

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA & LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Untuk memulai sebuah penelitian baru, tentu perlu mempelajari beberapa referensi penelitian pendahulu. Dimulai dari pendalaman referensi seperti analisis penelitian terdahulu yang terkait dan apa saja bahan yang dibutuhkan untuk menunjang penelitian ini.

Pada era Marketing 5.0, teknologi menjadi kunci dalam penjualan produk usaha. Implementasi NextTech dianggap penting oleh pengusaha, termasuk dalam usaha mikro hingga besar. Pandemi mendukung perkembangan pemasaran online dan media sosial. Studi kasus Agen Sembako Al Barkah[5] di Kediri menunjukkan pemasaran online melalui WhatsApp, yang efektif tetapi memiliki keterbatasan durasi dan jangkauan. Facebook kurang diminati, sementara WhatsApp masih populer. Oleh karena itu, penelitian tersebut mengembangkan Company Profile terintegrasi dengan WhatsApp untuk mengatasi keterbatasan tersebut[5].

PT Jawa Pos Grup Multimedia, anak perusahaan Jawa Pos Grup, memiliki lebih dari 200 media di seluruh Indonesia dan menjadi penyedia informasi terpercaya. Pada 2014, Jawa Pos memasuki bisnis digital dengan JawaPos.com dan pada 2017 menghadirkan The New and Improved JawaPos.com. Media ini memiliki berbagai produk seperti publish release, video embed, dan Instagram Feed. JawaPos.com menggunakan company profile sebagai media untuk memperkenalkan diri kepada publik, menjelaskan pengertian, performa, traffic overview, dan informasi lainnya. Evaluasi terhadap company profile yang sudah ada dilakukan untuk mengidentifikasi kekurangan dan perbaikan yang diperlukan, dengan tujuan merancang ulang company profile sebagai media informasi dan promosi[6].

Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya belum memiliki media untuk menunjukkan profilnya, sehingga penulis membuat company profile dengan tujuan memperkenalkan jurusan, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan

efektif menyampaikan informasi tentang visi, misi, prestasi, dan fasilitas. Perancangan ini membantu promosi saat penerimaan mahasiswa baru dan menyediakan dokumentasi tertulis. Dalam era modern, desain memiliki peran penting dalam membangun citra dan membedakan diri dari kompetitor. Company profile dianggap penting karena menciptakan kesan bahwa lembaga pendidikan serius membangun reputasi mereka. Company profile ini berbentuk buku, dipilih karena dapat menyimpan lebih banyak informasi, mudah dibuat, disimpan, dan diakses ulang oleh publik[2].

Perkembangan teknologi dan internet telah menjadi daya dorong utama dalam memanfaatkannya untuk kegiatan ekonomi, terutama dalam munculnya *e-commerce* yang mengubah paradigma pemasaran dan mengurangi biaya operasional. Sebagai contoh, Jak Square, toko resmi pendukung tim Persija Jakarta, fokus pada penjualan fashion dan aksesoris tim tersebut. Namun, saat ini, sistem pemasaran Jak Square hanya melibatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook, menyebabkan keterbatasan informasi dan penurunan penjualan. Selain itu, laporan penjualan toko ini hanya berupa pembukuan, yang mengindikasikan kurangnya kehati-hatian dalam pencatatan produk terjual. Maka dari itu mereka membuat solusi yaitu pembuatan sebuah *e-commerce* dengan *Content Management System*[7].

Internet menjadi peluang untuk memperbaiki citra dan reputasi perusahaan atau organisasi. Perkembangan teknologi informasi, terutama internet, memerlukan manajemen yang bertanggung jawab dan responsif terhadap kebutuhan publik. *Website* dan *email* muncul sebagai produk dari kemajuan teknologi informasi di media internet. Penulis menyebutkan Patuk, sebuah kecamatan di Kabupaten Gunung Kidul, sebagai contoh yang mengembangkan potensi desanya melalui kelompok-kelompok UMKM dan koordinasi BKAD Kecamatan Patuk. Meskipun sudah ada Sistem Informasi Desa (SID), penulis mencatat bahwa SID ini belum dijalankan dengan baik karena keterbatasan keterampilan dan sumber daya yang ada. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat menghadapi masalah kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya promosi produk dan pariwisata serta pemanfaatan internet, khususnya melalui *Website*,

untuk mengembangkan promosi produk unggulan desa di Kecamatan Patuk. Pelatihan *Website* diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan ketrampilan aparatur Kecamatan, BKAD, dan UMKM dalam mempromosikan produk unggulan desanya serta mengelola penggunaan *Website* secara efektif. Pelatihan ini diharapkan dapat membawa manfaat seperti pemahaman yang ditingkatkan tentang pentingnya promosi produk dan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan para pelaku UMKM dalam mengoperasikan internet (*Website*) sebagai alat promosi[10].

