

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Dasar Sistem**

##### **2.1.1 Pengertian Sistem**

Menurut Gaol (2008:9), “sistem adalah hubungan satu unit dengan unit-unit lainnya yang saling berhubungan satu sama lainnya dan tidak dapat dipisahkan serta menuju suatu kesatuan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Apabila satu unit macet/terganggu, unit lainnya pun akan terganggu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan tersebut”.

Menurut Hutahean (2014:2), “sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan kegiatan atau untuk melakukan sasaran tertentu”.

Menurut Sutabri (2012:7), “suatu sistem terdiri atas objek-objek atau unsur-unsur atau komponen-komponen yang berkaitan dan berhubungan satu sama lain sedemikian rupa sehingga unsur-unsur tersebut merupakan suatu kesatuan pemrosesan atau pengolahan yang tertentu”.

Berdasarkan ketiga definisi diatas dapat disimpulkan bahwa sistem adalah rangkaian dari dua atau lebih komponen-komponen yang saling berhubungan, yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan- tujuan.

##### **2.1.2 Karakteristik Sistem**

Model umum sebuah sistem adalah *input*, proses, dan *output*. Hal ini merupakan konsep sebuah sistem yang sangat sederhana sebab sebuah sistem dapat memiliki karakteristik atau sifat-sifat tertentu, yang mencirikan bahwa hal tersebut bisa dikatakan sebagai suatu sistem. Menurut Hutahean (2014:3), karakteristik sistem yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. **Komponen Sistem (*Components*)**

Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi, artinya saling bekerja sama membentuk satu kesatuan. Komponen-komponen sistem tersebut dapat berupa suatu bentuk subsistem. Setiap subsistem memiliki sifat dari sistem yang menjalankan suatu fungsi tertentu dan mempengaruhi proses sistem secara keseluruhan. Suatu sistem dapat mempunyai sistem yang lebih besar, yang disebut “supra sistem”.

b. **Batasan Sistem (*Boundary*)**

Ruang lingkup sistem merupakan daerah yang membatasi antara sistem dengan sistem yang lain atau sistem dengan lingkungan luarnya. Batasan sistem ini memungkinkan suatu sistem dipandang sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisah-pisahkan.

- c. Lingkungan Luar Sistem (*Environment*)  
Bentuk apapun yang ada di luar lingkup atau batasan sistem yang mempengaruhi operasi sistem tersebut disebut lingkungan luar sistem. Lingkungan luar sistem ini dapat bersifat menguntungkan dan dapat juga bersifat merugikan sistem tersebut. Lingkungan luar yang menguntungkan merupakan energi bagi sistem tersebut. Dengan demikian, lingkungan luar tersebut harus tetap dijaga dan dipelihara. Lingkungan luar yang merugikan harus dikendalikan. Kalau tidak, maka akan mengganggu kelangsungan hidup sistem tersebut.
- d. Penghubung Sistem (*Interface*)  
Media yang menghubungkan sistem dengan subsistem lain disebut penghubung sistem atau interface. Penghubung ini memungkinkan sumber-sumber daya mengalir dari satu subsistem ke subsistem lain. Bentuk keluaran dari satu subsistem akan menjadi masukan untuk subsistem lain melalui penghubung tersebut. Dengan demikian, dapat terjadi suatu integrasi sistem yang membentuk satu kesatuan.
- e. Masukan Sistem (*Input*)  
Energi yang dimasukkan ke dalam sistem disebut masukan sistem, yang dapat berupa pemeliharaan (*maintenance input*) dan sinyal (*signal input*). Contoh, di dalam suatu unit sistem komputer. “Program” adalah *maintenance input* yang digunakan untuk mengoperasikan komputernya dan “data” adalah *signal input* untuk diolah menjadi informasi.
- f. Keluaran Sistem (*Output*)  
Hasil energi yang diolah dan diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna. Keluaran ini merupakan masukan bagi subsistem yang lain. Contoh, informasi ini dapat digunakan sebagai masukan untuk pengambilan keputusan atau hal-hal lain yang menjadi *input* bagi subsistem lain.
- g. Pengolah Sistem (Proses)  
Suatu sistem dapat mempunyai suatu proses yang akan mengubah masukan menjadi keluaran. Contoh, sistem akuntansi. Sistem ini akan mengolah data transaksi menjadi laporan-laporan yang dibutuhkan oleh pihak manajemen.
- h. Sasaran Sistem (*Objective*)  
Suatu sistem memiliki tujuan dan sasaran yang pasti dan bersifat deterministik. Kalau ada sistem tidak memiliki sasaran, maka operasi sistem tidak ada gunanya. Suatu sistem dikatakan berhasil bila mengenai sasaran atau tujuan yang telah direncanakan.

