

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Menurut (Abdullah, Tamengkel, and Walangitan 2021) mengatakan bahwa pengertian pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Menurut (Yudiawan 2022) pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau penukaran antara produsen dan konsumen.

Menurut Indrasari (2019:2) pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan sebuah sistem dari kegiatan yang dirancang oleh perusahaan agar dapat memenuhi permintaan pasar.

2.1.2 Bauran Pemasaran

Menurut Indrasari (2019:8) bauran pemasaran (marketing mix) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan.

Kothler dan Armstrong, 2012 (dalam Wibowo & Priansa, 2017:116) bauran pemasaran terdiri dari:

1. Produk (*Product*)

Produk merupakan suatu barang yang di bisa di klasifikasikan berdasarkan macamnya.

2. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan membujuk pasar tentang jasa atau produk yang baru pada suatu perusahaan dengan cara memasang iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan maupun dengan publisitas.

3. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah nilai yang bisa ditukarkan dengan suatu produk atau jasa yang nilainya di tetapkan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar atau di tetapkan oleh penjual dengan satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

4. Saluran Distribusi (*Distribution*)

Saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung dalam keterlibatan mereka dan dalam suatu proses yang memungkinkan produk tersedia bagi konsumsi pelanggan atau pengguna industrial.

2.2 Promosi

2.2.1 Pengertian Promosi

Menurut Lupiyoadi (2014:92) promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Menurut Kinner dan Kenneth dalam Setiyaningrum dkk., (2015:223) promosi adalah sebuah mekanisme komunikasi pemasaran pertukaran informasi antara pembeli dan penjual.

Berdasarkan definisi diatas dapat di simpulkan Promosi merupakan kegiatan untuk memberikan informasi kepada calon pelanggan untuk memperkenalkan produk dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan.

2.2.2 Tujuan Promosi

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

1. Menginformasikan

Kegiatan promosi yang bertujuan agar 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 mengingat ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat, dan mempertahankan pembeli yang akan melakukan transaksi pembelian secara terus-menerus.

2.2.3 Bauran Promosi

Untuk mendapatkan hasil yang sempurna dan target pasar tercapai maka diperlukan adanya bauran promosi. Karena bauran promosi mempunyai peranan penting dalam pemasaran produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2014) bauran promosi terbagi menjadi Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Personal, Pemasaran langsung, Hubungan masyarakat. Kelima bauran promosi ini memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mengenalkan dan menginformasikan produk, dengan tujuan meningkatkan penjualan.

Definisi lain sarana promosi utama adalah sebagai berikut:

- a. Periklanan (*advertising*)
Semua bentuk terbayar presentasi non pribadi dan promosi ide, barang atau jasa dengan sponsor tertentu.
- b. Promosi (*sales promotion*)
Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa.
- c. Hubungan Masyarakat (*public relation*)
Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghadapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan.
- d. Penjualan Personal (*personal selling*)
Presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan.
- e. Pemasaran Langsung (*direct marketing*)
Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langsung penggunaan surat langsung, telepon, televisi respons langsung, e-mail, internet, dan sarana lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen tertentu.

3.1 Web-site

3.1.1 Pengertian Web-site

Menurut Yeni Susilowati (2019:36) *website* adalah sejumlah halaman web yang topiknya saling berkaitan antara satu halaman dengan halaman lainnya, biasanya ditempatkan pada sebuah *web server* yang dapat diakses melalui jaringan internet atau jaringan area lokal (*local area network*).

Menurut Agus Hariyanto (2015) *website* adalah sesuatu yang dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar, data animasi, suara, video dan gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*).

Berdasarkan uraian tersebut dapat memberikan gambaran bahwa *website* merupakan sebuah software yang berfungsi untuk menampilkan dokumen-dokumen pada suatu web yang membuat pengguna dapat mengakses internet melalui *software* yang terkoneksi dengan internet.

3.1.2 Jenis-Jenis *Website*

Terdapat 3 jenis *website* yang dibagi berdasarkan sifat, tujuan dan Bahasa pemrograman, Abdullah (2018:1) antara lain:

1. Jenis *website* berdasarkan sifat
 - a. *Website* Dinamis adalah sebuah website yang berisi konten yang selalu berubah setiap saat, contohnya website toko online, website internet banking, dll.
 - b. *Website* Statis merupakan website yang kontennya sangat jarang diubah, contohnya website landing page.
2. Jenis website berdasarkan tujuan
 - a. Personal Website adalah situs web yang berisi informasi pribadi seseorang.
 - b. Corporate web, website yang dimiliki oleh perusahaan
 - c. Portal Website adalah website yang memiliki banyak layanan berita, email dan jasa-jasa lainnya.
 - d. Website Media Sharing, web yang bertujuan untuk berbagi media antar pengguna seperti gambar, video, musik. Contohnya: Flickr, Youtube, Soundcloud.
 - e. Forum Website adalah website yang digunakan sebagai sarana diskusi pengunjungnya. Selain ini terdapat pula beberapa website lain seperti website pemerintah, e-banking, e-payment, e-procurement dan sebagainya.
3. Jenis website berdasarkan bahasa pemrograman
 - a. Server side adalah web yang menggunakan bahasa pemrograman yang tergantung pada tersedianya server seperti PHP, ASP dan sebagainya. Jika tidak ada server, maka website yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya.
 - b. Client side adalah website yang tidak membutuhkan server dalam menjalankannya, website ini cukup di akses melalui browser.