Organisasi Ikatan Makanan/Minuman Olahan (IMO) di Sumatera Utara, yang didirikan pada tahun 2018, memiliki 66 anggota UMKM di tiga kabupaten/kota. Organisasi ini bertujuan membantu UMKM bersaing dengan produk asing, mengingat sektor UMKM menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Penggunaan Sistem Informasi (SI) dan Teknologi Informasi (TI) oleh UMKM dianggap penting dalam pertumbuhan bisnis. Saat ini, internet, sebagai bagian dari era digital, menawarkan peluang baru dalam bisnis dan memiliki peran khusus dalam organisasi seperti IMO. Meskipun demikian, permasalahan utama yang dihadapi IMO adalah kurangnya pemanfaatan teknologi Sistem Informasi berbasis internet untuk promosi pemasaran produk UMKM. Untuk mengatasi masalah ini, kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan untuk membuat website sebagai media promosi dan memberikan sosialisasi serta pelatihan tentang penggunaan internet dan pengelolaan website. Tujuannya adalah meningkatkan pengetahuan mitra dalam menggunakan dan memasarkan produk melalui internet serta mengelola website sebagai media promosi[11].

Pemasaran online dianggap cocok untuk bisnis baru karena hemat biaya, dapat dikendalikan sendiri, dan memiliki jangkauan pasar yang luas. Statistik pengguna internet di Indonesia, khususnya kelompok usia 18-25 tahun (*digital natives*), menunjukkan potensi besar dalam pemasaran digital. Jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia sangat tinggi, dengan *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *WhatsApp*, dan *Google* menjadi platform yang paling diminati. Studi kasus pada UMKM Asti Gauri yang bergerak dalam

produksi dan penjualan aksesoris wanita dan jilbab meneliti pengaruh pemasaran digital terhadap kinerja penjualan produknya di Kecamatan Bantarsari Cilacap[3].

Kompetensi dalam menguasai ilmu pengetahuan teknologi informasi seiring dengan perkembangan teknologi adalah penting. Teknologi informasi dianggap sebagai faktor pendukung yang efektif, terutama dalam penggunaan website sebagai sarana promosi dan penyampaian informasi. Website dianggap efisien, up-to-date, mudah diakses, dan cocok untuk berbagai tujuan seperti pemasaran, informasi, pendidikan, komunikasi, dan promosi. Melalui studi kasus Ves Boutique di Medan Johor, paragraf menyoroti perlunya efisiensi dalam promosi produk dan bagaimana penggunaan website sebagai solusi untuk mencapai tujuan pemasaran yang lebih efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan Ves Boutique, merancang website sebagai media promosi dan informasi, serta menghasilkan website yang menarik untuk menarik konsumen. Manfaat penelitian termasuk pengembangan usaha, keunggulan dalam pemasaran produk, promosi dan penyampaian informasi yang efisien, dan peningkatan pengetahuan tentang pembelajaran web[12].

Setiap instansi atau lembaga di seluruh dunia, termasuk PT. Gotrans Logistics, memanfaatkan *website* sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan. *Company Profile*, sebuah ringkasan informasi perusahaan, dianggap sebagai cara untuk mempublikasikan profil instansi tersebut kepada publik. PT. Gotrans Logistics, yang saat ini memiliki *Company Profile* dalam bentuk buku, dihadapkan pada kesulitan dalam mendapatkan informasi terkait perusahaan. Penulis menyarankan pembuatan *Company Profile* berbasis *web* untuk memudahkan penyebaran informasi kepada publik. *Company Profile* berbasis *web* dapat diakses oleh masyarakat umum, memberikan informasi terkait profil, visi, misi, produk, dan layanan PT. Gotrans Logistics. Sistem informasi berbasis *web* diusulkan untuk memecahkan masalah sulitnya penyebaran informasi yang terjadi pada *Company Profile* dalam bentuk buku. Penelitian ini bertujuan untuk membangun sistem informasi *Company Profile* berbasis web menggunakan metode *prototype*, dengan studi kasus pada PT. Gotrans Logistics International.

