, pihak Ayam Geprak & Sambal Bawang telah menyediakan layanan minimal pesan 30 nasi kotak akan mendapatkan gratis air minum kemasan, apabila tempat customer berjarak dekat dengan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, maka pesanan dapat diantar.

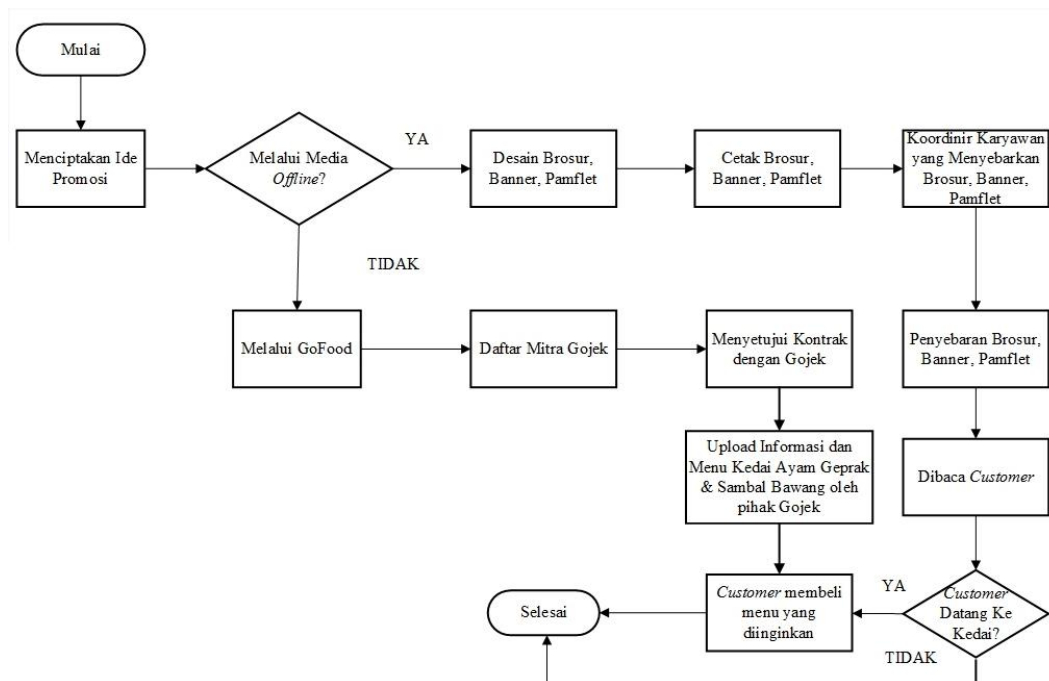
Pemesanan menu untuk acara, dapat dilayani satu hari sebelum acara dimulai. Ketentuan isi dari nasi kotak dapat ditentukan oleh customer, namun customer hanya bisa menambah, tidak dapat mengurangi karena isi dari nasi kotak tersebut minimal berisi standart yang ditentukan oleh pihak Ayam Geprak & Sambal Bawang.

e. Sistem Informasi Promosi Yang Telah Berjalan

Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang saat ini telah melakukan promosi dengan cara yang masih konvensional, yaitu melalui brosur, banner, pamflet. Adapun sistem promosi yang telah berjalan adalah sebagai berikut:

- 1) Menciptakan ide promosi untuk menarik minat *customer*, promosi dibuat melalui media offline dan GoFood.
- 2) Promosi melalui media offline, langkah yang pertama adalah melakukan desain brosur, banner dan pamflet seputar Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, kemudian mencetak desain brosur, banner dan pamflet tersebut. setelah selesai dicetak, maka bagian pemasaran melakukan koordinasi terhadap karyawan yang akan ditugaskan untuk menyebarkan brosur, banner dan pamflet yang telah jadi. Setelah selesai dikoordinir, maka penyebaran dilaksanakan. Setelah bahan promosi tersebut selesai disebar, maka akan ada *customer* yang membacanya, jika berhasil menarik minat *customer*, maka *customer* akan datang ke Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang kemudian membeli menu yang diinginkan.

3) Bermitra dengan Gojek, maka hal yang dilakukan terlebih dahulu adalah mendaftar untuk gabung sebagai mitra Gojek, setelah direspon oleh Gojek, maka Gojek akan menghubungi terkait persetujuan kontrak antara pihak Gojek dan pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, setelah kedua belah pihak sepakat maka pihak Gojek akan melakukan *upload* informasi dan menu yang tersedia di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Sistem promosi yang telah berjalan dapat lebih dipahami dengan bentuk *flowchart* sebagai berikut:



Gambar 4. 2 *Flowchart* Sistem Promosi yang telah berjalan
(Sumber: Data Primer Diolah Peneliti)

2. Analisis dan Interpretasi

Bagian analisis dan interpretasi ini berisi pengumpulan data, identifikasi masalah, memahami kerja dari sistem yang ada, analisis sistem, laporan hasil analisis.

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan semua data yang dibutuhkan dalam desain sistem informasi pemasaran untuk promosi. Data-data diperoleh dengan cara melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Proses pengumpulan data ini dilakukan berulang-ulang, hingga data yang diperlukan dapat terkumpul dan dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan guna melakukan suatu desain *website* untuk promosi bagi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.

b. Identifikasi Masalah

Penerapan sistem informasi pemasaran khususnya subsistem promosi yang dilakukan oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang kurang efektif, karena masih menggunakan cara yang konvensional, seperti pembuatan brosur, banner, pamflet, yang akan mengeluarkan banyak biaya dan tenaga. Mengingat keterbatasan sumber daya manusia di bidang pemasaran dan teknologi informasi, maka pihak Kedai Ayam Geprak masih menggunakan cara tersebut untuk melakukan kegiatan promosi.

c. Memahami Kerja dari Sistem yang Ada

Sistem informasi pemasaran khususnya subsistem promosi yang saat ini digunakan oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang masih menyebar brosur-brosur atau pamflet, sehingga sistem promosi ini memerlukan suatu sistem yang terkomputerisasi. Sistem yang memanfaatkan komputer, akan dapat membantu perusahaan untuk mempromosikan produk-produk yang ada, karena dapat mengurangi biaya yang dikeluarkan, seperti biaya percetakan brosur-brosur dan yang terpenting dapat menghemat tenaga, yaitu tidak perlu mengerahkan beberapa orang untuk menyebar brosur-brosur tersebut.

Proses bisnis yang menggambarkan sistem informasi pemasaran yang ada saat ini adalah sebagai berikut:

- 1) Dimulai dari pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang melakukan riset suatu produk yang akan dikeluarkan.
- 2) Proses kedua adalah melakukan survei pasar, yaitu melakukan survei terhadap pasar yang tujuannya untuk menentukan lokasi dan harga yang sesuai dengan *customer* yang dijadikan sasaran.
- 3) Langkah selanjutnya adalah melakukan promosi melalui media *offline* seperti brosur-brosur, pamflet, sedangkan media *online* yang digunakan adalah media sosial seperti *instagram*, *twitter*. Pemanfaatan media sosial untuk promosi pada Kedai Ayam Geprak disini sudah dicoba, hanya saja belum dapat memilih materi perusahaan apa saja yang dapat diunggah kedalam media sosial yang ada.

- 4) Kegiatan promosi tersebut dapat diterima oleh *customer*, sehingga pelayanan dari pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang terbagi menjadi 3(tiga) pelayanan agar cepat mendapatkan produk yang disediakan oleh Kedai. Pelayanan pertama adalah pesan untuk acara, kedua adalah pelayanan melalui *Go-food* dan yang ketiga adalah pelayanan di dalam kedai.
- 5) Pesan untuk acara dilakukan dimulai dengan customer memesan menu, setelah sepakat dengan harga dan menu yang dipesan serta kesepakatan tentang pengantaran pesanan (bagi area yang dekat dari lokasi kedai), selanjutnya *customer* diberikan opsi pembayaran lunas atau pembayaran ketika pesanan sudah siap diberikan, jika *customer* memilih pembayaran lunas, maka pembayaran tersebut dilakukan di kasir, setelah pembayaran lunas maka sebagai bukti pembayaran, kasir memberikan nota kepada *customer*, setelah pesanan siap, sesuai dengan kesepakatan awal, jika pesanan dibawa sendiri oleh *customer* maka pesanan diberikan untuk dibawa sendiri oleh *customer*, jika tidak dibawa sendiri maka pesanan dikirim ke alamat *customer* sampai pesanan diterima oleh *customer*. Sekarang, jika customer memilih pembayaran di akhir atau ketika pesanan sudah diberikan, maka saat pesanan sudah siap, sesuai dengan kesepakatan awal, jika pesanan akan dibawa sendiri oleh *customer* maka melakukan pelunasan setelah mendapat nota bukti lunas, maka pesanan diberikan kepada *customer*. Sekarang, jika *customer* memilih untuk diantarkan pesannya, maka pesanan dikirim ke alamat yang ditentukan *customer*, setelah sampai di lokasi, *customer* melakukan pelunasan kepada karyawan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang yang bertugas

mengantarkan pesanan tersebut, setelah diberikan nota bukti lunas, maka pesanan diberikan kepada *customer* maka proses pelayanan ini selesai.

- 6) Pelayanan melalui *Go-Food*, *customer* membuka layanan *Go-Food* setelah itu melakukan input nama Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang agar mempercepat pencarian, selanjutnya pilih dan input berapa menu yang diinginkan, setelah itu input lokasi pengantaran, setelah alamat dicantumkan maka *customer* diberikan opsi pembayaran cash atau memakai *Go Pay*, setelah memilih opsi pembayaran selanjutnya klik pesan dan akan mendapatkan *driver*. *Driver* yang ditugaskan akan datang ke kedai, memperlihatkan pesanan yang diinginkan *customer*, setelah pesanan dibeli maka *driver* mendapatkan nota bukti pembayaran, *driver* membawa pesanan ke lokasi *customer*, setelah sampai maka *driver* memberikan nota dan memberi tahu tarif yang harus dibayar oleh *customer*, setelah lunas pesanan maka pesanan diberikan kepada *customer* dan proses pelayanan ini selesai.
- 7) Pelayanan yang ketiga adalah *customer* yang datang ke kedai, maka *customer* akan diberikan buku menu, setelah memesan menu, maka *customer* mendapatkan no antrian dan menunggu di tempat yang telah disediakan oleh pihak kedai, lalu pesanan disajikan sesuai no antrian dan *customer* dapat langsung menikmatinya, setelah selesai menikmati maka *customer* dapat melakukan pembayaran di kasir dan mendapatkan nota bukti pembayaran. Proses pelayanan ini selesai.

Alur proses bisnis sistem informasi pemasaran yang ada pada kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang agar mudah untuk dipahami dapat dilihat dalam bentuk *flowchart* seperti gambar berikut:

d. Analisis Sistem

Analisis sistem ini berisi tentang kelemahan dari suatu sistem yang ditemukan pada saat mengetahui kerja sistem promosi yang telah ada dan dari identifikasi masalah yang ada pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.

Kelemahan dari sistem promosi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang yang dapat ditemukan adalah sebagai berikut:

- 1) Masih menggunakan sistem promosi yang konvensional
- 2) Belum memanfaatkan komputer dalam kegiatan promosinya
- 3) Belum mengoptimalkan pemakaian internet dalam menunjang kegiatan promosi
- 4) Belum dapat menerapkan materi perusahaan kedalam media promosi yang digunakan
- 5) Belum memiliki *website* untuk menunjang pemaksimalan Google Bisnisku

e. Laporan Hasil Analisis

Laporan hasil analisis dapat dijelaskan setelah proses dari analisis sistem telah selesai dilakukan, adapun isi dari laporan hasil analisis pada Kedai Ayam Geprak Sambal Bawang adalah berupa permasalahan yang terjadi dan solusi atas permasalahan yang ditemukan, uraian lengkapnya adalah sebagai berikut:

- 1) Permasalahan atau kekurangan yang ada pada sistem yang sedang berjalan saat ini, yaitu:
 - a) Belum adanya media promosi yang dapat mengintegrasikan semua kegiatan promosi yang dibutuhkan oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.