### 2.1.3 Daur Hidup Sistem

Menurut Sutabri (2012:20), “siklus hidup sistem (*system life cycle*) adalah proses evolusioner yang diikuti dalam menerapkan sistem atau subsistem informasi berbasis komputer. Siklus hidup sistem terdiri dari serangkaian tugas yang erat mengikuti langkah-langkah pendekatan sistem karena tugas-tugas tersebut mengikuti pola yang teratur dan dilakukan

secara top down. Siklus hidup sistem sering disebut sebagai pendekatan air terjun (*waterfall approach*) bagi pembangunan dan pengembangan sistem”.

Pembangunan sistem hanyalah salah satu dari rangkaian daur hidup suatu sistem. Meskipun demikian, proses ini merupakan aspek yang sangat penting. Menurut Sutabri (2012:20), ada beberapa fase/tahapana dari daur hidup suatu sistem yaitu:

- a. Mengenalinya adanya kebutuhan  
Sebelum segala sesuatunya terjadi, timbul suatu kebutuhan atau problema yang harus dapat dikenali sebagai mana adanya. Kebutuhan dapat terjadi sebagai hasil perkembangan dari organisasi dan volume yang meningkat melebihi kapasitas dari sistem yang ada. Semua kebutuhan ini harus dapat didefinisikan dengan jelas. Tanpa adanya kejelasan dari kebutuhan yang ada, pembangunan sistem akan kehilangan arah dan efektifitasnya.
- b. Pembangunan sistem  
Suatu proses atau seperangkat prosedur yang harus diikuti untuk menganalisis kebutuhan yang timbul dan membangun suatu sistem untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut.
- c. Pemasangan sistem  
Setelah tahap pembangunan sistem selesai. Sistem kemudian akan dioperasikan. Pemasangan sistem merupakan tahap yang penting pula dalam daur hidup sistem. Peralihan dari tahap pembangunan menuju tahap operasional terjadi pemasangan sistem yang sebenarnya, yang merupakan langkah akhir dari suatu pembangunan sistem.
- d. Pengoperasian sistem  
Program-program komputer dan prosedur-prosedur pengoperasian yang membentuk suatu sistem informasi semuanya bersifat statis, sedangkan organisasi ditunjang dari sistem informasi tadi. Ia selalu mengalami perubahan-perubahan itu karena pertumbuhan kegiatan bisnis, perubahan peraturan, dan kebijaksanaan ataupun kemajuan teknologi. Untuk mengatasi perubahan-perubahan tersebut, sistem harus diperbaiki atau di perbarui.
- e. Sistem menjadi usang  
Kadang perubahan yang terjadi begitu drastis sehingga tidak dapat diatasi hanya dengan melakukan perbaikan pada sistem yang berjalan. Tibalah saatnya secara ekonomis dan teknik sistem yang ada tidak layak lagi untuk dioperasikan dan sistem yang baru perlu dibangun untuk menggantikannya.

## 2.2 Konsep Dasar Informasi

### 2.2.1 Pengertian Informasi

Menurut Anggraeni dan Irviani (2017:1), “informasi adalah data yang diolah menjadi lebih berguna dan berarti bagi penerimanya, serta

untuk mengurangi ketidakpastian dalam proses pengambilan keputusan mengenai suatu keadaan”.

Menurut Hutahean (2014: 9), “informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya”.

Menurut Murdick (2009:6) mengatakan “Informasi terdiri atas data yang telah didapatkan, diolah/ diproses, atau sebaliknya yang digunakan untuk tujuan penjelasan/ penerangan, uraian atau sebagai sebuah dasar untuk pembuatan ramalan atau pembuatan keputusan”.