Tema penelitian ini adalah "Rancang Bangun Sistem Informasi Company Profile Berbasis Web pada PT. Gotrans Logistics"[13].

Dampak pandemi *COVID-19* terhadap pelaku usaha, terutama usaha mikro dan kecil (UMKM), yang memaksa mereka untuk merubah pola bisnis agar dapat bertahan. Kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat mengubah perilaku konsumen, yang beralih dari kegiatan di tempat umum menjadi lebih banyak dilakukan di rumah. Pergeseran ini mencakup peningkatan penggunaan internet di Indonesia selama pandemi, dengan peningkatan dari 64,8% pada tahun 2018 menjadi 73,7% pada tahun 2020. Pola bisnis *offline* beralih ke *online*, seperti yang dilakukan oleh peternak ikan koi di Kota Blitar, yang mengalami penurunan permintaan selama pandemi. Peternak ini berinovasi dengan merubah pola bisnisnya dari *offline* ke *online* melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp*. Namun, terdapat kekurangan dalam promosi melalui media sosial, terutama keterbatasan jangkauan. Oleh karena itu, para peternak ikan koi di Kota Blitar melihat peluang pemasaran yang lebih luas dengan menciptakan *website* sebagai profil perusahaan dan galeri ikan. Pembuatan *website* ini dianggap sebagai solusi untuk memperluas jangkauan pemasaran secara *online* dan meningkatkan informasi yang tersedia bagi konsumen. Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kota Blitar bertujuan memberikan keterampilan dan kemampuan kepada peternak ikan koi dalam pembuatan dan pengelolaan *website* berbasis *Content Management System (CMS)*, sebagai upaya untuk menyebarkan informasi peternak ikan koi di Kota Blitar secara maksimal.

Adapun detail ringkasan dari penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Kajian Pustaka

Judul Pustaka	Nama Penulis	Masalah	Metode	Hasil / Kelebihan
Perancangan <i>Website</i> sebagai Media Promosi dan	Penda Sudarto Hasugian.	Promosi dari toko Ves Boutique yang belum efektif dan tidak	<i>Website</i> , PHP, MySQL.	<i>Website</i> Ves Boutique terdapat halaman depan sebagai media

<b>Judul Pustaka</b>	<b>Nama Penulis</b>	<b>Masalah</b>	<b>Metode</b>	<b>Hasil / Kelebihan</b>
Informasi. Tahun 2018[12].		memiliki media promosi <i>Online</i> .		promosi dan halaman admin untuk pengelolaan konten dari halaman depan serta dapat melakukan pemesanan secara <i>Online</i> .
Pembuatan <i>Website</i> Katalog Produk UMKM untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. Tahun 2019[11].	Ferry Rahmat Astianta Bukit, Gea Geby A.S, Irvan, Fahmi.	Ikatan Makanan/ Minuman Olahan (IMO) Belum memiliki kemampuan untuk bersaing menggunakan Teknologi Sistem Informasi Berbasis Internet.	Difusi Iptek, Sosialisasi, PHP, MySQL, Bootstrap, Javascript, Apache.	Terbentuknya <i>Website</i> www.imosumut.com yang dapat digunakan untuk mempermudah promosi produk UMKM serta Pelatihan kemampuan berinternet untuk mitra rata-rata meningkat sebesar 76 %.
Pengaruh <i>Marketing</i> Digital terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantarsari Cilacap. Tahun 2019[3].	Andi Hendrawan, Hari Sucahyowati, Kristian Cahyandi, Indriyani, Atril Rayendra.	Mencari korelasi Pemasaran Digital terhadap Naik-turunnya penjualan suatu produk UMKM Asti Gauri Kecamatan Bantarsari Cilacap.	<i>Field Research</i> , Observasi, Kuisisioner dan Wawancara.	Hasil penelitian menyebutkan bahwa ada pengaruh dari Pemasaran Digital terhadap kinerja penjualan UMKM Asti Gauri dengan persamaan regresi $Y=2.619$ dan $X-39.368$ .
Perancangan <i>Company Profile</i> Jurusan	Luthfi Ghiyats Abdulhafizh,	- Belum adanya media Profil Jurusan untuk	<i>Design Thinking</i> , Tipografi,	Penerapan dari <i>Design Thinking</i> membuat <i>Company</i>