Sehingga orang tidak banyak mengetahui tentang adanya Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang

- b) Belum memadukan komputer dan internet dalam upaya kegiatan promosinya.
 - c) Kegiatan promosi banyak dilakukan secara *offline*, seperti mencetak brosur-brosur, pamflet, banner yang memerlukan biaya yang tidak kecil.
 - d) Masih mengandalkan promosi *word of mouth*, yang hasilnya tidak dapat dipastikan.
- 2) Solusi atas permasalahan yang ada, adalah sebagai berikut:
- a) Menyediakan media promosi berupa sebuah *website* yang dapat menunjang kegiatan promosi yang dibutuhkan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang
 - b) Memadukan teknologi komputer dan internet untuk kegiatan promosi agar lebih efektif dan efisien
 - c) Upaya pengenalan produk-produk dan informasi seputar perusahaan akan diunggah melalui internet, sehingga tidak mengeluarkan begitu banyak biaya dan tenaga.
- 3) Menggunakan media promosi berupa *website* yang dapat dijangkau oleh berbagai orang dan kalangan, sehingga informasi tentang perusahaan akan cepat diketahui, dan membuat perusahaan menjadi dikenal dimana saja, tidak terbatas di daerah Kota Malang saja.

3. Desain Sistem

Desain sistem dalam penelitian ini merupakan tahapan untuk menampilkan gambaran tentang perencanaan *website* yang digunakan untuk promosi. Desain sistem ini dibuat agar diketahui apa saja yang diperlukan untuk membuat sistem tersebut, serta untuk mengetahui siapa saja yang berperan penting dalam alur sistem ketika sudah berjalan nanti, sehingga sistem ini dapat bermanfaat jika digunakan oleh perusahaan. Tahapan pembuatan desain sistem ini yaitu desain model sistem, desain teknologi, kemudian desain *website*.

a. Desain Model Sistem

Desain model sistem adalah salah satu tahapan dalam desain sistem yang berisi tentang gambaran cara kerja sistem yang berjalan berdasarkan fungsi-fungsinya. Tahap desain model sistem ini berupa desain logic.

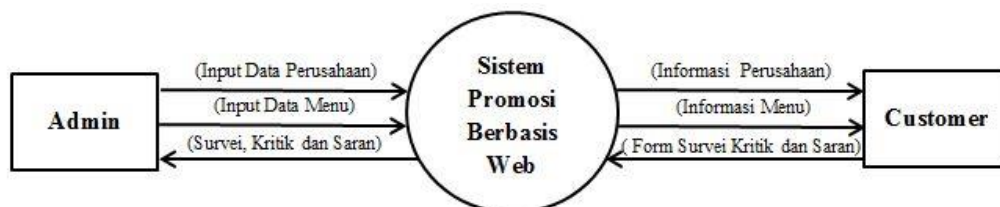
1) Desain Logic (logical design)

Desain Logic ini merupakan tahapan desain model sistem yang menggunakan rangkaian *Data Flow Diagram* atau yang sering dikenal dengan DFD. Tujuan menggunakan DFD ini adalah supaya lebih mudah dalam mengatur rencana pengembangan sistem yang akan dibuat maupun diperbarui secara logika. Proses penggunaan DFD ini, diawali dengan Diagram konteks kemudian dilanjutkan dengan DFD level 0, serta didukung dengan *Use Case Diagram*.

a) Diagram Konteks

Diagram konteks adalah suatu bentuk yang menggambarkan proses yang terjadi dalam suatu sistem yang direncanakan dengan simbol lingkaran sebagai proses, persegi sebagai terminator, serta tanda panah sebagai aliran data. Proses

dalam desain sistem promosi berbasis web ini melibatkan 2 entitas eksternal yaitu admin dan customer.



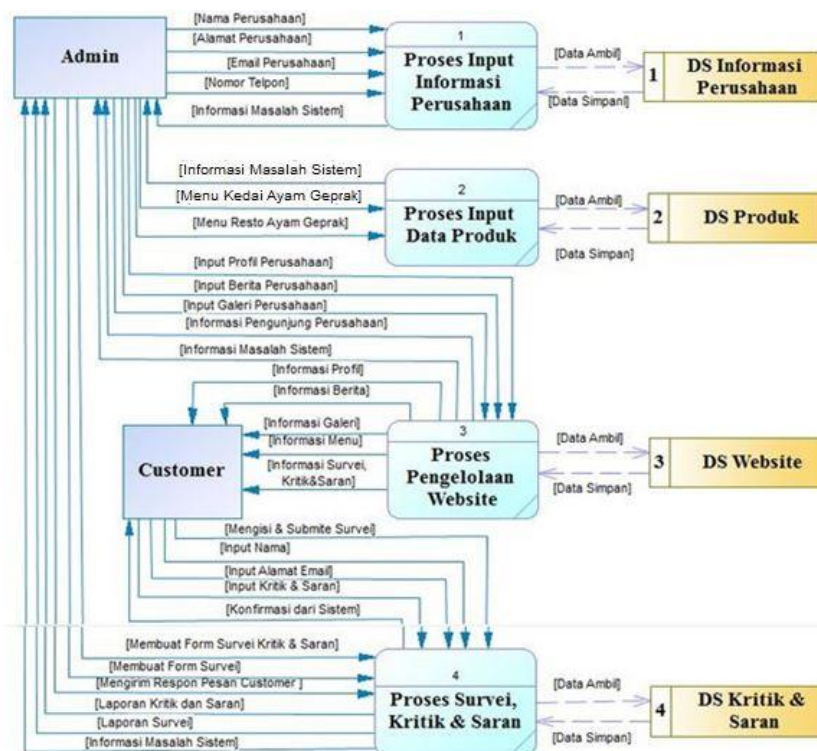
Gambar 4. 4 Diagram Konteks
(Sumber: Data Primer diolah)

Fungsi entitas-entitas eksternal yang terkait pada diagram konteks diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Admin, berfungsi sebagai operator atau orang yang mengendalikan sistem tersebut. Wewenang admin adalah dapat melakukan input informasi data, informasi data menu dan dapat melihat dan merespon data kritik dan saran yang dikirimkan oleh customer melalui sistem.
- 2) *Customer*, memiliki keuntungan yang diperoleh dari sistem ini, yaitu dapat mengetahui informasi perusahaan, informasi menu, serta dapat memberikan kritik dan saran.

b) Data Flow Diagram Level 0

Data Flow Diagram Level 0 ini berisi proses-proses yang ada pada desain sistem promosi berbasis *website*, diagram ini merupakan penjelasan dari proses yang ada pada diagram konteks, namun disajikan lebih detail. Tujuan dibuatnya *Data Flow Diagram Level 0* ini adalah untuk mempermudah mengetahui proses-proses apa saja yang berada dalam sistem.



Gambar 4. 5 Data Flow Diagram
(Sumber: Data Primer diolah)

Data Flow Diagram level 0 untuk desain sistem promosi berbasis *website* ini terdapat 3 (tiga) proses, penjelasan tentang proses-proses tersebut adalah sebagai berikut:

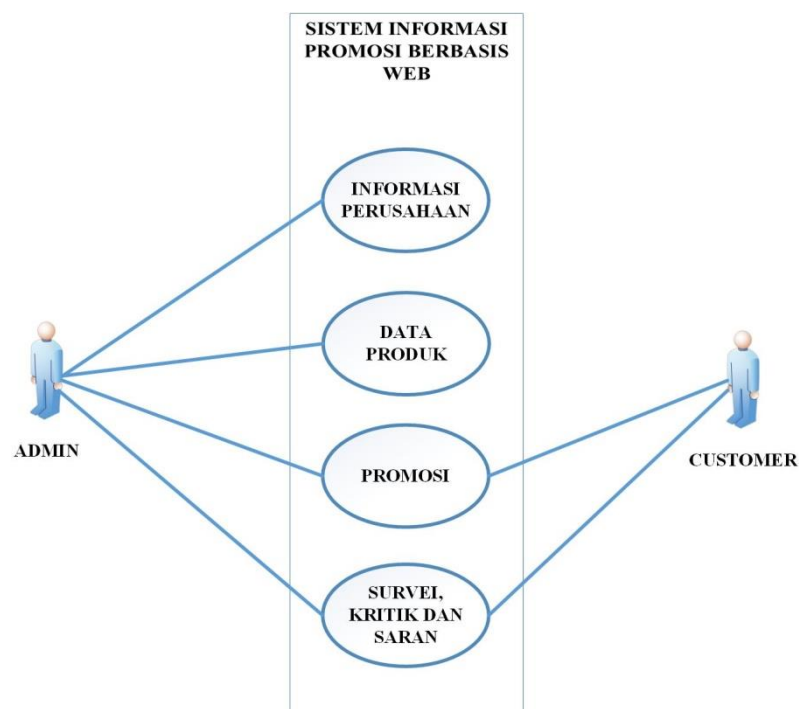
- 1) Proses input informasi detail perusahaan, proses yang terjadi pada saat admin melakukan input informasi tentang nama perusahaan, alamat perusahaan, email perusahaan, nomor telepon, kemudian di simpan di dalam *Data Storage* Informasi Perusahaan.
- 2) Proses input data produk, proses ini merupakan suatu proses dimana admin melakukan input produk yang ada di kedai dan yang ada di resto, yang dapat diinputkan adalah nama produk, detail produk, foto produk, harga produk. Data tentang produk tersebut akan secara otomatis disimpan di *Data Storage* Produk.

- 3) Proses Pengelolaan *Website*, proses ini melibatkan admin dan *customer*. Admin bertugas untuk mengelola isi *website* dengan melakukan input profil perusahaan, input berita atau pengumuman, input foto-foto untuk galeri, setelah *website* siap digunakan dan di *publish*, maka admin akan mendapat laporan tentang hasil *publish website* tersebut dan dapat mengetahui berapa angka pengunjung yang melihat *website* tersebut, setelah *website* sudah online, *customer* dapat mendapat informasi terkait isi *website* yang telah diunggah, seperti informasi menu, profil, galeri, kontak, pengumuman terkait perusahaan.
- 4) Proses Survei, Kritik & Saran, proses dimana admin telah menyediakan form survei, kritik dan saran, kemudian merespon pesan *customer*, sedangkan *customer* bertugas memiliki hak untuk menjawab pertanyaan survei dengan memilih satu jawaban yang tersedia, kemudian di *submit*, lalu *customer* juga diharapkan memberikan tanggapan pelayanan perusahaan juga dan memberikan pesan berupa kritik dan saran kepada perusahaan melalui kolom pesan yang ada di *website*, setelah itu pesan akan diterima oleh admin dan tersimpan di *Data Storage* Survei, Kritik & Saran, yang kemudian akan digunakan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan.

c) Use Case Diagram

Use Case Diagram sistem informasi promosi berbasis web ini dapat menjelaskan skenario interaksi yang dilakukan oleh dua actor terhadap sistem.

Actor pertama adalah admin , admin dapat melakukan aksi input data perusahaan, melakukan promosi pada *website*, merespon kritik dan saran yang masuk. *Actor* kedua adalah *customer*, *customer* dapat melihat informasi yang ditampilkan *website* serta dapat memberikan kritik & saran terhadap perusahaan melalui *website*.



Gambar 4. 6 *Use Case Diagram*
(Sumber: Data Primer diolah)

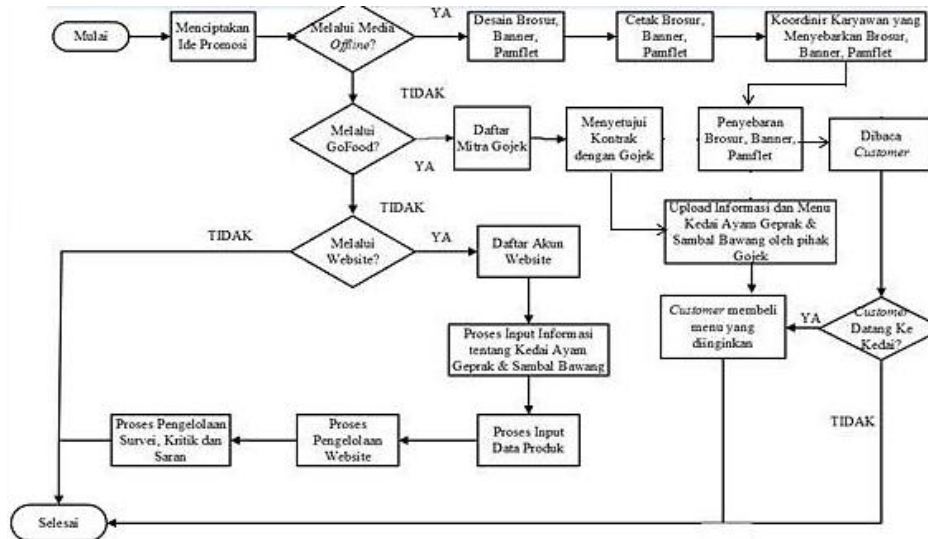
Tabel 4.3 Narasi *Use Case* Sistem Promosi Berbasis *Website*

<i>Actor</i>	<i>Customer</i>
<i>Pre-Condition</i>	<i>Customer</i> mengunjungi <i>website</i>
<i>Flow of Events</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saat <i>customer</i> memilih home Sistem menampilkan tentang owner dan pengumuman 2. <i>Customer</i> memilih profil Sistem menampilkan profil, visi misi dan nilai, serta

Lanjutan Tabel 4.3 Narasi Use Case Sistem Promosi Berbasis Website

	<p>pelayanan perusahaan</p> <p>3. <i>Customer</i> memilih menu lokasi Sistem menampilkan lokasi serta kontak yang bisa dihubungi.</p> <p>4. <i>Customer</i> memilih menu Sistem akan menampilkan menu makanan dan minuman di kedai dan menu di resto.</p> <p>5. <i>Customer</i> memilih galeri Sistem menampilkan foto-foto suasana di kedai Ayam Geprak Sambal Bawang</p> <p>6. <i>Customer</i> memilih pesan Sistem akan menampilkan kolom kritik dan saran sekaligus survei kepuasan pelanggan</p> <p>7. <i>Customer</i> mengisi kolom kritik dan saran</p>
<i>Post-Condition</i>	<i>Customer</i> sudah memasukkan pesan kritik dan saran sekaligus mengisi survei, maka dapat kembali ke menu yang sudah dibuka sebelumnya.