Berdasarkan ketiga defisini diatas, dapat disimpulkan bahwa informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lbih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya.

## **2.3 Konsep Dasar Pemasaran**

### **2.3.1 Pengertian Pemasaran**

Menurut Kotler dan Keller (2012:5), “pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial”.

Menurut Sunyoto (2013:19), “pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan”.

Menurut Swastha (2009:10), “pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Berdasarkan ketiga definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses dalam kegiatan bisnis mulai dari perencanaan, penentuan harga, promosi dan distribusi. Tujuannya adalah memenuhi kebutuhan konsumen dan membuat konsumen merasa senang.

### **2.3.2 Bauran Pemasaran**

Menurut Kotler dan Keller (2009:47), mendefinisikan bauran pemasaran atau marketing mix sebagai “seperangkat alat pemasaran perusahaan yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar yang menjadi sasarannya”.

- a. Produk (*Product*)  
Suatu yang dapat ditawarkan untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan dari konsumen.
- b. Harga (*Price*)

Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

- c. Tempat (*Place*)  
Tempat diasosiasikan sebagai saluran distribusi yang ditujukan untuk mencapai target konsumen. Sistem distribusi ini mencakup lokasi, transportasi, pergudangan, dan sebagainya.
- d. Promosi (*Promotion*)  
Sebagai salah satu cara pemasaran untuk mengkomunikasikan dan menjual suatu produk kepada konsumen yang berpotensi.

## 2.4 Sistem Informasi Pemasaran

Menurut Laudon (2009:13), “sistem informasi pemasaran adalah suatu struktur, interaksi secara kompleks antara orang, mesin, dan prosedur untuk dapat menghasilkan alur informasi yang teratur, tepat dari sumber-sumber dalam dan luar perusahaan untuk dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan bagi pimpinan”.

Dari pengertian diatas, dapat di simpulkan bahwa sistem informasi pemasaran adalah kegiatan perseorangan dan organisasi yang memudahkan dan mempercepat hubungan pertukaran yang memuaskan dalam lingkungan yang dinamis melalui penciptaan pendistribusian promosi dan penentuan harga barang, jasa dan gagasan. Sistem informasi pemasaran selalu digunakan oleh bagian pemasaran dalam sebuah perusahaan untuk memasarkan produk-produk perusahaan tersebut.

## 2.5 Konsep dasar *E-commerce*

### 2.5.1 Pengertian *E-commerce*

Menurut McLeod dan Schell (2008:23), “*e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan yang populer dari perdagangan elektronik ini adalah penggunaan komputer yang terhubung jaringan internet dengan web browser untuk melakukan suatu transaksi jual-beli produk”.

Menurut Malau (2016:298), “*e-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik”.

Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah sebuah bentuk transaksi yang berhubungandengan

aktivitas komersial, baik itu organisasi maupun individual yang berdasarkan pengolahan dan transaksi data yang terdigitalisasi, termasuk teks, suara dan gambar visual. Pada umumnya, *e-commerce* mengacu pada aplikasi perdagangan yang menggunakan media internet untuk melakukan transaksi *online*, seperti untuk belanja produk dan jasa. Contohnya terjadi ketika konsumen mengorder, produk berwujud maupun tidak berwujud melalui internet.

### 2.5.2 Komponen *E-commerce*

Menurut Hidayat (2008:304), “*e-commerce* memiliki beberapa komponen standar yang dimiliki dan tidak dimiliki transaksi bisnis yang dilakukan secara offline” yaitu:

- a. Produk: Banyak jenis produk yang bisa dijual melalui internet seperti komputer, buku, musik, pakaian, mainan, dan lain-lain.
- b. Tempat menjual produk (*a place to sell*): Tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting.
- c. Cara menerima pesanan: Email, telepon, SMS, dan lain-lain.
- d. Metode pengiriman: Pengiriman bisa dilakukan melalui paket, salesman, atau *download* jika produk yang dijual memungkinkan untuk itu (misalnya *software*).
- e. Pelanggan *service*: *email*, formulir *online*, FAQ, telepon, *chatting*, dan lain-lain.