<b>Judul Pustaka</b>	<b>Nama Penulis</b>	<b>Masalah</b>	<b>Metode</b>	<b>Hasil / Kelebihan</b>
Desain Universitas Negeri Surabaya. Tahun 2020[2].	Djuli Djatiprambudi.	memperkenalkan Universitas Negeri Surabaya.	<i>Layout</i> , Warna, Elemen Bayangan, Tujuan Strategi Program Kreatif.	<i>Profile</i> Universitas Negeri Surabaya sebagai gambaran profil bagi khalayak umum terutama calon mahasiswa baru.
Penerapan Aplikasi Penjualan Online ( <i>e-Commerce</i> ) menggunakan <i>Content Management System Wordpress</i> pada Toko JAKSQUARE. Tahun 2020[7].	Rizky Dharmawan, Grace Gata.	- Sarana pemasaran produk yang kurang. Informasi produk terbaru sulit didapatkan.	<i>Content Management System, Wordpress, Bussiness Model Canvas.</i>	Pemutakhiran produk baru jauh lebih mudah memanfaatkan <i>CMS</i> pada <i>Wordpress</i> dan tidak adanya batasan waktu dalam berbelanja di Toko JAKSQUARE.
Optimalisasi Pengenalan Produk Unggulan Desa Melalui Pelatihan <i>Website</i> Promosi Kecamatan Patuk Gunungkidul. Tahun 2020[10].	Astika Ayuninstyas, Yuliani Indrianingsih, Uyuunul Mauidzoh.	Sistem Informasi Desa yang lawas dan belum berjalan serta kurangnya kesadaran masyarakat mengenai promosi produk dan pariwisata desa tersebut.	Sosialisasi, Pelatihan, Praktek Lapangan, Pendampingan.	<i>Manual Book</i> penggunaan <i>Website</i> promosi untuk warga desa, uji kelayakan yang tinggi yaitu 87,36 %.
Pengembangan Web <i>Company Profile</i> Terintegrasi	Abidatul Izzah, Kunti Eliyen, Wahyu Dwi	Pemasaran produk masih menggunakan metode <i>Whatsapp</i>	API <i>Whatsapp</i> , PHP <i>Laravel</i> , <i>Waterfall</i> , <i>Black Box</i> .	<i>Web Company Profile</i> yang berisi produk dari Agen Sembakoi Al-

<b>Judul Pustaka</b>	<b>Nama Penulis</b>	<b>Masalah</b>	<b>Metode</b>	<b>Hasil / Kelebihan</b>
Dengan Api Whatsapp (Studi Kasus: Agen Sembako Al – Barkah).Tahun 2021[5].	Krisnanto, Yohan Bakhtiar, Ellya Nurfarida, Wiwiek Kusumaning Asmoro.	<i>story</i> yang terbatas waktu dan jangkauan pemasarannya.		Barkah yang terintegrasi dengan media sosial Whatsapp.
Perancangan Ulang <i>Company Profile</i> JawaPos.com sebagai media Informasi dan Promosi. Tahun 2021[6].	Vania Tevie Goeinawan, Listia Natadjaja, Daniel Kurniawan Salamoon.	Perancangan ulang <i>Company Profile</i> JawaPos.com sebagai media informasi dan promosi yang sesuai dengan teori.	Kualitatif, Wawancara Sumber, Studi Pustaka. <i>Thumbnail, Tight Tissue.</i> Evaluasi Teori dan Strategi Kreatif.	Desain <i>Company Profile</i> JawaPos.com menggunakan warna dan font yang selaras, visualisasi pada JawaPos.com, menggunakan kalimat umum dalam bahasa Indonesia namun tetap mempertahankan penggunaan infografis agar pembaca mudah memahami.
Rancang Bangun Sistem Informasi <i>Company Profile</i> berbasis Web pada PT. Gotrans Logistics. Tahun 2021[13].	Muhammad Fahril, Muhammad Farhan.	<i>Company Profile</i> masih berbentuk Buku cetak yang tidak dapat diakses secara <i>Online</i> .	<i>Prototype</i> , Analisis Sistem dan kebutuhan, <i>Use Case, CMS.</i>	Akses <i>Company Profile</i> dapat dilakukan secara <i>Online</i> .
Pelatihan Pembuatan <i>Website Profile</i> untuk Peternak Ikan	Adimas Ketut Nalendra, M. Nur Fuad, M. Mujiono, Dona	Covid 19 mengakibatkan Peternak KOI untuk berinovasi dengan	Metode Pengabdian yaitu Pelatihan, Praktik	Terdapat respon positif para Peternak KOI terhadap pelatihan pembuatan <i>Website</i> sehingga