(Sumber: Data Primer diolah, 2017)

d) *Flowchart* Desain Sistem Promosi

Gambar 4.7 *Flowchart* Desain Sistem Promosi
(Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2017)

Flowchart desain sistem promosi ini menggambarkan sistem promosi yang media promosinya sudah ditambah dengan menggunakan *website*. Sebelumnya, Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang hanya menggunakan media promosi melalui banner, pamflet, brosur serta bermitra dengan Gojek. Media yang dimanfaatkan dirasa kurang efektif, untuk itu penelitian menambah media promosi secara online yaitu dengan menggunakan *website*. *Website* yang didesain dapat digunakan untuk mengunggah informasi lengkap seputar Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, dapat menyimpan data produk, dapat digunakan untuk menjalin hubungan dengan para customer dengan cara menyediakan fitur survei, fitur kritik dan saran, serta dapat terhubung dengan media sosial yang dimiliki oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang seperti *email*, *instagram*, *twitter*, *facebook*.

b. Desain Teknologi

Desain teknologi ini terdiri dari komponen-komponen teknologi yang mendukung dalam desain sistem informasi pemasaran berbasis *website* untuk promosi. Teknologi ini terdiri dari sebagai berikut:

a) Database

Database yang digunakan pada desain sistem informasi pemasaran untuk promosi ini adalah *database* yang telah disediakan oleh *Weebly*.

b) Software

Software yang digunakan untuk mendukung desain sistem informasi pemasaran berbasis *website* untuk promosi ini adalah sebagai berikut:

- 1) Microsoft Windows 8.1 digunakan untuk *Operating System*
- 2) *Website Browser*

c) Hardware

Hardware yang dibutuhkan untuk membuat sistem informasi pemasaran untuk promosi pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang ini adalah Laptop yang minimal memiliki spesifikasi sebagai berikut:

- 1) Processor: Intel(R) Core(TM) i3-4030U CPU @1.90GHz 1.90 GHz
- 2) Grafis : NVIDIA GeForce 820M
- 3) RAM : 2 GB
- 4) *Harddisk* : 500 GB
- 5) *Input Device* : *Mouse & Keyboard*

d) *Network*

Network atau jaringan yang digunakan untuk mendukung sistem agar terhubung dengan internet adalah sebagai berikut:

- 1) WIFI
- 2) WCDMA/LTE *mobile data connection* untuk *handheld device*

c. **Desain *Website***

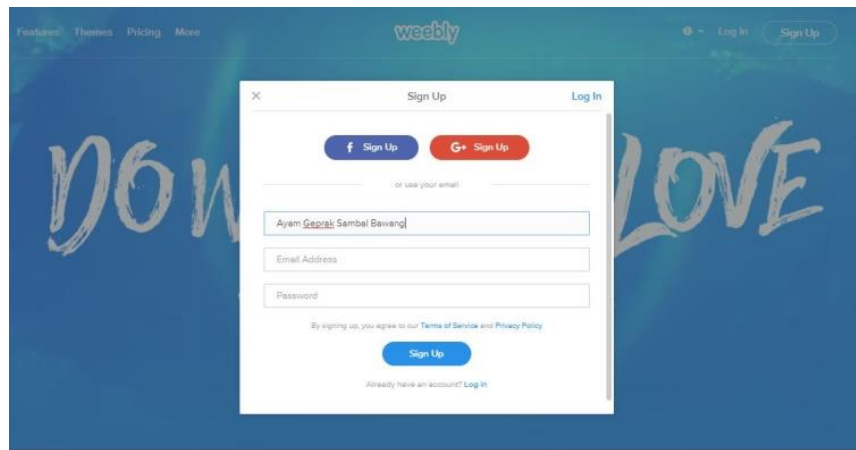
Desain *website* merupakan tahap yang tidak kalah penting dengan tahap-tahap sebelumnya. Tahap desain *website* ini akan menampilkan suatu sistem yang disusun melalui tahap desain model sebelumnya, dalam tahap ini *website* diupayakan dapat menjalankan proses yang telah diperintahkan. Desain *website* ini menggunakan sebuah laptop dengan spesifikasi yang sudah dijelaskan di desain teknologi sebelumnya, proses desain dilakukan dengan cara online. Lancarnya proses desain *website* akan tercapai, jika semua kebutuhan dapat dipersiapkan dengan baik, seperti laptop, internet yang memadai dan file yang mendukung seperti gambar-gambar yang berkaitan dengan perusahaan.

Langkah-langkah dalam tahap desain *website* antara lain sebagai berikut:

1) Pendaftaran akun di *Weebly*

Weebly adalah sebuah *website builder*, agar dapat menggunakannya, langkah yang pertama adalah mengakses www.Weebly.com, kemudian pilih *sign up*. Pendaftaran di akun *weebly* ini perlu mengisi kolom nama, email dan password, ketika sudah berhasil *sign up*, maka akan muncul pilihan bentuk halaman *website* yang diinginkan, yaitu site, blog atau store. Peneliti memilih store. Pemilihan halaman *website* sudah selesai, setelah itu memasukkan alamat *website* yang ingin

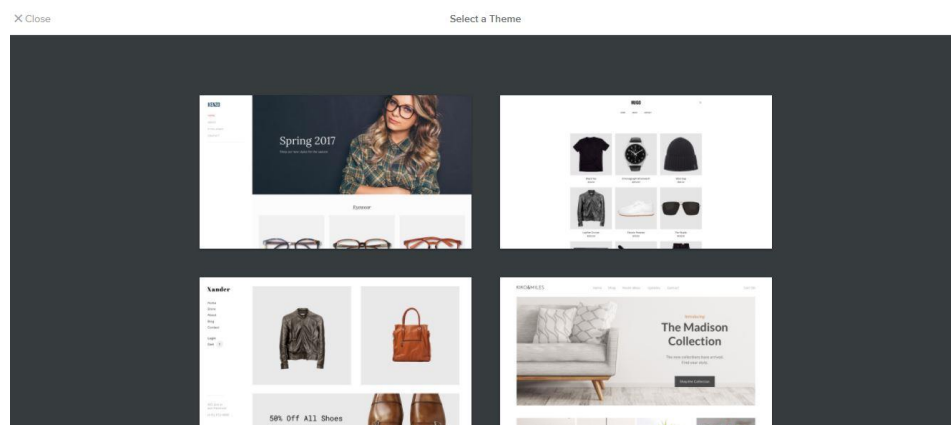
digunakan, yaitu `digeprakbawang.weebly.com` dan tunggu sampai dinyatakan *available* oleh pihak weebly.



Gambar 4. 8 Pendaftaran *Weebly*
(Sumber: Data Primer diolah)

2) *Input Data Perusahaan*

Pendaftaran akun weebly jika berhasil berhasil, tahap selanjutnya adalah memilih tema *website*.



Gambar 4. 9 Tema *Website*
(Sumber: Data Primer diolah)

Tema *website* dipilih kemudian melakukan *start editing*, muncul *website* yang siap untuk dikelola dan selanjutnya adalah proses input data perusahaan,

seperti foto-foto, profil dan menu-menu yang ada di Kedai Ayam Geprak Sambal Bawang. Tampilan *editing website* adalah seperti ini:



Gambar 4. 10 *Editing Website*
(Sumber: Data Primer diolah)

- 3) Menyediakan form untuk kritik & saran dan form survei kepuasan pelanggan
- Tujuan diadakannya *website* ini adalah untuk mendekatkan perusahaan dengan customer, untuk itu dalam desain *website* ini, disediakan form untuk kritik dan saran, agar customer dapat menyalurkan aspirasinya kepada perusahaan dan ini demi kebaikan perusahaan untuk kedepannya. Tampilan form kritik dan saran adalah sebagai berikut:

The screenshot shows a web form titled "KRITIK & SARAN" for the business "AYAM GEPRAK SAMBAL BAWANG". The form is set against a purple background. It features a navigation menu at the top with links for HOME, PROFIL, LOKASI, MENU, GALERY, and PESAN. The form itself has three main input areas: a "Nama" field with a red asterisk, an "Email" field with a red asterisk, and a "Pesan yang dikirim" field with a red asterisk. A "SUBMIT" button is located at the bottom of the form. On the left side, there is a sidebar with various widget options like Text, Image, Gallery, Slideshow, Map, Contact Form, Newsletter Form, and Button.

Gambar 4. 11 Form Kritik dan Saran
(Sumber: Data Primer diolah)

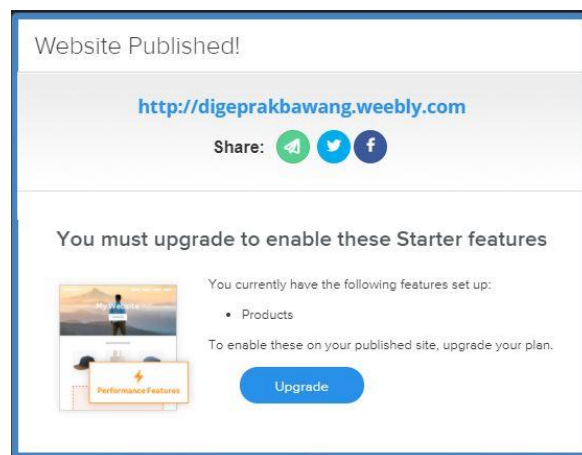
Form kritik dan saran sudah dibuat, selanjutnya adalah pembuatan form untuk mengetahui kepuasan pelanggan melalui pertanyaan, sehingga diharapkan perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan perusahaan, tampilannya adalah sebagai berikut:

The screenshot shows a web form titled "SURVEI KEPUASAN PELANGGAN" for the business "AYAM GEPRAK SAMBAL BAWANG". The form is set against a white background. It features a navigation menu at the top with links for HOME, PROFIL, LOKASI, MENU, GALERY, and PESAN. The form contains two main questions: "Darimana anda tahu tentang Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang?" with radio button options for Teman, Media Sosial, Melihat Sendiri, and Lainnya; and "Berapa umur anda?" with radio button options for <13, 13-20, 21-35, 36-50, and >50. A text input field is provided for "Jika lainnya, berikan spesifikasinya:". On the left side, there is a sidebar with various widget options like Text, Image, Gallery, Slideshow, Map, Contact Form, Newsletter Form, and Button.

Gambar 4. 12 Form Survei
(Sumber: Data Primer diolah)

4) Proses *Publish website*

Proses editing sudah selesai, selanjutnya adalah tahap publish *website*, alasan penulis melakukan publish *website* karena terdapat layanan kritik saran dan survei pelanggan, agar dapat menunjukkan keberhasilan proses survei, kritik dan saran, maka penulis akan melakukan uji coba survei, kritik dan saran terhadap *customer*, untuk itu *website* perlu di publish sehingga akan dapat dilihat atau dikunjungi oleh *customer* melalui alamat *website* yang telah ditentukan, yaitu www.digepraktawang.weebly.com. *Website* yang telah berhasil di *publish* akan menunjukkan keterangan sebagai berikut:



Gambar 4. 13 *Publish*
(Sumber: Data Primer diolah)

5) Uji coba desain *website* pihak *customer*

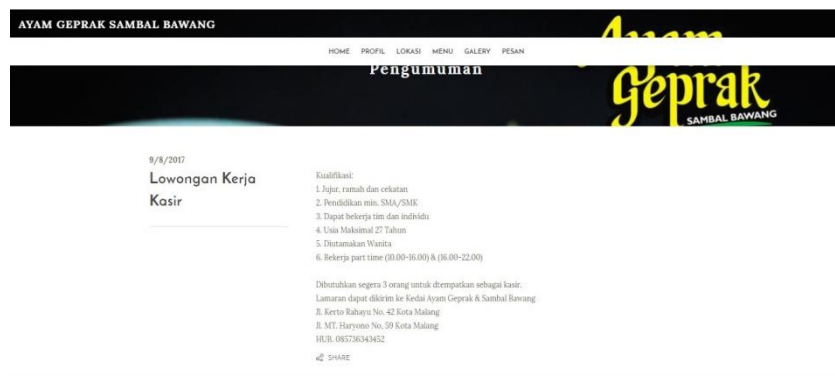
Uji coba ini dilakukan untuk mengetahui berfungsi atau tidaknya menu pada tampilan-tampilan desain *website* yang telah dibuat.