## 2.6 Penggunaan Perangkat Lunak Operasi

### 2.6.1 *Opencart*

Menurut Sarwandi (2016:21), “*openCart* merupakan aplikasi berbasis web yang digunakan untuk berjualan secara *online* (*e-commerce*), dengan menggunakan *opencart* artinya kita mempunyai toko *online* yang dapat kita gunakan. Dalam penggunaan *opencart* kita tidak harus mengeluarkan biaya yang besar, dan cukup mudah untuk dipelajari dengan memahami fitur-fitur yang ada di *Opencart*.”

**Tabel 2.1**  
**Fitur yang ada di Opencart**

No	Keterangan	Definisi
1	Dashboard	Pusat menu-menu yang digunakan untuk mengatur kegiatan di sebuah website
2	Catalogue	Sebuah menu yang memuat tentang produk yang dijual
3	Extensions	Menu yang digunakan untuk mempermudah instalasi ekstensi-ekstensi tambahan pada Opencart
4	Affiliates	Sebuah menu yang memuat daftar orang yang membantu Anda berjualan (marketing)
5	API	Sekumpulan perintah yang digunakan untuk membangun suatu perangkat lunak
6	Localisation	Menu yang memuat pengaturan dari toko dan penjelasan secara rinci mengenai suatu produk yang dipasarkan
7	Modification	Menu yang memuat daftar perubahan yang dilakukan pada Opencart
8	Events	Menu yang memuat pengaturan mengenai event tertentu yang ada di toko seperti voucher dan diskon

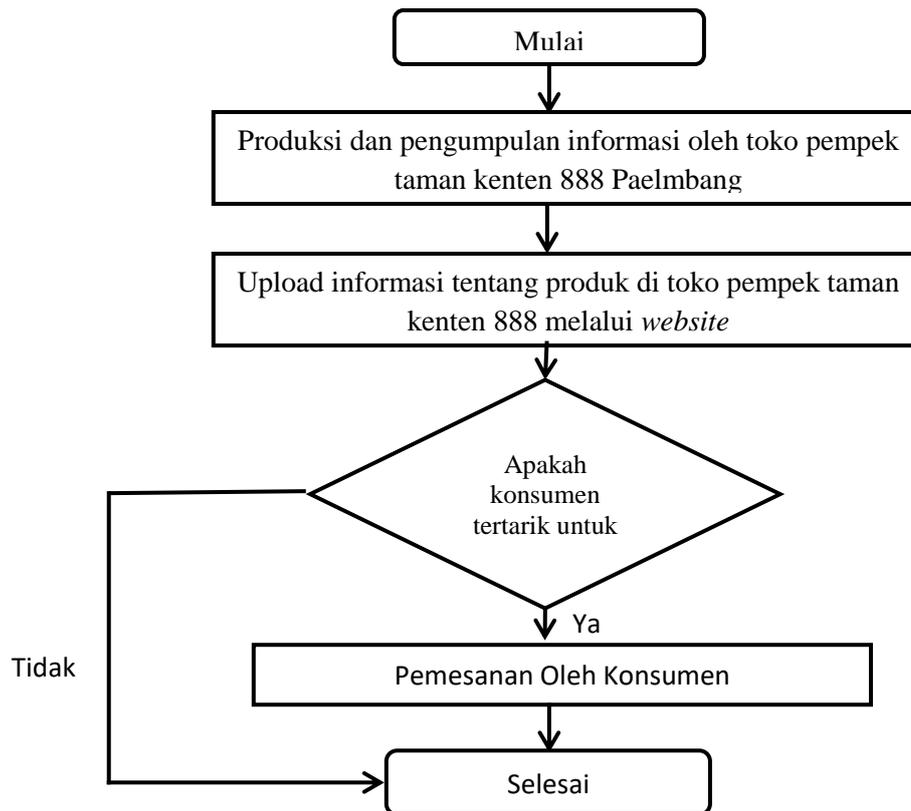
Sumber: Syilviani, 2010:10

## 2.7 Website

Menurut Hidayat (2010:2), “website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*). Bersifat statis apabila isi informasi *website* tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik *website*. Bersifat dinamis apabila isi informasi *website* selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna *website*”.