<b>Judul Pustaka</b>	<b>Nama Penulis</b>	<b>Masalah</b>	<b>Metode</b>	<b>Hasil / Kelebihan</b>
KOI Kota Blitar berbasis <i>Wordpress</i> . Tahun 2022[14].	Wahyudi, Prabowo Budi Utomo.	memanfaatkan <i>Website</i> untuk pemasaran ikan KOI.	Pembuatan, Pendampingan dan Evaluasi. <i>CMS</i> , <i>Wordpress</i> .	mampu bertahan dengan inovasi pemasaran terbaru.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 *Company Profile*

*Company Profile* merupakan deskripsi singkat tentang informasi perusahaan, di mana perusahaan dapat memilih informasi apa yang ingin disediakan untuk publik sesuai dengan tujuannya. Di sebuah kantor atau perusahaan, *Company Profile* merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan perusahaan secara singkat kepada publik. Kemajuan teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi manusia, memungkinkan berbagai aktivitas dapat dilakukan dengan cepat, akurat dan tepat, yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas[13].

### 2.2.2 *Content Management System (CMS)*

*CMS* adalah sistem yang digunakan untuk mengelola dokumen web yang membentuk konten situs web. Berbekal pengetahuan penggunaan internet dan aplikasi perkantoran, siapa pun bisa mempelajari *CMS* dan akhirnya membuat *Website* sendiri. Di antara *CMS* yang paling banyak digunakan adalah *Wordpress*[8].

### 2.2.3 *Wordpress*

*Wordpress* adalah aplikasi web sistem manajemen konten (*CMS*) yang dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai databasenya[7]. Selain sebagai sumber terbuka, *Wordpress* juga digunakan sebagai sistem manajemen konten (*CMS*) dan saat ini menjadi salah satu *CMS* yang paling populer di dunia. Keunggulan *Wordpress* bisa dimanfaatkan untuk kebutuhan bisnis, termasuk sumber terbuka, *template* dan desain yang mudah digunakan, kemampuan untuk mengimpor konten dari situs lain, berbagai

*Plugin* dan *template* yang tersedia, fitur multi-kategori dalam satu artikel, fasilitas *trackback* dan *pingback*, serta kemampuan untuk memformat teks yang mirip dengan program pengolah kata, dan masih banyak lagi.