1. Tampilan informasi pada menu home dengan sub menu pengumuman



Gambar 4. 14 Home
(Sumber: Data Primer diolah)

Isi dari menu home adalah ulasan tentang pemilik Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang serta keterangan yang menandakan bahwa *website* ini merupakan *website* resmi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. *Website* ini dapat menggunggah informasi seputar Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Menu home terdapat sub menu pengumuman yang dapat dijelaskan sebagai berikut. Tampilan sub menu pengumuman adalah sebagai berikut:

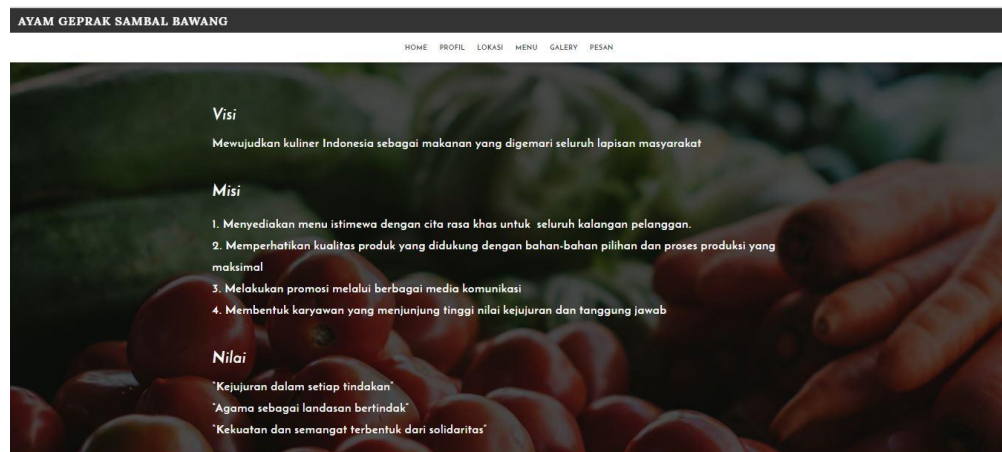


Gambar 4. 15 Pengumuman
(Sumber: Data Primer diolah)

Sub menu pengumuman ini berisi tentang pengumuman yang penting seputar Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Pengumuman ini diposting oleh admin untuk memberikan informasi kepada *customer*. File pengumuman ini

tersimpan di *database*, sehingga dapat dilihat kembali jika suatu saat memerlukan informasi ini.

2. Tampilan menu yang kedua adalah profil. Menu profil mempunyai sub menu visi, misi, nilai dan sub menu pelayanan



Gambar 4. 16 Visi,misi,nilai
(Sumber: Data Primer diolah)

Sub menu visi, misi dan nilai ini terdiri dari visi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang yang berbunyi sebagai berikut:

“Mewujudkan kuliner Indonesia sebagai makanan yang digemari seluruh lapisan masyarakat.”

Misi dari Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah sebagai berikut:

- a. Menyediakan menu istimewa dengan cita rasa khas untuk seluruh kalangan pelanggan
- b. Memperhatikan kualitas produk yang didukung dengan bahan-bahan pilihan dan proses produksi yang maksimal.
- c. Melakukan promosi melalui berbagai media komunikasi.

d. Membentuk karyawan yang menjunjung tinggi nilai kejujuran dan tanggung jawab.

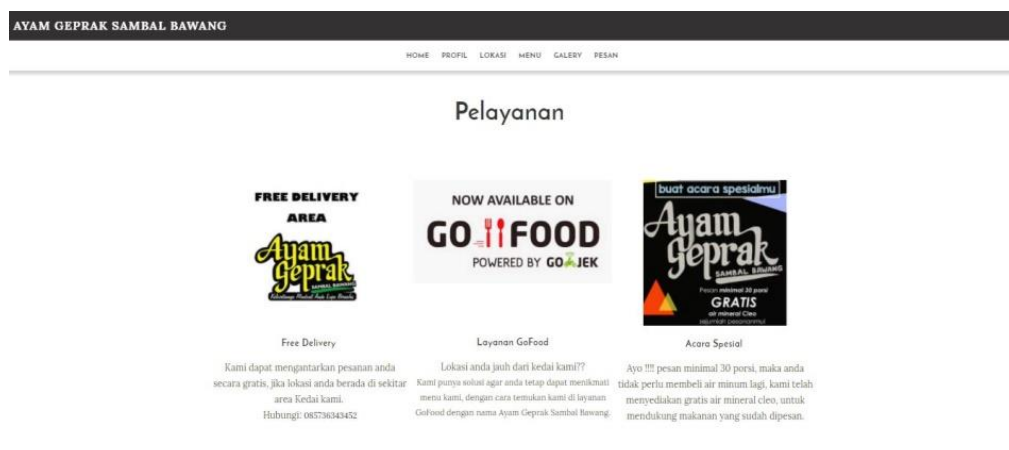
Nilai dari Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah sebagai berikut:

“Kejujuran dalam setiap tindakan”

“Agama sebagai landasan bertindak”

“Kekuatan dan semangat terbentuk dari solidaritas”

Sub menu yang kedua dari profil adalah sub menu pelayanan, tampilan informasi tentang pelayanan adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 17 Pelayanan
(Sumber: Data Primer diolah)

Sub menu pelayanan berisi tentang pelayanan dari Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang yang diberikan kepada *customer*. Pelayanan yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a. *Free Delivery Area*

Layanan gratis antar pesanan ini adalah layanan yang dikhususkan untuk *customer* yang lokasinya tidak jauh dari lokasi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, yaitu lokasi yang masih satu jalan dengan lokasi Kedai. Cara

memesannya adalah yang pertama dengan cara menghubungi nomor telepon yang telah disediakan oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Cara yang kedua adalah dengan mendatangi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang untuk memesannya kemudian menunggu untuk diantar pesanan yang diinginkan.

b. Layanan GoFood

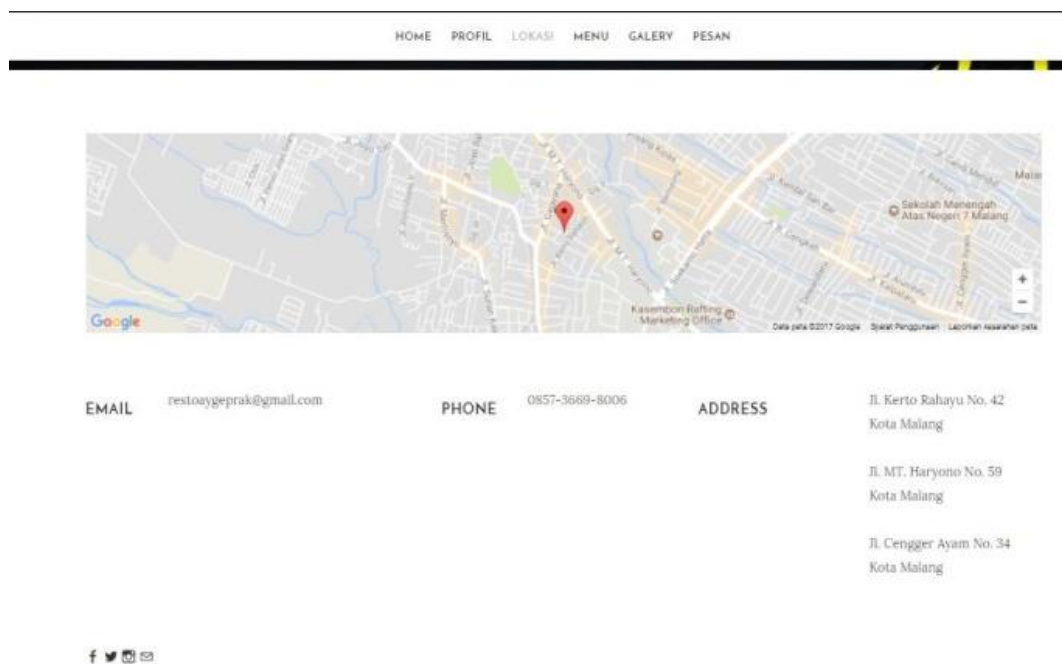
Bagi *customer* yang lokasinya jauh dari Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang tidak perlu merasa takut untuk tidak mendapatkan pelayanan. Pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang telah bekerja sama dengan pihak GoJek, dengan menjadikan pihak GoJek sebagai mitra, maka *customer* dapat menikmati menu yang disediakan oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dengan membeli melalui layanan *GoFood* yang ada di aplikasi GoJek.

Hal yang pertama dilakukan adalah *customer* melakukan download aplikasi GoJek terlebih dahulu di *Playstore* atau *Apps store*, setelah itu registrasi akun, kemudian memulai pencarian dengan melakukan klik pada layanan *GoFood*, kemudian tulis di pencarian dengan kata Ayam Geprak & Sambal Bawang, maka *customer* dapat memilih pesanan yang diinginkan.

c. Layanan Acara Spesial

Layanan acara spesial yang dimaksud adalah bentuk pelayanan yang diberikan disini adalah jika *customer* memesan minimal 30 porsi nasi kotak, maka pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang memberikan gratis air mineral Cleo sesuai pesanan.

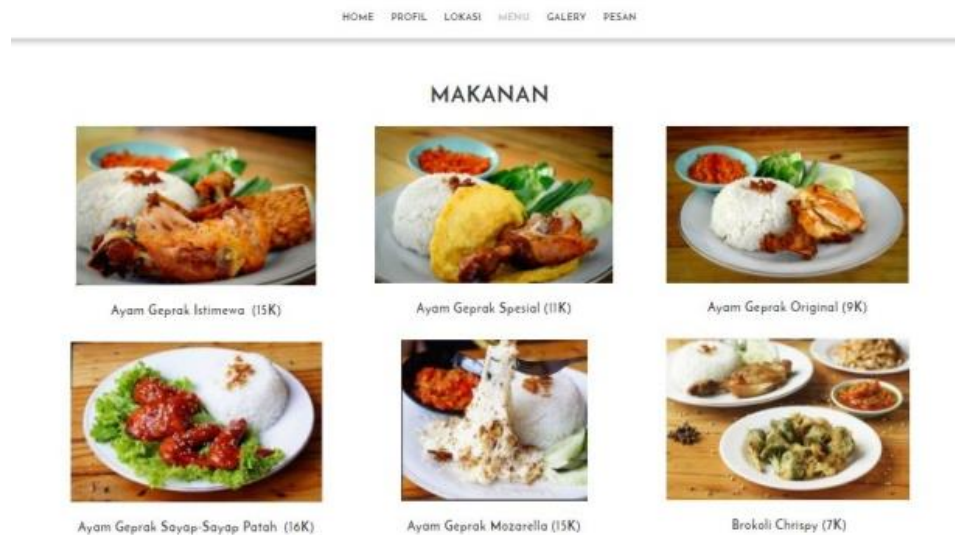
3. Menu yang ketiga adalah Lokasi, tampilan dari menu lokasi adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 18 Lokasi
(Sumber: Data Primer diolah)

Tampilan menu lokasi ini berisi denah atau peta lokasi Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, email Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, nomor telepon dan *whatsapp* yang dapat dihubungi. *Website* ini juga dapat dihubungkan dengan media sosial yang dimiliki oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang yaitu *facebook*, *twitter*, *instagram*, sehingga *customer* dapat mengetahui adanya media sosial yang digunakan oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.

4. Menu yang keempat adalah berisi submenu makanan, sub menu minuman, sub menu resto. Tampilan menu makanan yang ada di Kedai Ayam Geprak Sambal Bawang adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 19 Makanan
(Sumber: Data Primer diolah)

Tampilan menu makanan ini berisi daftar makanan yang tersedia di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Customer dapat melihat foto tampilan sajian makanan beserta harganya. Tampilan dibuat menarik agar pengunjung tertarik untuk mencoba menu makanan yang tersedia di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang tersebut, sedangkan adanya harga yang dicantumkan ini memiliki tujuan untuk memberi informasi kepada customer agar dapat memilih menu sesuai yang diminati.