3.1.3 Manfaat *Website*

Manfaat website, Abdullah (2018:1) diantaranya sebagai berikut:

1. Website dapat menjadi sarana informasi yang cepat dan mudah.
2. Website dapat menjadi sarana edukasi masyarakat.
3. Website dapat menjadi sarana pemasaran dan promosi bisnis yang efektif dengan jangkauan terluas.

2.4 SQL (*Structured Query Language*)

2.4.1 Pengertian SQL (*Structured Query Language*)

Menurut Priyadi (2014:82) SQL adalah suatu aplikasi komputer yang merujuk pada konsep Relational Database Management Systems (RDBMS), terdapat suatu struktur bahasa yang sudah standar untuk membangun basis datanya.

Menurut Prasetio (2012:182) SQL (dibaca “ess-que-el”) merupakan kependekkan dari Structured Query Language. SQL digunakan untuk berkomunikasi dengan sebuah Database. Sesuai ANSI, SQL merupakan bahasa standar untuk sistem manajemen database relasional.

Dapat disimpulkan bahwa SQL (*Structured Query Language*) merupakan struktur bahasa yang digunakan untuk membangun basis data dan digunakan untuk berkomunikasi dengan database.

Berikut ini adalah contoh pengaksesan data pada DBMS dengan SQL yang secara umum terdiri dari empat (4) hal (Sukanto & Shalahuddin, 2015:47), yaitu:

1. Memasukkan data (*insert*) Perintah yang digunakan untuk memasukkan data pada basis data.
2. Mengubah data (*update*) Perintah yang digunakan untuk mengubah atau memperbaharui data pada basis data.
3. Menghapus data (*delete*) Perintah yang digunakan untuk menghapus data pada basis data.
4. Menampilkan data (*select*) Perintah yang digunakan untuk menampilkan data pada basis data.

2.4.2 Manfaat SQL (*Structured Query Language*)

Manfaat SQL (*Structured Query Language*) Menurut Ichwan (2011:20)

1. Memudahkan pengelolaan data: SQL menyediakan cara yang terstruktur dan efisien untuk mengakses, mengolah, dan memanipulasi data dalam database relasional.
2. Meningkatkan fleksibilitas: SQL memungkinkan Anda untuk melakukan berbagai operasi kompleks pada data, seperti memfilter, mengurutkan, dan menggabungkan data dari berbagai tabel.
3. Meningkatkan skalabilitas: SQL dapat digunakan untuk mengelola database besar dengan jutaan baris data secara efisien.
4. Meningkatkan keamanan: SQL menyediakan mekanisme kontrol akses untuk melindungi data dari akses yang tidak sah.

2.5 Internet

Menurut Risnandar (2013:11) menyatakan bahwa internet adalah kumpulan paling akhir dan paling besar dari jaringan di seluruh dunia.

Sedangkan menurut Sibero (2013:10) mendefinisikan bahwa internet (*interconnected network*) adalah jaringan komputer yang menghubungkan antar jaringan secara global, internet juga dapat disebut jaringan dalam suatu jaringan yang luas.

Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa internet merupakan suatu jaringan komputer yang terbentuk dari rangkaian komputer yang terhubung menjadi beberapa rangkaian jaringan secara global.

Model koneksi internet itu sendiri dapat dilakukan pada computer pribadi maupun jaringan LAN atau WAN. Definisi LAN atau WAN menurut Bunafit Nugroho, (2008:44) antara lain:

1. LAN (Local Area Network) suatu jaringan yang terbentuk dengan menghubungkan beberapa computer yang berdekatan yang berada pada suatu ruang atau gedung yang terkoneksi ke internet gateway.
2. WAN (Wide Area Network) adalah format jaringan dimana suatu computer dihubungkan dengan yang lainnya melalui sambungan telepon. Data dikirim dan diterima oleh atau dari suatu computer ke computer lainnya lewat sambungan telepon. Konektor computer dengan telepon adalah menggunakan modem (modulator, Demodulator).

Internet merupakan perpustakaan multimedia yang sangat lengkap, bahkan internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya), dikatakan demikian karena hampir seluruh informasi bidang ilmu pengetahuan disuguhkan internet, seperti bisnis, hiburan, lembaga pemerintahan maupun seluruh Negara yang ada di dunia.

2.6 Wix

Aplikasi Wix adalah *platform web builder* berbasis *cloud* yang digunakan untuk memudahkan pengembangan *website*. *Platform* ini sangat mudah dipelajari sehingga cocok bagi pemula yang tidak mempunyai keahlian coding mendalam. Wix memiliki alat modifikasi website yang *user-friendly*. Untuk memindahkan atau mengedit konten, kamu hanya perlu menggunakan fitur drag and drop. Artinya, semua yang kamu perlukan terkait modifikasi bisa dilakukan dengan mudah. Selain praktis, Wix juga menyediakan seluruh komponen tampilan guna membantu *user* mengembangkan website lebih cepat. Beberapa jenis situs yang bisa dibuat melalui platform ini di antaranya seperti toko online, marketplace, company profile, portofolio, dan banyak lagi.

