

BAB II

LANDASAN TEORI

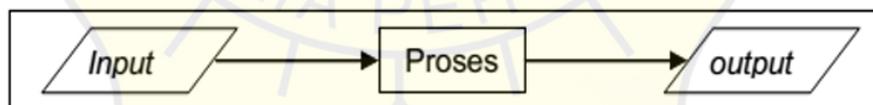
2.1 Konsep Dasar Sistem

Pada umumnya setiap organisasi mempunyai sistem informasi dalam mengumpulkan, menyimpan, melihat, dan menyalurkan informasi dalam membuat perancangan sistem informasi.

Menurut (Fauzi, 2017) mendefinisikan bahwa “Sistem adalah suatu kesatuan yang terdiri dari interaksi subsistem untuk mencapai tujuan yang sama”. Sedangkan menurut (Tyoso, 2016) mengemukakan bahwa, “Sistem merupakan suatu kumpulan dari komponen-komponen yang membentuk satu kesatuan”.

Dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa sistem merupakan sekumpulan elemen, komponen atau subsistem yang saling berhubungan, bekerja sama dan membentuk satu kesatuan dalam Upaya mencapai tujuan.

suatu sistem memiliki ciri lain jika sistem dilihat dari fungsi dasarnya yaitu: Input, Proses dan Output. Fungsi ini mengartikan bahwa sistem sebagai suatu proses tidak dapat berdiri sendiri, harus ada input dan output (Susanto, 2017).



(Sumber: Azhar Susanto, 2017. Sistem Informasi Akuntansi)

Gambar 2 1 Fungsi Dasar Suatu Sistem

2.1.1 Karakteristik Sistem

Karakteristik sistem menurut (Hutahaean, 2017), adalah sebagai berikut:

1. Komponen Maksudnya sistem terdiri atas beberapa komponen yang berinteraksi dan saling bekerjasama supaya membentuk kesatuan. Komponen dalam sistem ini bisa saja berupa sub sistem atau pun bagian dari sistem tersebut.

2. Boundary (Batasan sistem) Batasan sistem adalah daerah yang dapat memberi batas antar satu sistem dengan beberapa sistem lainnya maksudnya dengan lingkungan luar sistem. Dalam batasan sistem mungkin saja sistem dipandang sebagai suatu kesatuan dan dapat menunjukkan scope (ruang lingkup) dari sistem tersebut.

3. Environment (Lingkungan luar sistem) keberlangsungan sistem. Lingkungan luar sistem adalah hal apapun yang keberadaannya di luar batas dari sistem tetapi dapat mempengaruhi sistem tersebut. Lingkungan luar sistem yang memiliki sifat menguntungkan wajib dipelihara sedangkan yang merugikan harus dikendalikan oleh kita agar tidak dapat mengganggu

4. Interface (Penghubung sistem) Penghubung sistem atau interface adalah media penghubung yang dibutuhkan untuk mengalirkan SD (sumber daya) dari sub bagian sistem ke sub sistem atau bagian sistem lainnya.

5. Input (Masukkan sistem) Masukan sistem atau input adalah suatu energi kekuatan yang sengaja dimasukkan dalam sistem (input) yang berupa perawatan serta memasukkan sinyal. Perawatan fungsinya membantu sistem bisa beroperasi sedangkan 10 masukan sinyal merupakan energi atau kekuatan yang diolah untuk mendapatkan keluaran (output)

6. Output (Keluaran sistem) Keluaran sistem atau output merupakan hasil dari energi atau kekuatan yang sudah diolah menjadi keluaran (output) yang berguna. Contoh output adalah informasi.

7. Pengolah sistem Pengolah sistem diperlukan untuk mengolah atau memproses masukan sehingga menjadi keluaran.

8. Tujuan atau sasaran sistem Sistem dirancang pasti memiliki suatu tujuan atau sasaran yang sangat menentukan masukan yang dibutuhkan oleh sistem serta output atau keluaran yang dihasilkan.