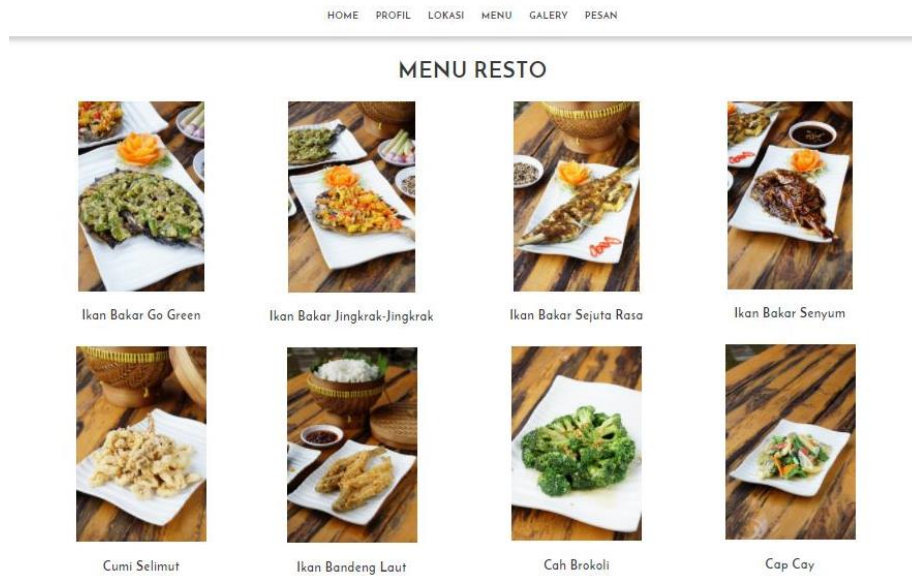
Tampilan menu selanjutnya adalah sub menu minuman yang ada di Kedai Ayam Geprak Sambal Bawang, adapun tampilan menu minuman adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 20 Minuman
(Sumber: Data Primer diolah)

Menu minuman ini berisi minuman yang tersedia di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang yang diperlihatkan dengan tampilan foto beserta harganya. Foto minuman ditampilkan dengan menarik agar mengundang minat *customer* untuk mencoba membeli minuman di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Sedangkan harga juga dicantumkan untuk mempermudah *customer* dalam mengambil keputusan memilih minuman apa yang harus dibeli.

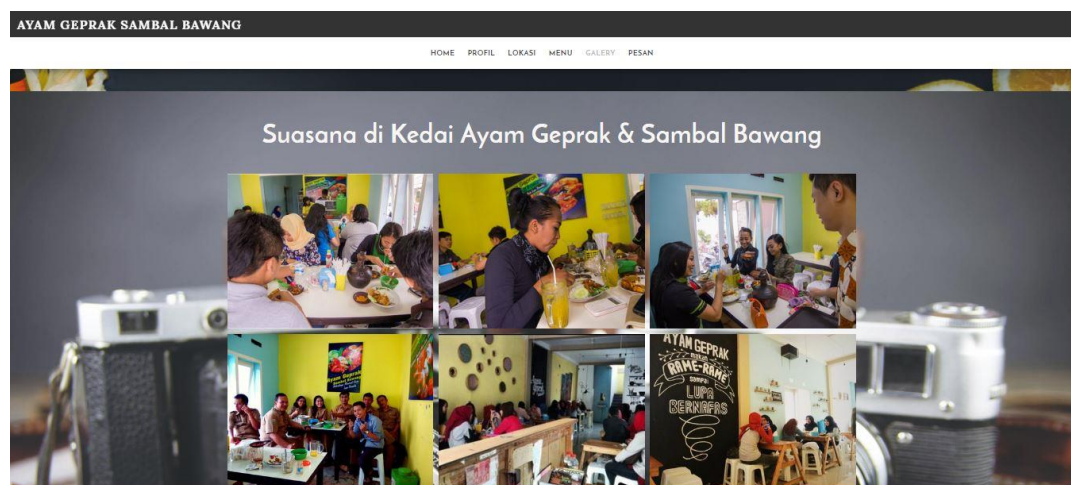
Tampilan menu selanjutnya adalah menu yang tersedia di Resto Ayam Geprak & Sambal Bawang. Resto Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah salah satu cabang dari Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Tampilan menu yang ada di Resto Ayam Geprak Sambal Bawang adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 21 Menu Resto
(Sumber: Data Primer diolah)

Isi dari sub menu Resto Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah informasi tentang menu makanan dan minuman yang tersedia di Resto. Pada menu Resto ini tampilan makanan dan minuman dibuat menjadi satu tampilan agar berbeda dengan tampilan menu yang ada di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.

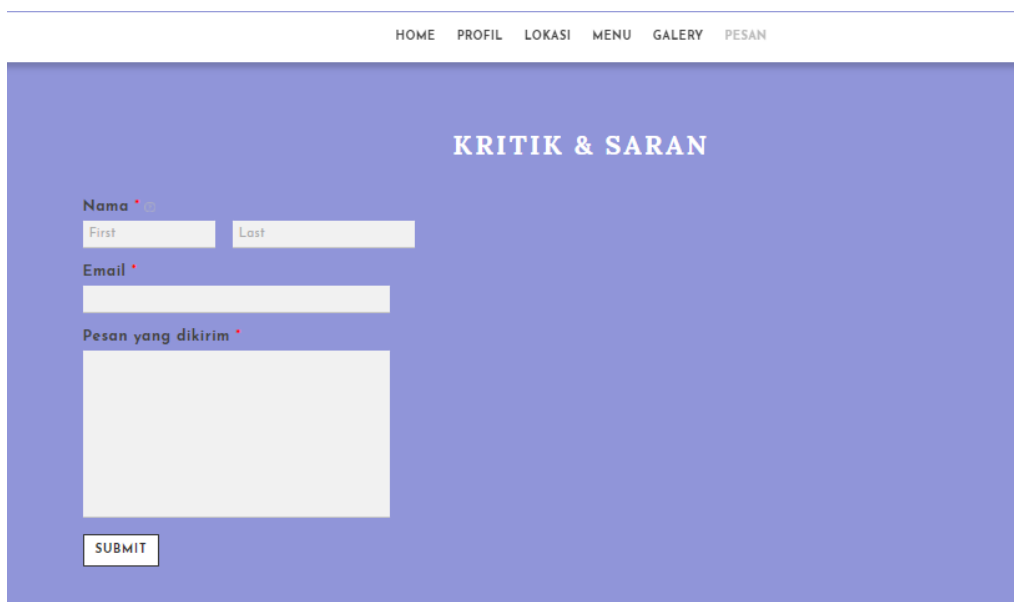
5. Menu yang kelima adalah menu Galeri. Tampilan dari menu Galeri adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 22 Galeri
(Sumber: Data Primer diolah)

Menu galeri ini memperlihatkan foto-foto suasana di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Foto suasana ini ditampilkan untuk memperlihatkan kepada *customer* bahwa suasana ke di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang terlihat ramai pengunjung dan tempatnya yang bersih serta banyaknya kursi dan meja yang tersedia, sehingga diharapkan *customer* tidak ragu untuk menikmati makanan di Kedai.

6. Menu yang terakhir adalah menu pesan. Menu pesan ini terdapat form kritik & saran serta form survei kepuasan pelanggan. Tampilan form kritik dan saran adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 23 Kritik dan Saran
(Sumber: Data Primer diolah)

Form kritik dan saran disediakan di *website* ini dengan tujuan untuk mempermudah *customer* dalam menyalurkan aspirasinya untuk perbaikan pelayanan pada Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Customer dapat menuliskan kritik dan sarannya dengan cara mencantumkan nama, email kemudian menulis kritik dan sarannya, setelah itu di *submit*.

7. Tampilan form survei kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

HOME PROFIL LOKASI MENU GALERY PESAN

SURVEI KEPUASAN PELANGGAN

Darimana anda tahu tentang Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang? *

Teman
 Media Sosial
 Melihat Sendiri
 Lainnya

Jika lainnya, berikan spesifikasinya:

Penilaian produk dengan harga yang digunakan? *

Murah
 Sedang
 Mahal

Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang? *

Buruk
 Cukup
 Baik

Gambar 4. 24 Form Survei
(Sumber: Data Primer diolah)

Tujuan form survei kepuasan pelanggan dicantumkan di dalam *website* ini adalah untuk melakukan riset kepada para *customer*, guna mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.

Cara mengisi form pertanyaan dari survei pelanggan ini adalah dengan menjawab pertanyaan survei kemudian pilih *submit* untuk mengirim jawaban yang sudah selesai. Jawaban dari *customer* secara otomatis akan tersimpan dalam *database* survei, kemudian diolah oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang untuk dijadikan alat pengambilan keputusan terhadap pelayanan kedepannya.

Menu-menu yang tersedia di *website* ini telah diuji coba keberhasilannya, yaitu setiap menu dapat berjalan sesuai dengan fungsinya. Adapun laporan uji coba terhadap menu-menu yang di *website* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Laporan Uji Coba Desain *Website* Pihak *Customer*

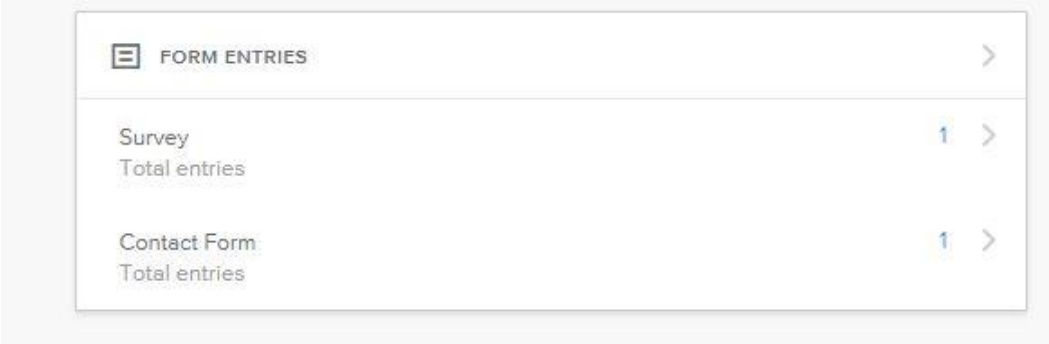
No	Kegiatan	Keterangan	
		Sukses	Gagal
1.	Tampilan menu home dan sub menu pengumuman	√	
2.	Tampilan profil, visi, misi, nilai dan informasi pelayanan	√	
3.	Pencarian lokasi dan kontak	√	
4.	Pencarian Menu	√	
5.	Tayangan galeri	√	
6.	Mengirim pesan kritik dan saran	√	
7.	Menyelesaikan pengisian survei	√	

Hasil laporan kegiatan pertama adalah menu home dan sub menu pengumuman berhasil memperlihatkan ulasan tentang pemilik kedai dan pengumuman sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan kedua adalah menu profil dapat memperlihatkan profil, visi, misi, nilai dan informasi pelayanan sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan ketiga adalah menu lokasi dan kontak dapat menampilkan lokasi dan memberikan informasi kontak yang dapat dihubungi berupa nomor telepon dan media sosial yang dimiliki kedai, sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan yang keempat adalah *website* ini dapat menampilkan menu makanan, minuman dan menu yang ada di resto sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan kelima adalah menu galeri dapat menampilkan foto-foto suasana kedai, sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan keenam adalah form kritik dan saran dapat berjalan sesuai dengan perintah dan datanya dapat disimpan di database, sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan yang ketujuh adalah form survei yang dapat dijalankan

sesuai perintah dan datanya dapat tersimpan di database survei, sehingga diberi keterangan sukses.

6) Uji coba desain *website* pihak admin.