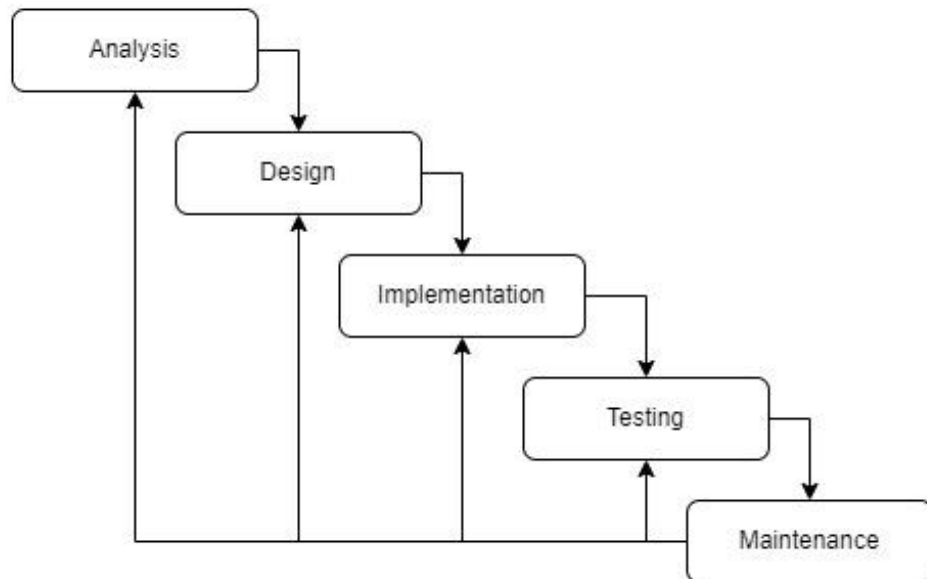
#### **2.2.4 Elementor**

*Elementor*, suatu *page builder* yang dikhususkan untuk digunakan di platform WordPress, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah membuat landing page dengan menambahkan plugin ini ke situs web mereka. Kelebihan utama dari penggunaan *Elementor* terletak pada kapasitasnya untuk mengubah tampilan situs web secara praktis melalui metode drag and drop. Dengan menyajikan beragam tombol elemen web seperti teks, video, galeri, dan spacer, pengguna diberikan kebebasan untuk mengklik, menempatkan, dan menyusunnya sesuai dengan preferensi mereka.

Dengan kata lain, *Elementor* memberikan kemampuan kepada pengguna untuk mengedit setiap halaman di situs web, termasuk posting, jenis posting *custom*, dan halaman. Kehadiran fleksibilitas ini memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan tampilan dengan konten tertentu. Selain itu, *plugin* ini beroperasi pada lapisan depan situs web, sehingga apa yang dilihat pengguna saat melakukan kustomisasi akan serupa dengan tampilan yang dilihat oleh pengunjung situs. Pendekatan ini tidak hanya memberikan efisiensi dalam desain, tetapi juga lebih sederhana daripada desain menggunakan sistem back-end yang cenderung kompleks dan memakan waktu.

*Elementor* juga mempermudah pengguna yang tidak memiliki keahlian dalam HTML atau PHP untuk merancang situs web. Sebagai gantinya, satu-satunya keahlian yang dibutuhkan adalah kreativitas untuk menciptakan tampilan yang diinginkan[15].

### 2.2.5 Metode Waterfall



Gambar 2.1 Gambar Metode Waterfall

Metode *Waterfall* adalah sebuah model dari *SDLC* (*Software Development Life Cycle*) yang melakukan pembuatan software secara sistematis berurutan atau *Linear Sequential Model*[16]. Rangkaian tahapan metode *Waterfall* terdiri dari 5 tahap yang isinya adalah sebagai berikut:

a) Analisis Kebutuhan

Di tahap ini, pengembang *software* mempelajari syarat dan kebutuhan dari sistem yang akan dibuat. Diperlukan analisa dari kebutuhan, tujuan dan batasan proyek yang akan dibuat.

b) Desain

Selanjutnya pengembang sistem membuat sebuah rancangan sitem dari analisa yang telah dibuat. Tahapan ini termasuk pada perancangan arsitektur sistem, perancangan antarmuka dan proses bisnis.

c) Implementasi

Setelah tahapan desain sudah dilakukan, selanjutnya pengembangan nyata dari rancangan sistem yang telah dibuat sebelumnya. Pengembang *software* membuat sistem berdasarkan desain yang telah disetujui.

d) Pengujian

Setelah implementasi selesai selanjutnya dilakukan tahap pengujian dari sistem yang telah dibuat. Tahapan ini termasuk pengujian unit, fitur dan keamanan sistem.

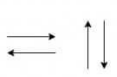











e) Pemeliharaan

Tahap terakhir dari metode *Waterfall* adalah pemeliharaan. Sistem yang telah rilis dan diuji selanjutnya dilakukan perawatan yang meliputi perbaikan *bug*, improvisasi fitur dan sebagainya[16].

### 2.2.6 Flowchat Diagram

Proses penelitian pada penelitian ini dijabarkan dalam bentuk *Flowchart Diagram*. *Flowchart*, juga dikenal sebagai bagan alur, merupakan diagram yang memvisualisasikan langkah-langkah dan keputusan yang diperlukan untuk menjalankan suatu proses dalam sebuah program. Setiap langkah direpresentasikan dalam bentuk diagram dan dihubungkan oleh garis atau panah. Peran utama *flowchart* adalah memberikan gambaran mengenai jalannya suatu program dari satu proses ke proses lainnya, sehingga alur program dapat dipahami dengan mudah oleh berbagai pihak. Selain itu, fungsi lainnya adalah menyederhanakan rangkaian prosedur untuk memudahkan pemahaman[17]. Berikut jenis-jenisnya:





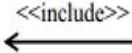
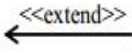
Tabel 2.2 Tabel jenis-jenis simbol *Flowchart*