2.1.2 Pengertian Sistem Informasi

Suatu sistem informasi adalah suatu kombinasi dari orang-orang, fasilitas, teknologi, media, prosedur-prosedur dan pengendalian yang ditujukan untuk mendapatkan jalur komunikasi penting, memproses tipe transaksi rutin tertentu, memberi sinyal kepada manajemen dan yanglainnya terhadap kejadian-kejadian internal dan eksternal yang penting dan menyediakan sesuatu dasar untuk pengambilan keputusan (Fauzi, 2017).

Menurut (Hutahaean, 2015) mengemukakan bahwa “Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengelolaan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang dibutuhkan”.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi merupakan sekumpulan dari orang, perangkat lunak, perangkat keras, dan prosedur yang saling berinteraksi, bekerja sama dalam menyelesaikan sesuatu

untuk menghasilkan informasi yang dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan Keputusan

2.1.3 Pengertian Rancang Bangun

Pengertian Rancang Bangun Rancang Bangun menurut (Buchari, Sentinowo, & Lantang, 2015) memiliki pengertian sebagai berikut “Bangun ataupun pembangunan merupakan suatu kegiatan untuk menciptakan sistem yang baru maupun memperbaiki atau mengganti sistem yang sudah ada secara keseluruhan”.

Sedangkan menurut (Maulani¹, Septiani, & Sahara, 2018) pengertian rancang bangun yaitu, “Rancang bangun merupakan membuat atau menciptakan suatu sistem maupun suatu aplikasi yang belum ada dalam suatu perusahaan atau instansi yang menjadi objek rancang bangun tersebut”. Rancang bangun merupakan suatu kegiatan dalam menerjemahkan hasil analisa menjadi bentuk satu perangkat lunak (software), kemudian membuat/ menciptakan suatu sistem atau sistem yang sudah ada di perbaiki supaya mendapat kinerja yang lebih maksimal (Susanti, 2018).

Berdasarkan pengertian para ahli diatas, dapat disimpulkan rancang bangun yaitu bagian dari merancang dan membangun suatu sistem informasi yang logic dan menerjemahkan hasil analisa yang kemudian menciptakan sistem atau sistem yang sudah ada diperbaiki untuk mendapat fungsi yang maksimal dari suatu sistem baru yang akan di ciptakan atau dibuat. Konsep Dasar Analisis Sistem adalah Metode pemecahan masalah dengan cara menguraikan system ke dalam komponen-komponen pembentuknya untuk mengetahui bagaimana komponen-komponen tersebut bekerja dan saling berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan system.

2.1.4 Pengertian Informasi

Menurut Tjiptono (2015, p.387) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Sedangkan menurut menurut Buchory dan Saladin dalam Aris Jatmika Diyatma (2017) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menarik untuk membeli produk tersebut, kegiatan promosi harus dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan harus mudah di mengerti oleh masyarakat agar orang yang membacanya dapat tertarik dan mudah dimengerti.

2.1.5 Bauran Promosi (Promotion Mix)

Bauran promosi merupakan program komunikasi pemasaran total sebuah perusahaan yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. Menurut Basu Swastha (1999), bauran personal selling dan alat promosi lainnya yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai program penjualan. Bauran promosi terdiri dari:

1. Periklanan (*advertising*), yaitu segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi nonpribadi dalam bentuk gagasan, barang dan jasa

2. Penjualan personal (*personal sellin*), yaitu presentasi pribadi oleh para wiraniaga perusahaan dalam rangka mengsucceskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.
3. Promosi penjualan (*sales promotion*), yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.
4. Hubungan masyarakat (*public relation*), yaitu membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun “citra perusahaan” yang baik. Dan menangani atau menyingkirkan gossip, cerita, dan peristiwa yang dapat merugikan.

