

SISTEM PROMOSI DAN MANAJEMEN LAPANGAN BASKET BERBASIS WEBSITE

Mochamad Rizky Febriansyah

Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, Indonesia

Abstract- Lapangan basket Difour adalah sebuah lapangan basket yang dimiliki oleh perorangan yang berada di Jl. pangkur no. 19 a, Ganjuran, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Lapangan basket Difour yang bertemakan “Creativity Sports and Hangout” mengusung sebuah sarana olahraga yang didukung dengan adanya coffee shop dan sebuah kafeteria di dalamnya. Lapangan basket Difour mempunyai berbagai fasilitas dalam menunjang pelanggan dalam berolahraga, seperti tersedianya kamar bilas dan kamar mandi yang disertai shower, adanya wifi yang bisa diakses pelanggan secara gratis, tempat parkir yang cukup luas, ring basket fiber berstandar nasional serta tersedianya penyewaan peralatan basket seperti bola basket, peluit, dan kostum. Selain melayani pemesanan lapangan basket, Difour juga

melayani penyewaan lapangan untuk event-event basket.

Peneliti merancang sistem menggunakan metode prototyping. Metode prototyping adalah perangkat lunak atau satu metode siklus hidup sistem yang didasarkan pada konsep model bekerja (working model). Metode ini sangat baik digunakan untuk menyelesaikan masalah kesalahpahaman antara user dan analis yang timbul akibat user tidak mampu mendefinisikan secara jelas kebutuhannya. Protoyping membantu dan menemukan kebutuhan di tahap awal pengembangan. Selain itu prototyping juga berguna sebagai alat untuk mendesain dan memperbaiki user interface bagaimana sistem akan terlihat oleh orang-orang yang menggunakannya.

Kata kunci : Lapangan Basket, Sistem Promosi, prototyping

I. PENDAHULUAN

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota dengan peminat basket tertinggi di Indonesia. Hal tersebut menjadikan peluang bisnis bagi wirausahawan untuk mengembangkan usaha di industri bola basket, salah satunya yaitu menyewakan lapangan basket. di Yogyakarta, baik klub basket atau tim basket universitas hanya mengandalkan lapangan basket yang ada di perguruan tinggi dan tidak disewakan bagi tim diluar perguruan tinggi bersangkutan. Tingginya peminat basket di Yogyakarta dan sedikitnya fasilitas lapangan komersil menjadikan setiap tim basket atau klub hanya dapat menyewa lapangan di perguruan tinggi masing-masing. Beberapa pemilik penyewaan lapangan basket memiliki keterbatasan dalam segi promosi. Selama ini informasi seputar penyewaan lapangan basket hanya di peroleh melalui informasi perorangan. Untuk dapat dijangkau secara luas, diperlukan suatu sistem yang dapat mempromosikan lapangan basket tersebut agar lebih efektif, salah satunya dengan cara memberikan harga khusus seperti penawaran promosi biaya pemakaian.

Beberapa penyewaan lapangan basket bersifat memesan secara langsung dengan cara datang ke tempat penyewaan dan menentukan waktu sewa. Waktu sewa sendiri biasanya mulai pada pukul 09:00 – 23:00 dan waktu ramai penyewaan pada pukul 16:00-21:00. Beberapa masalah yang ada dalam penyewaan diantaranya calon pemesan biasanya harus cek jadwal yang tersedia ke tempat penyewaan. Hal seperti itu dirasa menjadi kurang efektif karena masih menggunakan metode manual ditengah kemajuan teknologi pada saat ini.

Maka, atas dasar hasil observasi tersebut penulis mengusulkan pembangunan sistem informasi penyewaan lapangan basket yang dapat membantu pemilik lapangan dalam hal manajemen penyewaan lapangan beserta promosi. Sistem informasi yang akan dibangun bertujuan memudahkan siapapun yang hendak melakukan penyewaan lapangan tanpa harus datang langsung ke lokasi dan dapat langsung mengetahui jadwal yang tersedia.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Sistem Promosi

Hakekat promosi memiliki arti aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan proses peningkatan target pasar atas perusahaan dan produknya agar dapat diterima oleh masyarakat luas. (Tjiptono, 2001)

Promosi memiliki arti upaya atau kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam mempengaruhi "konsumen aktual" ataupun "konsumen potensial" dengan tujuan dapat meningkatkan efektifitas penjualan produk dari suatu perusahaan. Konsumen aktual adalah konsumen yang melakukan pembelian produk secara langsung atau setelah promosi dilakukan. Sedangkan pengertian dari konsumen potensial adalah konsumen yang memiliki minat melakukan transaksi pembelian terhadap produk yang ditawarkan di masa yang akan datang (Sistaningrum, 2002).