2.6.1 Kelebihan Wix

Wix merupakan salah satu platform *website builder* populer yang banyak digunakan oleh pengguna. Hal ini tidak lepas dari kelebihan yang ditawarkannya dalam *web development*. Berikut beberapa kelebihannya:

1. Memiliki banyak template website, Wix *website builder* menyediakan koleksi *template* yang luas sehingga memberikan banyak opsi tampilan sesuai kebutuhan pengguna. Terdapat lebih dari 800 *template* yang bisa diterapkan untuk berbagai kategori, mulai dari toko online, pariwisata, berita, kecantikan, dan banyak lainnya.
2. Konfigurasi mudah, Seperti yang telah disebutkan bahwa Wix pada dasarnya dirancang untuk pengguna yang tidak memiliki kemampuan *coding*. Platform ini memiliki *interface* intuitif serta fitur *drag and drop* untuk memudahkan pengguna membuat dan mengedit situs. Menambahkan konten visual, audio, teks, mengganti *font*, dan sebagainya bisa kamu lakukan hanya dengan beberapa klik atau menggesernya saja. Kemudahan konfigurasi ini menjadi kelebihan utama Wix mengingat kebanyakan *website builder* memerlukan proses yang lebih rumit dan fleksibel.
3. Mendukung multi device, Selain kemudahan konfigurasi, Wix juga mendukung pembuatan *website* responsif dan *multi device*. Artinya, platform ini dirancang agar *website* dapat diakses dengan baik melalui berbagai perangkat, termasuk desktop, tablet, dan *mobile*.
4. SEO Friendly, Bukan sekadar membangun situs, Wix juga menyediakan *tools* untuk meningkatkan performa *search engine optimization* (SEO). Platform ini mendukung praktik dasar SEO seperti pengelolaan *tag header*, *meta tag*, deskripsi halaman, dan sebagainya.

2.7 Flow Chart

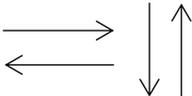
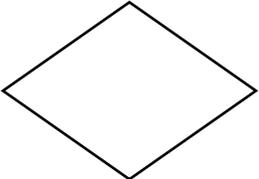
Flowchart adalah sebuah diagram yang menggambarkan alur atau langkah-langkah dari suatu proses atau sistem secara grafis. Diagram ini menggunakan simbol-simbol standar untuk mewakili berbagai jenis tindakan atau langkah dalam suatu proses, serta menunjukkan urutan atau hubungan

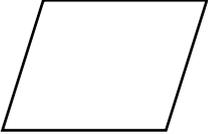
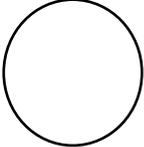
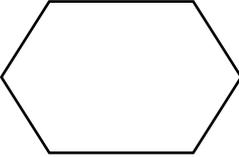
antara langkah-langkah tersebut dengan menggunakan garis panah. Adapun manfaat dan kegunaan Fungsi dan Manfaat *Flowchart* sebagai berikut :

1. **Pemahaman Proses:** Membantu dalam memahami dan menganalisis alur kerja atau proses bisnis.
2. **Dokumentasi:** Membantu dalam mendokumentasikan prosedur operasional.
3. **Identifikasi Masalah:** Membantu dalam mengidentifikasi dan menghilangkan langkah-langkah yang tidak efisien atau redundan dalam proses.
4. **Komunikasi:** Memudahkan komunikasi antara anggota tim atau antara tim yang berbeda mengenai proses atau sistem yang sedang dijelaskan.
5. Adapun panduan dari simbol yang dipakai dalam penggunaan membuat flowchart beserta fungsinya sebagai berikut

Tabel 2.1

Simbol dan Fungsi *Flowchart*

	<p><i>Flow line</i> Menunjukkan arah proses setiap flowline menghubungkan dua balok.</p>
	<p><i>Process</i> Mewakili langkah dalam suatu proses. Ini adalah komponen yang paling umum dari diagram alur.</p>
	<p><i>Decision</i> Menunjukkan langkah selanjutnya dalam suatu proses.</p>

	<p><i>Input / Output</i></p> <p>Menunjukkan proses memasukan atau mengeluarkan data eksternal.</p>
	<p><i>Terminator</i></p> <p>Simbol yang menunjukkan awal atau akhir sebuah program.</p>
	<p><i>On-page Refrence</i></p> <p>Simbol untuk keluar-masuk atau penyambung proses dalam lembar kerja yang berbeda .</p>
	<p><i>Predefined Process</i></p> <p>Menunjukkan proses bernama yang mendefinisikan di tempat lain.</p>
	<p><i>Preparation</i></p> <p>Langkah atau persiapan yang akan dilakukan.</p>

Sumber : Medium.com,2024