Pemasaran langsung (*direct marketing*), yaitu komunikasi langsung dengan sejumlah konsumen sasaran untuk memperoleh tanggapan langsung dengan sejumlah konsumen sasaran untuk memperoleh tanggapan langsung dengan menggunakan surat, telepon, fax, email, dan lain lain untuk berkomunikasi langsung dengan konsumen tertentu atau usaha untuk mendapat tanggapan langsung.

2.1.6 Tujuan Promosi

Tujuan Promosi Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan promosi tentu tujuan utamanya adalah untuk mencari laba menurut Tjiptono (2015, p.387), pada umumnya kegiatan promosi harus mendasarkan kepada tujuan sebagai berikut:

1. Menginformasikan Kegiatan promosi yang bertujuan untuk berusaha menginformasikan konsumen akan merek atau produk tertentu baik itu produk maupun merek baru atau produk dan merek yang sudah lama tetapi belum luas terdengar oleh konsumen.

2. Membujuk Kegiatan promosi yang bersifat membujuk dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan. Perusahaan lebih mengutamakan penciptaan kesan positif kepada konsumen agar promosi dapat berpengaruh terhadap perilaku pembeli dalam waktu yang lama.
3. Mengingat Kegiatan promosi yang bersifat mengingatkan ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat, dan mempertahankan pembeli yang akan melakukan transaksi pembelian secara terus-menerus.

2.1.7 Tahapan Promosi

Tahapan dalam Melakukan Rencana Promosi

1. Menentukan Target Market.
2. Menentukan Besarnya Insentif & Syarat Partisipasi.
3. Merencanakan Pesan.
4. Memilih Media Promosi yang Efektif.
5. Menentukan Durasi Promosi.
6. Mengukur Efektif Atau Tidaknya Promosi.
7. Menentukan Anggaran Promosi.

2.2 Peralatan Pendukung (*Tools System*)

2.2.1 Pengenalan UML

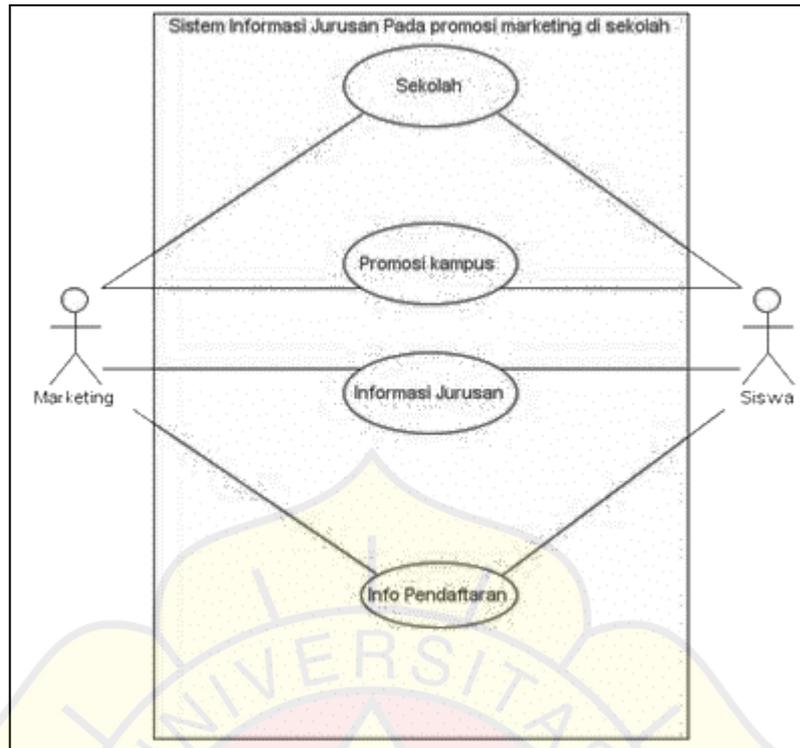
Menurut Nugroho (6:2010), UML (*Unified Modeling Language*) adalah ‘bahasa’ pemodelan untuk sistem atau perangkat lunak yang berparadigma ‘berorientasi objek’. Pemodelan (*modeling*) sesungguhnya digunakan untuk penyederhanaan permasalahan-permasalahan yang kompleks sedemikian rupa sehingga lebih mudah dipelajari dan dipahami.

Berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan diatas tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa UML (*Unified Modeling Language*) adalah sebuah bahasa yang berdasarkan grafik atau gambar untuk memvisualisasikan, menspesifikasikan, membangun dan pendokumentasian dari sebuah sistem pengembangan perangkat lunak berbasis OO (*Object Oriented*).

2.2.2 Model – Model Diagram UML

1. *Use Case Diagram*

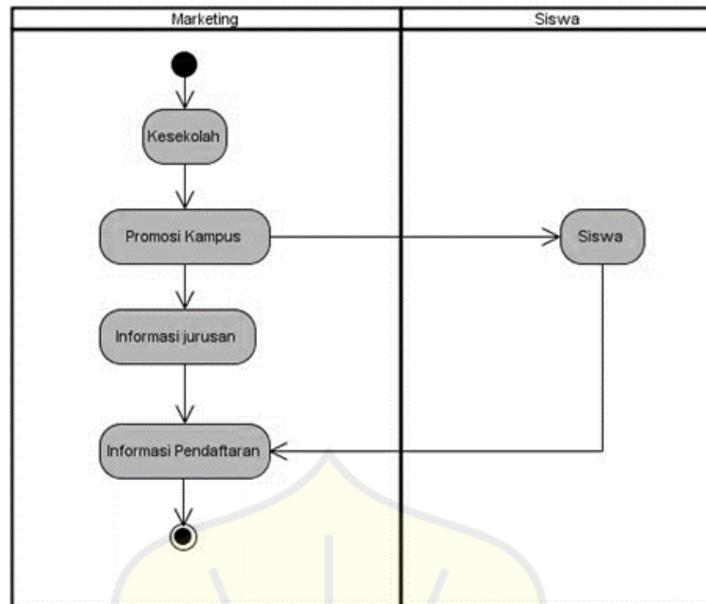
Menurut Sukanto dan M. Shalahudin (155:2013), *use case* atau diagram *use case* merupakan pemodelan untuk kelakuan (*behavior*) sistem informasi yang akan dibuat. *Use case* mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang akan dibuat. Secara kasar, *use case* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sebuah sistem informasi dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi-fungsi itu.



Gambar 2. 1 Simbol *Use Case Diagram*

2. *Scenario*

Menurut Munawar (2005), scenario adalah sebuah dokumentasi terhadap kebutuhan fungsional dari sebuah sistem. Form scenario merupakan penjelasan penulisan use case dari sudut pandang actor.



Gambar 2. 2 Simbol Use Case Diagram

3. *Activity Diagram*

Menurut Sukamto dan M. Shalahuddin, (161:2014) Diagram aktivitas atau activity diagram menggambarkan aliran kerja atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis atau menu yang ada pada perangkat lunak.

Activity Diagram adalah teknik untuk mendeskripsikan logika procedural, proses bisnis dan aliran kerja dalam banyak kasus. *Activity Diagram* mempunyai peran seperti halnya flowchart, akan tetapi perbedaan dengan flowchart, akan tetapi perbedaannya dengan flowchart adalah *activity diagram* biasa mendukung perilaku parallel sedangkan flowchart tidak bisa

User Case Name :	UsecaseID :
Area :	
Actor(s) :	
Description :	
Triggering Event :	
Trigger Type : <input checked="" type="checkbox"/> External <input type="checkbox"/> Temporal	
Step Performed	Information for Step
Pre-condition :	
Post-condition :	
Assumptions :	
Requirement Met :	
Outstanding Issues :	
Priority :	
Risk :	

Gambar 2. 3 Simbol *Use Case Diagram*