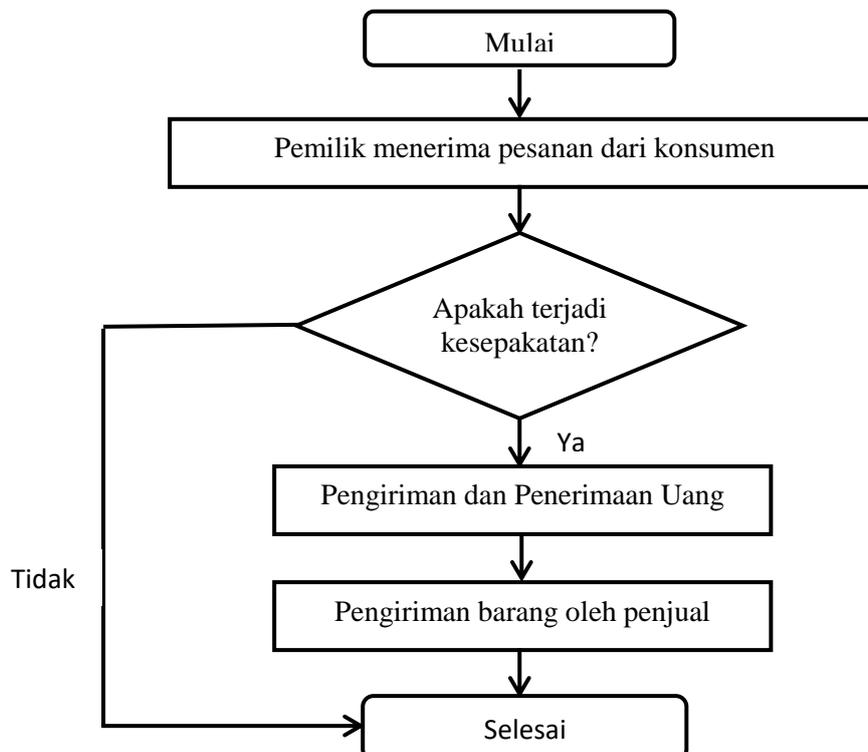
## **2.8 Rancangan Alur Informasi**

Sistem informasi produk dalam hal ini diawali dengan produksi makanan berupa pempek oleh toko pempek taman kenten 888 Palembang. Produk makanan yang dihasilkan selanjutnya didokumentasikan, hasil dokumentasi merupakan informasi yang nantinya disampaikan dalam *website* sebagai media pemasaran. Informasi mengenai produk sampai kepada konsumen melalui jaringan lewat media promosi *website* yang menampilkan gambar, harga serta informasi lainnya. Rancangan alur sistem informasi produk dan penjualan dapat digambarkan sebagai berikut:



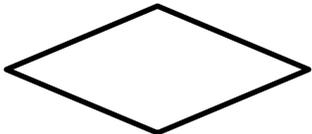
**Gambar 2.1 Alur Sistem Informasi Produk**

Konsumen yang tertarik akan mencari informasi tentang produk dan akan memesan produk sesuai dengan kebutuhan mereka, dengan alur seperti di bawah ini:



**Gambar 2.2 Alur Penjualan Produk**

**Tabel 2.2**  
**Keterangan Simbol Pada Flowchart**

No	Simbol	Arti
1		Menunjukkan awal atau akhir dari aliran proses. Biasanya, diberi kata-kata 'Start', 'End', 'Mulai', atau 'Selesai'.
2		Lambang proses ini sebenarnya melambangkan proses yang dilakukan oleh komputer.
3		Melambangkan pengambilan keputusan bagaimana alur dalam flow chart berjalan selanjutnya berdasarkan kriteria atau pertanyaan tertentu

Sumber: Jalinus dan Ambiyar (2016:40)

Melalui *website*, pemilik toko pempek Taman Kenten 888 Palembang menyampaikan informasi tentang produk kepada konsumen. Konsumen selaku penerima informasi yang tertarik akan memesan produk melalui alamat pemilik usaha yang dicantumkan dalam situs usaha dalam jaringan. Pemesanan dilakukan dengan kesepakatan mengenai beberapa syarat dan ketentuan serta persetujuan. Setelah kedua pihak menyetujui pelaksanaan pembelian, pengiriman barang dan penerimaan dilaksanakan sebagai hasil akhir pemasaran dan transaksi.