2.2 Manajemen Bisnis

Kegiatan bisnis sejatinya dilakukan secara seimbang dengan manajemen yang baik agar dapat mempertahankan bisnis tersebut menjadi lebih terstruktur. Proses manajemen bisnis menjadi nilai vital dalam

pengelolaan bisnis agar dapat berjalan secara efektif dan efisien. Langkah awal yang dilakukan pada dunia bisnis adalah menentukan tujuan dari bisnis itu sendiri dan merancang rumusan strategi yang akan diterapkan dalam pengerjaan. Penetapan tujuan merupakan target yang nanti akan menjadi tolak ukur keberhasilan dari pengerjaan. Tujuan terbagi menjadi tiga bagian yaitu tujuan jangka pendek, tujuan jangka menengah, dan tujuan jangka panjang. Strategi adalah sebuah tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu target atau tujuan. Demi kelangsungan kesuksesan bisnis yang tepat diperlukan manajemen bisnis yang terancang dan terencana dengan baik, sehingga nantinya bisnis dapat terarah menuju arah yang tepat dan mengantisipasi adanya kerugian yang mungkin dihadapi oleh suatu bisnis di masa yang akan datang. (Nurlela & Sugiarto, 2006).

2.3 Reservasi

Reservasi atau pemesanan berasal dari kata pesan yang artinya adalah setiap pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tulisan yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain. Pesan menjadi inti dari setiap proses komunikasi yang terjalin. Reservasi juga dapat didefinisikan sebagai sebuah proses perjanjian yang berupa

pemesanan suatu produk barang atau jasa namun belum ditutup dengan suatu transaksi jual beli. Reservasi diawali dengan tukar menukar informasi antara produsen dan konsumen yang bertujuan untuk menciptakan suatu kesepakatan sebelum melakukan transaksi. (Pamudji, 2005).

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Planning

Perencanaan merupakan penetapan suatu tujuan organisasi dan menentukan sebuah strategi serta standar yang akan dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Pembuatan keputusan banyak terlibat dalam fungsi ini. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai pemilihan metode dan pemilihan alat dalam pembuatan sistem. Pemilihan metode dan alat berdasarkan pada identifikasi studi kasus yang sudah ditetapkan di awal.

Setelah mengetahui kelebihan metode dan mempertimbangkan kesesuaian metode yang dipilih dengan pembangunan sistem, langkah selanjutnya adalah mempersiapkan daftar pertanyaan untuk melakukan wawancara. Wawancara adalah metode yang digunakan dalam pengumpulan data.

3.2 Analisis

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap sistem promosi dan manajemen lapangan basket ini, penulis telah mengetahui apa saja yang nantinya akan menjadi sistem input, keluaran sistem output, kebutuhan *software* dan *interface* dalam pembuatan sistem tersebut, sehingga sistem dapat diterapkan sesuai dengan harapan dari pihak-pihak yang bersangkutan. Analisis kebutuhan merupakan suatu tahapan awal yang dibutuhkan guna mengetahui kebutuhan dalam melakukan pengembangan *software*, meliputi proses dan keluaran, serta kebutuhan perangkat.

3.3 Perancangan Desain Sistem

Perancangan sistem dilakukan untuk membuat suatu gambaran model sistem dan implementasi dari sistem yang akan dibangun pada sistem promosi dan manajemen lapangan basket ini. Dalam perancangan sistem ini terdapat beberapa tahapan, seperti perancangan *undefined model language (UML)*, perancangan *activity diagram*, perancangan basis data, dan perancangan antarmuka website.

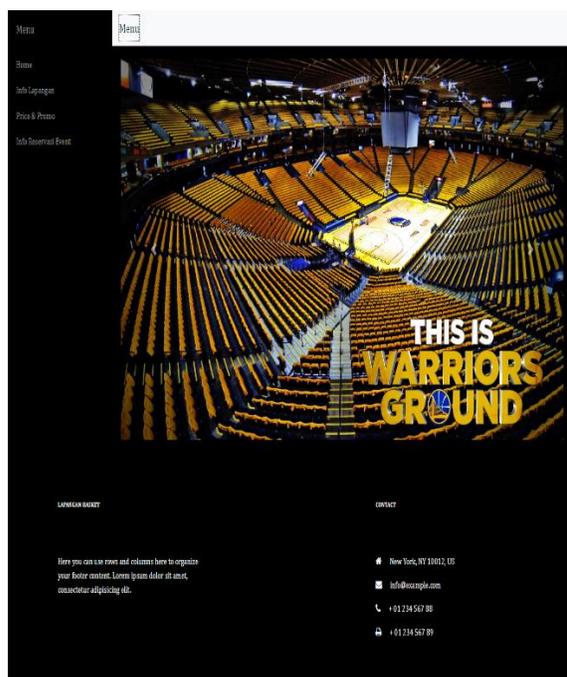
3.4 Implementasi

Interface atau antarmuka merupakan salah satu hal yang penting dalam pembuatan suatu program. perancangan antarmuka juga berguna untuk berinteraksi dan menyatukan ide-ide antara *programmer* dan klien perihal pembuatan program. Untuk perancangan antarmuka sistem dibagi menjadi 2 yaitu perancangan antarmuka *user* dan perancangan antarmuka *admin*.