Uji coba desain *website* bagi pihak admin dilakukan untuk melihat, apakah sudah dapat menerima pesan yang masuk, serta melihat statistik kunjungan *website*. Tampilan pesan dan survei yang masuk ke database dan dapat dilihat oleh admin adalah sebagai berikut:

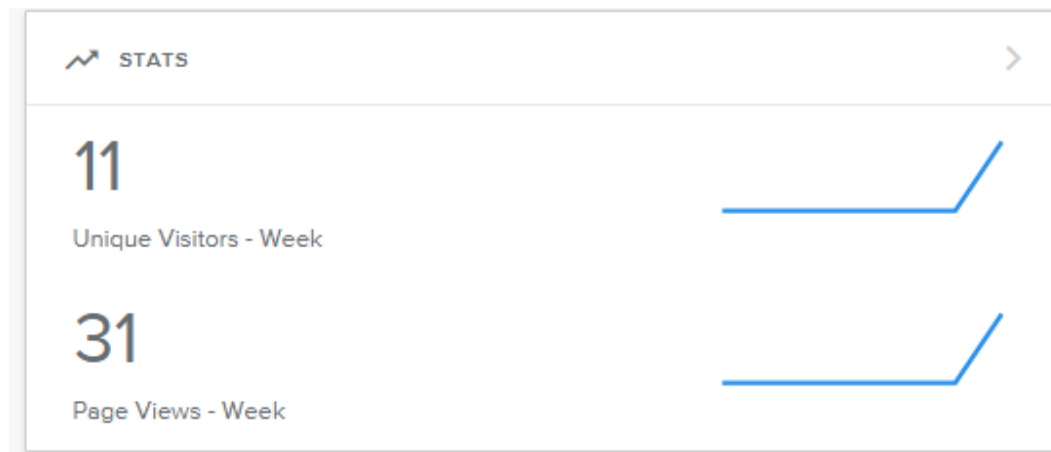


FORM ENTRIES	
Survey Total entries	1 >
Contact Form Total entries	1 >

Gambar 4. 25 Pesan dan Survei Masuk
(Sumber: Data Primer diolah)

Form entries yang dapat diperlihatkan adalah hasil dari data survei dan data pesan kritik, saran yang berhasil tersimpan di database *website*. Pihak admin dapat melihat berapa jumlah data yang masuk serta dapat membuka isi dari data yang berhasil dikirim oleh *customer*. Data dari kritik & saran serta data survei dapat di *export* kedalam bentuk file excel, sehingga file excel tersebut dapat diolah oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.

Tampilan statistik kunjungan *website* adalah sebagai berikut:



Gambar 4.26 Statistik
(Sumber: Data Primer diolah)

Tampilan statistik kunjungan *website* ini adalah tampilan yang dapat menunjukkan jumlah pengunjung *website* Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang. Statistik dapat secara otomatis dapat digunakan untuk melihat perkembangan pengunjung per minggu.

Tabel 4.5 Laporan Uji Coba Desain *Website* Pihak Admin

No	Kegiatan	Keterangan	
		Sukses	Gagal
1.	Daftar dan login	√	
2.	Input data perusahaan	√	
3.	Posting Pengumuman	√	
4.	Editing tema dan menu <i>website</i>	√	
5.	Publish <i>website</i>	√	
6.	Menerima pesan kritik dan saran	√	
7.	Menerima hasil survei yang dikirim <i>customer</i>	√	
8.	Melihat statistik pengunjung <i>website</i>	√	

(Sumber: Data Diolah Peneliti, 2017)

Hasil dari laporan kegiatan pertama adalah daftar dan login adalah berhasil daftar dan mendapatkan akun yang terdaftar, sehingga diberi keterangan sukses.

Hasil laporan yang kedua adalah input data perusahaan memperlihatkan keberhasilan melakukan input data tentang perusahaan sehingga dapat terlihat di *website*, sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan yang ketiga adalah kegiatan *upload* pengumuman yang berhasil dilakukan, sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan yang keempat adalah keberhasilan memilih tema dan *editing* menu-menu yang diinginkan dan disesuaikan dengan kebutuhan, sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan yang kelima adalah keberhasilan dalam melakukan publish *website*, desain *website* ini di publish bertujuan untuk melihat berhasil tidaknya data kritik dan saran serta survei yang masuk ke *database*, sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan keenam adalah dapat memperlihatkan keberhasilan dalam menerima data pesan kritik & saran, sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan yang ketujuh adalah dapat memperlihatkan keberhasilan dalam menerima data survei yang dikirim oleh *customer*, sehingga diberi keterangan sukses. Hasil laporan yang kedelapan adalah berhasil memperlihatkan statistik pengunjung, sehingga diberi keterangan sukses.

B. Pembahasan

Sistem informasi pemasaran berbasis *website* khususnya untuk promosi dapat dimanfaatkan dengan bantuan internet, hal ini diperkuat dengan adanya pernyataan tentang *website* sebagai media promosi, yaitu sebagai berikut:

Website stands out as the most popular form of internet usage for promotional purposes. Companies from all around the world understood the necessity of creating their own websites, in order to achieve and maintain competitive advantage on the modern online market, by following latest trends and creating new strategies. (Stojkovic, 2013)

Mengacu pada pernyataan Stojkovic tentang *website*, dapat dikatakan bahwa *website* digunakan untuk mencapai tujuan promosi dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam pemasaran online, sehingga memiliki *website* merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan.

Website design information/communication is for companies to use the web as a supplement to traditional marketing, delivering additional benefits to customers and building relationships with them. (Wen et al., 2013)

Website dapat dimanfaatkan oleh perusahaan, selain digunakan untuk keunggulan kompetitif, *website* dapat dimanfaatkan untuk membangun hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, hal ini didukung dengan pernyataan dari Wen dkk.

Pendapat mengenai pentingnya *website* bagi perusahaan juga muncul dari owner Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah sebagai berikut:

Website itu penting bagi perusahaan, karena jika ada *website* dapat digunakan untuk penyebaran informasi seputar kedai seperti promosi produk-produk baru sekaligus memperkenalkan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, untuk itu pihak kedai sudah membeli domain terlebih dahulu, namun karena keterbatasan sumber daya manusia bidang teknologi informasi, sampai sekarang belum desain *website* yang akan dihosting menggunakan domain yang telah dibeli. A.Khoiri (personal communication, Februari 27, 2017)

Hasil wawancara dengan owner Ayam Geprak & Sambal Bawang telah menunjukkan bahwa kedai tersebut telah mengetahui pentingnya suatu *website* sebagai sarana promosi, sehingga peluang yang didapat peneliti dari kekurangan kedai yang belum memiliki desain *website* adalah membuat desain *website* informasi dan komunikasi yang dapat digunakan oleh pihak kedai dalam menjalankan kegiatan pemasaran khususnya dalam bidang promosi.

Desain *website* yang telah dibuat oleh peneliti akan diimplementasikan untuk mendukung kegiatan pemasaran bagi pihak kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Mc. Leod, adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Sistem Transaksi

Teori sistem transaksi menjelaskan bahwa sebagai berikut,

Informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber dalam perusahaan untuk mengevaluasi kinerja pemasaran dan mendeteksi masalah maupun kesempatan dalam pemasaran. Sistem informasi pemasaran ini berupa data-data penjualan, data ini digunakan untuk menyiapkan informasi dalam bentuk laporan periodik dan khusus. (McLeod dkk., 2008)

Hasil wawancara dengan owner menjelaskan bahwa sistem pemrosesan transaksi ini berjalan secara manual dengan tujuan agar dapat memahami secara detail proses transaksi, mulai dari pendapatan yang diterima hingga tanggungan yang harus dibayar berapa, namun sifatnya masih global. A.Khoiri (personal communication, Februari 27, 2017)

Menurut Peneliti dalam sistem pemrosesan transaksi ini memerlukan bantuan sistem yang terkomputerisasi sehingga dapat meminimalisir kesalahan dalam penghitungan serta data dapat tersimpan dengan aman.

2. Riset Pemasaran

Teori riset pemasaran menjelaskan sebagai berikut,

Sistem yang berhubungan dengan pengumpulan pencatatan dan analisis data pelanggan dan calon pelanggan. Manajer pemasaran dapat menggunakan penelitian pemasaran untuk mengumpulkan segala jenis informasi tetapi sebagian besar kegiatan ditujukan pada pelanggan dan calon pelanggan. (Sutabri, 2012 hal.92)

Hasil wawancara mengenai riset pemasaran menunjukkan sebagai berikut:

“Bahwa riset dilakukan dengan cara pengamatan atau observasi terhadap produk-produk yang sedang berkembang dan sedang diminati, serta melakukan pengajuan

pertanyaan langsung kepada customer. ” A.Khoiri (personal communication, Februari 27, 2017)

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, kegiatan riset yang dilakukan oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang sudah berjalan dengan baik, namun untuk lebih mengefisienkan waktu dan tenaga, diperlukan sebuah tempat atau media untuk melakukan hal tersebut, dalam hal ini peneliti dapat menyediakan media yang digunakan untuk melakukan riset yaitu sebuah *website* yang mempunyai fitur survei dan menyediakan fitur komentar postingan produk yang akan dipasarkan, survei dan postingan tersebut dapat dipilih atau diisi oleh pelanggan secara langsung, hasil survei dan isi komentar tersebut dapat membantu pihak kedai untuk dijadikan bahan analisis dan kemudian dapat memberikan keputusan untuk kedepannya seperti apa.

3. Intelejensi Pemasaran

Teori yang menjelaskan tentang intelegensi pemasaran adalah sebagai berikut:

“Mengumpulkan data lingkungan yang berfungsi untuk menjaga manajemen tetap terinformasi mengenai aktivitas para pesaing dan pelanggan perusahaan dan unsur-unsur lain yang dapat memengaruhi operasi pemasaran.” (Mcleod, 2008)

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah sebagai berikut:

Bahwa ayam geprak tidak berangkat dari modal pemasaran yang begitu besar, karena belajar dari pengalaman, ketika mengandalkan pemasaran dan percaya produknya akan laku dan terjual ternyata salah, pemasaran itu hanya memegang peranan 30%, manakala sedang memahami konsep bisnis bukan secara general, kenapa? Karena pada Tahun 2011 dan 2012 itu berbagai upaya

pemasaran telah dilakukan tetapi hasilnya masih kurang optimal. Ayam Geprak itu berkembang dari kepercayaan customer, testimony customer, jadi awal 2013 kemudian berkembang sampai sebesar ini, karena ada rekomendasi dari teman ke teman, orang yang pernah mencoba kemudian suka. A.Khoiri (personal communication, Februari 27, 2017)

Intelejensi pemasaran dapat diterapkan oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dengan memanfaatkan fitur yang ada di desain *website* yang telah dibuat, yaitu dengan menampilkan fitur kritik, saran atau *testimony* yang dapat diisi langsung oleh *customer*, menyediakan nomor telepon yang bisa dihubungi, serta menampilkan media sosial yang digunakan oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, dengan menyediakan berbagai fitur yang dapat digunakan untuk berhubungan langsung kepada *customer*.

4. Subsistem Produk

Teori yang menjelaskan tentang subsistem produk adalah sebagai berikut: “Subsistem produk ini berguna untuk membuat rencana produk baru.” (Sutabri, 2012) Sistem yang digunakan untuk menciptakan suatu produk yang merupakan hasil dari riset yang telah dilakukan.

Hasil wawancara yang dilakukan mengenai subsistem produk adalah sebagai berikut:

Setelah riset yang dilakukan selesai, selanjutnya akan membahas tentang bagaimana untuk membuat produk tersebut, yaitu mulai dari peralatan apa saja, bahan-bahan apa saja yang dibutuhkan, kemudian dijadikan basis data, basis data tersebut nantinya akan digunakan saat produk tersebut akan dikeluarkan atau dihentikan. Dalam subsistem produk juga melakukan praktek atau eksperimen kemudian tester. A.Khoiri (personal communication, Agustus, 2017)

Pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dapat menyimpan data tentang produk kedalam database yang ada pada fitur desain *website* yang telah

dibuat, sehingga mempermudah untuk menyortir atau *editing* terhadap produk yang diinginkan, database yang disediakan oleh *website* ini dapat menjelaskan detail produk beserta foto, sehingga dapat membantu pihak kedai dalam mengolah data tentang produk tersebut sesuai dengan kebutuhan.

5. Subsistem Lokasi

Teori yang menjelaskan tentang subsistem lokasi dijelaskan sebagai berikut:

“Pengambilan keputusan terhadap penentuan tempat yang sesuai dengan pelemparan produk yang dihasilkan sangat menentukan tingkat penjualan produk.”(Sutabri, 2012 hal 92)

Hasil wawancara yang dilakukan mengenai subsistem lokasi adalah “Pihak Ayam Geprak dan Sambal Bawang telah mempunyai beberapa tempat untuk penjualan, sehingga dapat dipasarkan di tempat tersebut.”A.Khoiri (personal communication, Mei, 2017

Pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, dapat menyimpan informasi seputar lokasi penjualan didalam database yang telah disediakan oleh *website*, sehingga lokasi-lokasi tentang keberadaan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dapat ditampilkan dalam menu lokasi dan membuat customer menjadi tahu lokasi kedai mana saja yang terdekat dan dapat dijangkau oleh *customer*.

6. Subsistem Promosi

Teori yang menjelaskan tentang subsistem promosi adalah sebagai berikut:

“Berfungsi untuk melakukan analisis terhadap promosi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan.”(Sutabri, 2012 hal 92)

Hasil wawancara yang dilakukan mengenai promosi adalah sebagai berikut:

Yang dilakukan oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang adalah jika sudah mempunyai *website* maka promosi dapat dilakukan dengan menyajikan informasi yang pertama profil Ayam Geprak, yang kedua sejarah berdirinya usaha, ketiga produk-produk yang disediakan, yang keempat mungkin beberapa foto aktivitas customer ketika sedang berada di kedai Ayam Geprak dan yang terakhir mungkin promo-promo atau kontak yang bisa dihubungi secara cepat untuk keperluan order atau pesan, karena belum mempunyai *webiste* maka subsistem promosi yang dilakukan oleh pihak Ayam Geprak Sambal Bawang yaitu melakukan foto produk kemudian mengunggah foto-foto tentang Ayam Geprak Sambal Bawang ke dalam media social untuk menandakan kegiatan launching pada Kedai Ayam Geprak Sambal Bawang, menyebar brosur-brosur dan pamflet-pamflet, setelah launching pihak Ayam Geprak Sambal Bawang melakukan diskon harga. A.Khoiri (personal communication, Agustus, 2017)

Pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dapat memanfaatkan desain *website* sebagai media promosi. Promosi dapat dilakukan dengan melakukan update informasi seputar kegiatan, promo-promo, lowongan kerja yang ada di Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang yang dapat ditampilkan di menu Home pengumuman, menampilkan informasi pelayanan yang dapat diberikan oleh pihak kedai di menu Pelayanan, menampilkan profil, visi, misi dan nilai Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang di menu profil, untuk mengetahui menu apa saja yang tersedia di kedai dapat dilihat di menu makanan dan minuman, menampilkan foto-foto customer dan suasana yang ada di kedai dapat dilihat di menu galeri.

7. Subsistem Harga

Teori yang menjelaskan tentang subsistem harga adalah sebagai berikut:

“Berfungsi untuk membantu menetapkan harga terhadap produk yang dihasilkan seperti penentuan harga berdasarkan biaya atau penentuan harga berdasarkan permintaan.”(Sutabri, 2012 hal 92)

Hasil wawancara tentang subsistem harga adalah sebagai berikut:

Mengenai harga sebelumnya melakukan riset terhadap *customer*, ketika ingin menaikkan harga, ingin menambah menu maka akan bertanya langsung kepada customer. Jika akan naik harga, naik berapa? Walaupun naik, ingin ditambah apa? Walaupun ada pengurangan item, akan disampaikan alasannya apa kepada customer. (personal communication, Februari, 2017)

Pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dalam hal penetapan harga berarti penentuan harga berdasarkan permintaan, sehingga memerlukan riset terlebih dahulu dan mengerti betul tentang pasar dan persaingan yang ada di lingkungan pemasaran. Fitur yang dapat digunakan didalam website adalah, dengan melakukan *posting* pengumuman terkait dengan harga produk yang akan ditetapkan, sehingga customer dapat memberikan komentar atau saran yang secara otomatis akan tersimpan di *database*, kemudian data tersebut di analisis dan hasilnya akan membantu pihak kedai dalam menetapkan harga yang sesuai.

1. Alat Pengambilan Keputusan

Desain *Website* sistem informasi pemasaran yang dapat disajikan oleh peneliti, terdapat fitur survei pelanggan yang digunakan untuk mengetahui respon customer terhadap Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang, survei ini berisi pertanyaan seputar operasional Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.

Pertanyaan yang diberikan kepada *Customer* antara lain berkaitan dengan sepengetahuan customer tentang keberadaan Kedai Ayam Geprak & Sambal

Bawang, penilaian terhadap produk dengan harga yang digunakan, serta tentang pelayanan yang diberikan pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang kepada *Customer*.

Jawaban dari responden yaitu *customer* dapat dilihat dalam database yang disediakan *website*, adapun tampilan dari database survei adalah sebagai berikut:

<input type="checkbox"/>	DATE	DARIMANA ANDA TAHU TENTANG KEDAI ...	JIKA LAINNYA, BERIKAN SPESIFIKASINYA:	PENILAIAN PRODUK DENGAN HARGA YANG...
<input type="checkbox"/>	9/7/17 14:29	Media Sosial		Sedang
<input type="checkbox"/>	9/7/17 11:42	Teman		Mahal
<input type="checkbox"/>	9/7/17 10:03	Teman		Sedang
<input type="checkbox"/>	9/7/17 09:42	Media Sosial		Mahal
<input type="checkbox"/>	9/7/17 09:31	Media Sosial		Mahal
<input type="checkbox"/>	9/7/17 08:44	Teman		Mahal
<input type="checkbox"/>	9/7/17 08:23	Teman		Sedang
<input type="checkbox"/>	9/7/17 08:16	Teman		Sedang
<input type="checkbox"/>	9/7/17 08:05	Teman		Mahal
<input type="checkbox"/>	9/7/17 07:51	Media Sosial		Murah

Gambar 4. 27 Database Survei
(Sumber: Data Primer Diolah)

Tampilan database survei pada *website* dapat menunjukkan tanggal dan waktu dikumpulkannya jawaban survei pelanggan, dapat menunjukkan pertanyaan sekaligus jawaban dari responden. Jawaban dari survei tersebut dapat di *export* dalam bentuk *file Microsoft excel*, diperlukan untuk melakukan *export* agar dapat mengelola hasil survei tersebut dengan mudah. Tampilan database setelah di *export* ke dalam *file excel* adalah sebagai berikut:

SURVEI KEPUASAN PELANGGAN					
No	Date Submitted	(1) Darimana anda tahu tentang Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang?	Jika lainnya, berikan spesifikasi lainnya:	(2) Penilaian produk dengan harga yang digunakan?	(3) Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang?
1	09/06/2017 01:43am	Teman		Sedang	Baik
2	09/06/2017 02:12am	Melihat Sendiri		Murah	Cukup
3	09/06/2017 02:16am	Media Sosial		Sedang	Baik
4	09/06/2017 03:53am	Teman		Mahal	Baik
5	09/06/2017 05:19am	Teman		Murah	Baik
6	09/06/2017 05:24am	Melihat Sendiri		Murah	Cukup
7	09/06/2017 09:59pm	Teman		Mahal	Baik
8	09/06/2017 09:59pm	Teman		Mahal	Baik
9	09/06/2017 10:56pm	Teman		Sedang	Cukup
10	09/06/2017 10:58pm	Teman		Sedang	Cukup
11	09/06/2017 11:00pm	Media Sosial		Murah	Cukup
12	09/07/2017 12:00am	Teman		Sedang	Cukup
13	09/07/2017 01:07am	Melihat Sendiri		Mahal	Baik
14	09/07/2017 02:12am	Melihat Sendiri		Sedang	Baik
15	09/07/2017 02:13am	Teman		Murah	Cukup
16	09/07/2017 06:17am	Media Sosial		Sedang	Cukup
17	09/07/2017 06:31am	Teman		Sedang	Baik
18	09/07/2017 06:32am	Teman		Murah	Baik
19	09/07/2017 07:02am	Melihat Sendiri		Mahal	Cukup
20	09/07/2017 07:05am	Teman		Murah	Baik
21	09/07/2017 07:51am	Media Sosial		Murah	Baik
22	09/07/2017 08:05am	Teman		Mahal	Cukup
23	09/07/2017 08:16am	Teman		Sedang	Baik
24	09/07/2017 08:23am	Teman		Sedang	Baik
25	09/07/2017 08:44am	Teman		Mahal	Cukup
26	09/07/2017 09:31am	Media Sosial		Mahal	Baik
27	09/07/2017 09:42am	Media Sosial		Mahal	Baik
28	09/07/2017 10:03am	Teman		Sedang	Cukup
29	09/07/2017 11:42am	Teman		Mahal	Cukup
30	09/07/2017 02:29pm	Media Sosial		Sedang	Baik

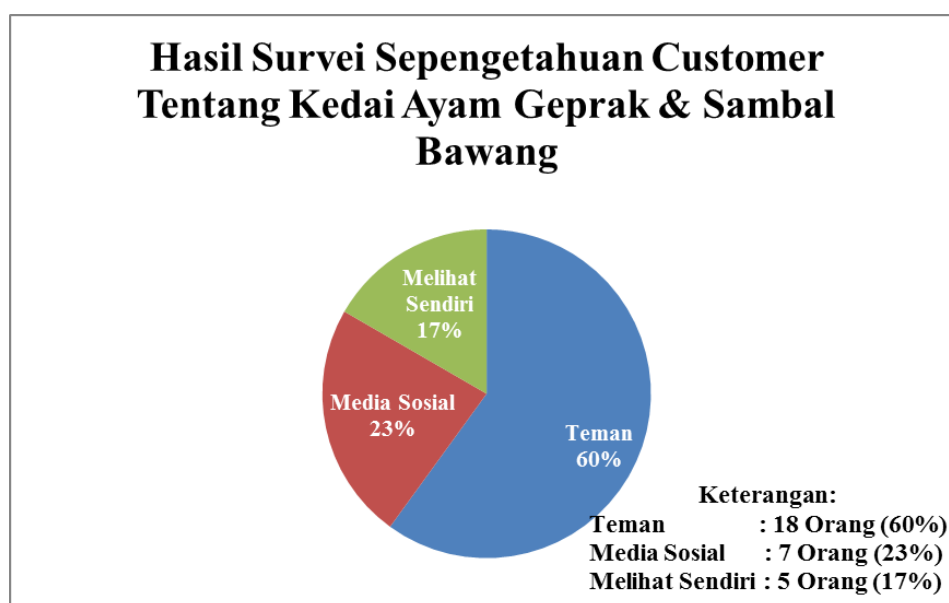
Gambar 4. 28 Survei Kepuasan Pelanggan Excel
(Sumber: Data Primer Diolah)

Tampilan dalam bentuk excel seperti ini akan mempermudah dalam mengolah hasil dari survei pelanggan yang telah dilakukan. Hasil survei dari 3(tiga) pertanyaan yang diajukan seputar Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dapat disajikan dalam bentuk Pie Chart telah direspon sebanyak 30 orang responden , adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

- a. Pertanyaan pertama, yaitu darimana anda tahu tentang Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang?

Opsi jawaban antara lain teman, media sosial, melihat sendiri dan lainnya.

Hasil survei menunjukkan bahwa responden memilih opsi teman sebanyak 18 orang (setara dengan 60%), yang memilih opsi media sosial sebanyak 7 orang (setara 23%), yang memilih opsi melihat sendiri sebanyak 5 orang (setara 17%), opsi yang lainnya tidak ada yang memilih (0%), dari hasil survei ini dapat diketahui bahwa *customer* paling banyak mengetahui keberadaan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dari pemberitahuan teman. Tampilan dalam bentuk diagram dapat dilihat sebagai berikut:



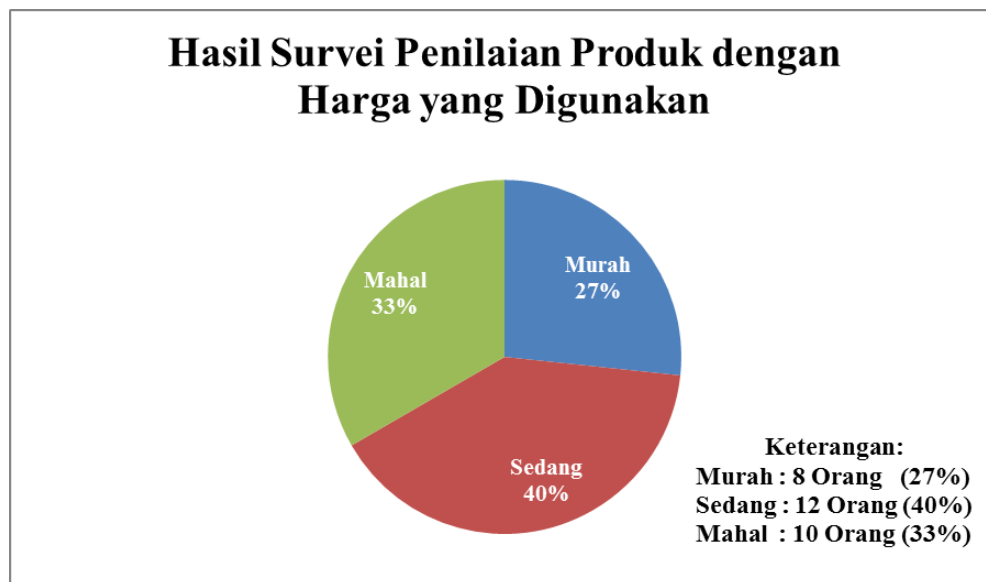
Gambar 4. 29 Hasil Survei Sepengetahuan Customer
(Sumber: Data Primer Diolah)

- b. Pertanyaan kedua, yaitu Penilaian Produk dengan Harga yang Digunakan?