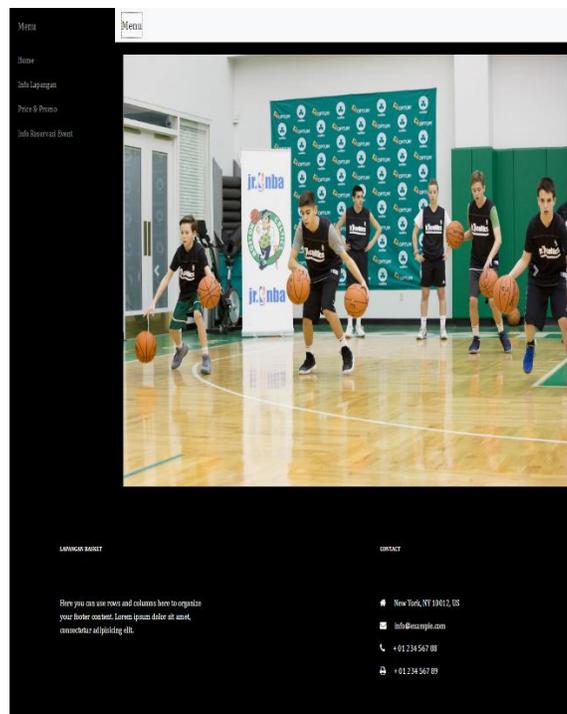
IV. IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

4.1 Implementasi Sistem

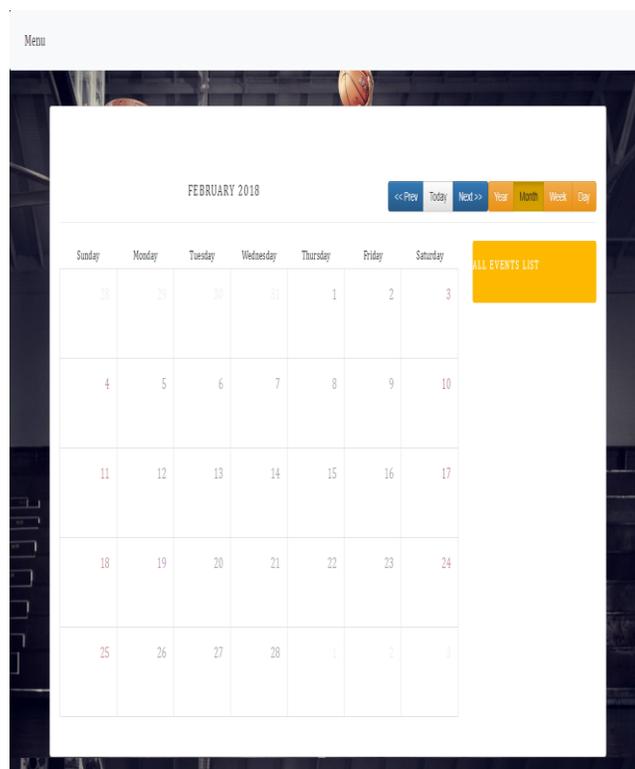
1. Halaman Home



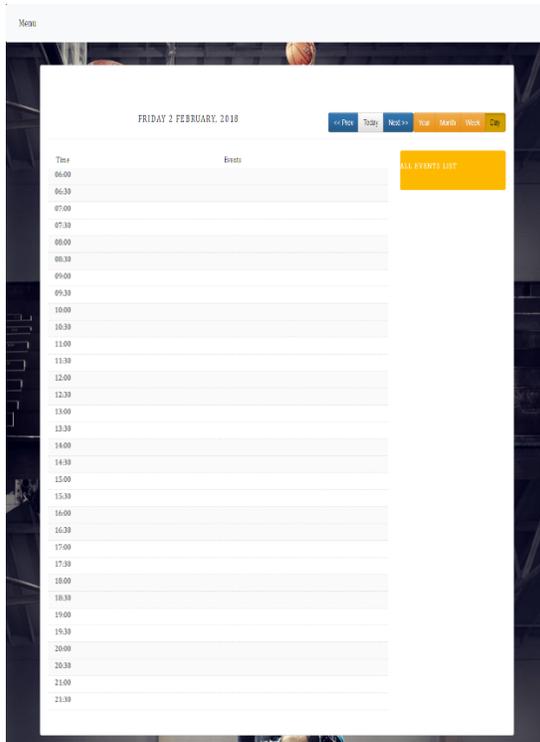
2. Halaman Galeri



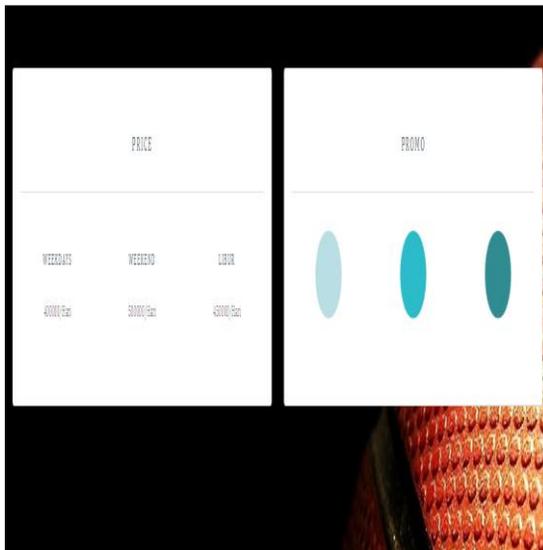
3. Halaman Info Lapangan



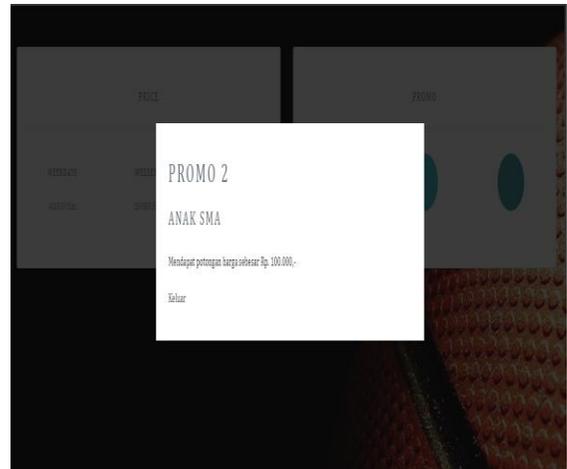
4. Halaman Waktu Penyewaan



5. Halaman Promo Pemakaian



6. Halaman Kriteria Promo



7. Halaman Info Reservasi Event

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dihasilkan dari serangkaian pembahasan dan pengujian Sistem Promosi Dan Manajemen Lapangan Basket Berbasis Website diatas ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil pembahasan dan pengujian Sistem Promosi dan

Manajemen Lapangan Basket Berbasis Website ini menghasilkan sebuah aplikasi berbentuk web yang meningkatkan minat dari calon pelanggan untuk melakukan reservasi lapangan basket.

2. Dengan adanya aplikasi ini, konsumen lebih memilih untuk melakukan penyewaan melalui website daripada menyewa dengan cara datang langsung ke tempat penyewaan lapangan. Pengujian dari pembangunan website Sistem Promosi dan Manajemen Lapangan Basket Berbasis Website ini menggunakan metode kuesioner.
3. Manfaat dari pembuatan Sistem Promosi dan Manajemen Lapangan Basket Berbasis Website ini adalah untuk menarik minat calon pelanggan untuk mengetahui apa saja informasi yang ada pada website penyewaan lapangan basket ini. Sebelumnya calon pelanggan diharuskan datang langsung ke lokasi penyewaan jika ingin memesan lapangan tanpa mengetahui info lapangan yang masih tersedia.

5.2 Saran

Karena pembangunan sistem ini memiliki beberapa keterbatasan dan kendala, maka untuk menyempurnakan sistem promosi ini penulis menganjurkan untuk rekan selanjutnya melakukan pengembangan dan penelitian sebagai berikut:

1. Pengembangan lebih lanjut untuk fitur *Chat Box*.
2. Jika nantinya sistem ini berkembang lebih baik, maka penulis menganjurkan dikembangkannya sistem pembayaran melalui website dan pemberian nomor antrian.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sistaingrum, Edyningtyas. (2002). Manajemen Penjualan Produk. Kanisius. Yogyakarta.
- Pressman, Roger S. (2001). *Software Engineering : A Practitioner's Approach -5th ed.* New York : McGraw Hill Companies Inc.
- Kasmir, (2004). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Fuad, M, Christine, Nurlela, Sugiarto dan Paulus. (2006). Pengantar Bisnis. Erlangga. Jakarta.

Pamudji. (2005). Ekologi Administrasi Negara. Bina Aksara. Jakarta.

Jogiyanto. (2008). Metodologi Penelitian Sistem Informasi. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

Mulyanto, Agus. (2009). Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Dennis, Alan, Wixom, Barbara Haley, Roth, Roberta M. (2013). *System Analysis and Design 5th edition*. New Jersey: John Willey & Sons, Inc.

Rouse, Margaret. 2011. *Web Application (Web App)*. TechTarget Magazine (<http://searchsoftwarequality.techtarget.com/definition/Web-application-Web-app>).