Opsi jawaban yang tersedia antara lain murah, sedang dan mahal.

Hasil survei menunjukkan sebanyak 8 orang (setara 27%) memilih jawaban murah, sebanyak 12 orang (setara 40%) memilih jawaban sedang, dan yang memilih jawaban murah adalah sebanyak 10 orang (setara 33%). Hasil ini menunjukkan bahwa customer menilai kesesuaian produk dengan harga yang

digunakan oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal dianggap sedang. Tampilan hasil survei pada pertanyaan kedua ini, dapat dilihat dalam *Pie chart* berikut:



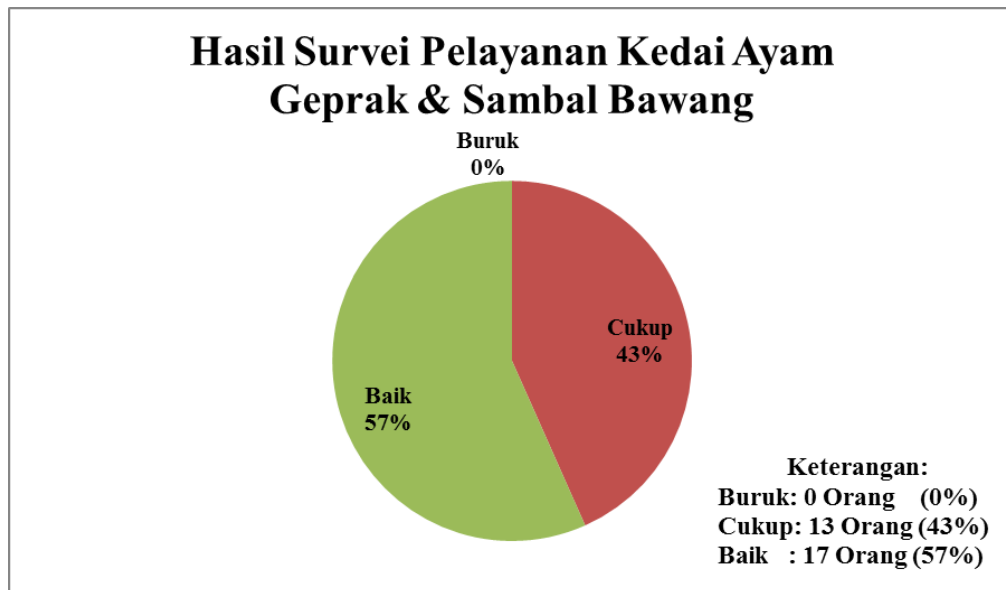
Gambar 4. 30 Hasil Survei Penilaian Produk dengan Harga yang Digunakan
(Sumber: Data Primer Diolah)

- c. Pertanyaan ketiga, yaitu Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang?

Opsi jawaban yang tersedia adalah buruk, cukup, baik.

Hasil survei ini menunjukkan bahwa dalam opsi buruk tidak ada yang memilih jawaban tersebut (setara 0%), opsi jawaban cukup dipilih sebanyak 13 orang (setara 43%), yang memilih jawaban baik adalah sebanyak 17 orang (57%).

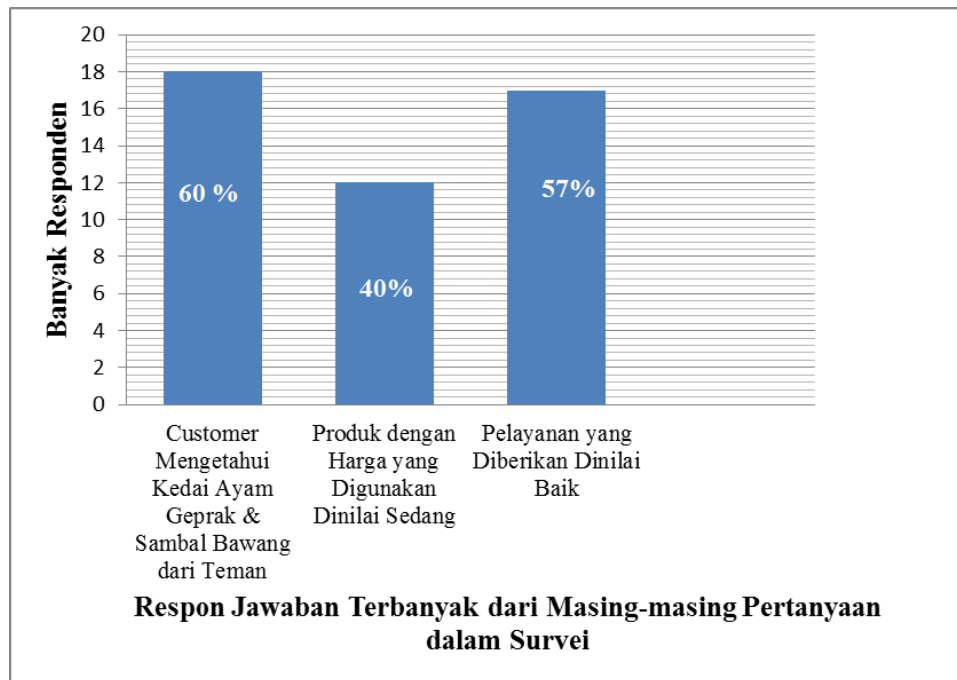
Dilihat dari hasil survei ini, dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dinilai baik oleh *customer*. Tampilan hasil survei pertanyaan ketiga ini dapat dilihat dalam *Pie Chart* sebagai berikut:



Gambar 4. 31 Hasil Survei Pelayanan
(Sumber: Data Primer Diolah)

- d. Masing-masing hasil jawaban survei yang terbanyak dapat disajikan menjadi satu tampilan *chart* yang dapat digunakan oleh pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dalam pengambilan keputusan. Tujuan dari hasil-hasil survei ini dijadikan satu adalah mempermudah untuk menganalisis dan mencermati penilaian atau respon yang diberikan oleh *customer* terhadap Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang.

Tampilan grafik hasil survei pelanggan adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 32 Grafik Survei Pelanggan
(Sumber : Data Primer Diolah)

Hasil grafik ini dapat menunjukkan hasil survei serta dapat digunakan sebagai alat dalam pengambilan keputusan, penjelasan secara lengkapnya adalah sebagai berikut:

- a. Sebanyak 60 % responden telah memilih teman. Banyak customer yang mengetahui keberadaan Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dari teman, hal ini menunjukkan bahwa promosi *word of mouth* telah berjalan dengan lancar namun sangat berbeda jauh dengan hasil perolehan promosi dengan media sosial, yang memilih media sosial hanya sebesar 23%, hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan secara online belum menunjukkan hasil yang optimal. Promosi melalui media online seharusnya dilakukan lebih giat lagi, agar Kedai Ayam & Geprak Sambal Bawang ini tidak

terkenal di telinga masyarakat sekitar kedai saja, dalam kejadian ini peneliti memberikan saran dalam pengambilan keputusan agar promosi secara online dapat diperkuat lagi dengan promosi melalui sebuah *website* yang dapat menyajikan berbagai hal tentang kedai tanpa batasan ruang dan waktu, serta dapat diketahui oleh berbagai lapisan masyarakat baik di dalam maupun luar Kota Malang.

- b. Hasil survei penilaian produk dengan harga yang digunakan oleh Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang dinilai terbilang sedang yaitu sebesar 40% (12 orang), namun hasil tersebut beda tipis dengan yang menilai mahal yaitu sebesar 33% (10 orang), dan yang menilai murah adalah 27% (8 orang). Asumsi customer disini menunjukkan bahwa produk yang disajikan dengan harga digunakan masih belum sesuai, hal ini terbukti masih banyaknya yang beranggapan produk tersebut mahal dan tidak banyak yang beranggapan bahwa produk ini murah, dalam hal ini peneliti memberikan saran kepada pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang agar menyesuaikan lagi harga dengan produk yang disajikan agar *customer* yang beranggapan mahal dapat beralih berasumsi produk ini sedang atau murah, sehingga *customer* tidak berpindah tempat yang lain.
- c. Hasil survei pelayanan yang diberikan pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang menunjukkan hasil yang baik, yaitu sebesar 57 % (17 orang) telah menilai pelayanan yang diberikan termasuk baik, sedangkan yang menilai pelayanan ini cukup sebesar 43 % (13 orang), yang menilai buruk tidak ada. Hasil ini menunjukkan bahwa sejauh ini pelayanan yang diberikan dinilai baik

oleh masyarakat, namun banyak juga yang menilai cukup, hal tersebut perlu dijadikan bahan untuk pengambilan keputusan mengenai peningkatan pelayanan untuk kedepannya. Saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah untuk kedepannya pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang agar meningkatkan kembali pelayanan kepada customer, mulai dari penyajian produk, keramahan karyawan, serta tempat dan suasana kedai.

2. Perbandingan Sistem Lama Dengan Sistem Baru

Desain sistem informasi pemasaran berbasis *website* ini akan membawa perubahan dari penggunaan sistem lama menjadi sistem baru. Berikut perbandingan sistem lama & sistem baru baik bagi *customer* maupun bagi pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang:

Tabel 4.6 Perbandingan Sistem Lama & Sistem Baru Pihak Customer

No	Kegiatan	Sistem Lama	Sistem Baru
1.	Pencarian menu yang disediakan	Datang ke Kedai, lewat brosur, instagram (tidak semua).	Informasi terkait menu yang tersedia dapat diperoleh dengan mengakses www.digeprakbawang.weebly.com
2.	Pengumuman terkait lowongan pekerjaan dan <i>event</i> .	Dilihat di Papan pengumuman Kedai.	Informasi dapat diakses di www.digeprakbawang.weebly.com serta terdapat tombol share yang dapat dibagikan lewat <i>facebook</i> dan <i>twitter</i> .
3.	Pengetahuan Keberadaan Kedai	Terbatas, lingkaran Universitas Brawijaya	Terkenal dan tidak terbatas wilayah manapun karena dapat dengan cepat menyebar melalui internet.
4.	Menyampaikan kritik dan saran	Melalui telepon, sms, datang langsung ke kedai, instagram (jika kolom komentar dibuka)	Dapat mengirimkan pesan kritik dan saran melalui form yang sudah tersedia di <i>website</i> www.digeprakbawang.weebly.com

Tabel 4.7 Perbandingan Sistem Lama & Sistem Baru Pihak Admin atau Pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang

No	Kegiatan	Sistem Lama	Sistem Baru
1.	Riset Pemasaran	Bertanya langsung kepada customer dengan wawancara.	Melalui survei dan kolom komentar yang disediakan <i>website</i> .
2.	Penyebaran materi promosi	Melalui brosur, sebagian diunggah di instagram, facebook dan twitter (namun digunakan hanya di awal-awal pembukaan kedai yaitu sekitar tahun 2013).	Promosi memanfaatkan <i>website</i> yang tersedia yaitu www.digeprakbawang.weebly.com .
3.	<i>Update</i> informasi terbaru mengenai Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang	Mendesain dan mencetak ulang brosur yang sudah terbit sebelumnya.	Informasi dapat di update di database yang telah tersimpan sebelumnya di database <i>website</i> .

3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, masih belum sempurna dan memiliki keterbatasan penelitian, adapun keterbatasan penelitian yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Desain sistem informasi pemasaran yang telah dibuat dalam penelitian ini adalah untuk subsistem promosi. Penelitian selanjutnya diharapkan akan menganalisa kemudian merancang subsistem yang ada dalam sistem informasi pemasaran, seperti subsistem pemrosesan transaksi, sistem riset pemasaran, intelegensi pemasaran, subsistem harga, subsistem lokasi.
- b. Penelitian ini belum dapat membuat *website* yang mencakup dua fungsi sekaligus yaitu promosi dan penjualan atau yang sering disebut dengan *e-*

commerce, dikarenakan keterbatasan fitur yang ada pada *builder website* yang digunakan.

- c. Desain *website* yang telah dibuat merupakan wujud dari keinginan pihak Kedai Ayam Geprak & Sambal Bawang yang menginginkan *website* yang berbentuk *company profile*, sehingga peneliti menyesuaikan dengan apa yang dibutuhkan.