	<p><b>Flow</b></p> <p>Simbol yang digunakan untuk menggabungkan antara simbol yang satu dengan simbol yang lain. Simbol ini disebut juga dengan Connecting Line.</p>		<p><b>Input/output</b></p> <p>Simbol yang menyatakan proses input atau output tanpa tergantung peralatan.</p>
	<p><b>On-Page Reference</b></p> <p>Simbol untuk keluar - masuk atau penyambungan proses dalam lembar kerja yang sama.</p>		<p><b>Manual Operation</b></p> <p>Simbol yang menyatakan suatu proses yang tidak dilakukan oleh komputer.</p>
	<p><b>Off-Page Reference</b></p> <p>Simbol untuk keluar - masuk atau penyambungan proses dalam lembar kerja yang berbeda.</p>		<p><b>Document</b></p> <p>Simbol yang menyatakan bahwa input berasal dari dokumen dalam bentuk fisik, atau output yang perlu dicetak.</p>
	<p><b>Terminator</b></p> <p>Simbol yang menyatakan awal atau akhir suatu program.</p>		<p><b>Predefine Proses</b></p> <p>Simbol untuk pelaksanaan suatu bagian (sub-program) atau prosedur.</p>
	<p><b>Process</b></p> <p>Simbol yang menyatakan suatu proses yang dilakukan komputer.</p>		<p><b>Display</b></p> <p>Simbol yang menyatakan peralatan output yang digunakan.</p>
	<p><b>Decision</b></p> <p>Simbol yang menunjukkan kondisi tertentu yang akan menghasilkan dua kemungkinan jawaban, yaitu ya dan tidak.</p>		<p><b>Preparation</b></p> <p>Simbol yang menyatakan penyediaan tempat penyimpanan suatu pengolahan untuk memberikan nilai awal.</p>

### 2.2.7 Use Case Diagram

Diagram *Use Case* merupakan salah satu diagram *UML (Unified Modelling Language)* yang mencitrakan relasi interaksi antara sistem dan aktor. *Use Case* digunakan untuk menjelaskan jenis interaksi antara pengguna sistem dan sistem tersebut[18].







Tabel 2.3 Simbol-simbol Diagram *Use Case*

Simbol	Keterangan
	Aktor : Mewakili peran orang, sistem yang lain, atau alat ketika berkomunikasi dengan <i>use case</i>
	<i>Use case</i> : Abstraksi dan interaksi antara sistem dan aktor
	<i>Association</i> : Abstraksi dari penghubung antara aktor dengan <i>use case</i>
	<i>Generalisasi</i> : Menunjukkan spesialisasi aktor untuk dapat berpartisipasi dengan <i>use case</i>
	Menunjukkan bahwa suatu <i>use case</i> seluruhnya merupakan fungsionalitas dari <i>use case</i> lainnya
	Menunjukkan bahwa suatu <i>use case</i> merupakan tambahan fungsional dari <i>use case</i> lainnya jika suatu kondisi terpenuhi

### 2.2.8 Activity Diagram

*Activity Diagram* adalah representasi grafis yang memodelkan serangkaian proses dalam suatu sistem. Urutan langkah-langkah dari sistem tersebut diilustrasikan secara vertikal. *Activity Diagram* merupakan perkembangan dari *Use Case* yang mencakup alur aktivitas[19].

Tabel 2.4 Simbol-simbol Activity Diagram

Simbol	Nama	Keterangan
	Status awal	Sebuah diagram aktivitas memiliki sebuah status awal.
	Aktivitas	Aktivitas yang dilakukan sistem, aktivitas biasanya diawali dengan kata kerja.
	Percabangan / Decision	Percabangan dimana ada pilihan aktivitas yang lebih dari satu.
	Penggabungan / Join	Penggabungan dimana yang mana lebih dari satu aktivitas lalu digabungkan jadi satu.
	Status Akhir	Status akhir yang dilakukan sistem, sebuah diagram aktivitas memiliki sebuah status akhir
	Swimlane	Swimlane memisahkan organisasi bisnis yang bertanggung jawab terhadap aktivitas yang terjadi

### 2.2.9 Black Box Testing

*Black Box Testing*, atau yang juga dikenal sebagai *Behavioral Testing*, merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengevaluasi hasil *input* dan *output* dari perangkat lunak tanpa memerlukan pengetahuan mengenai struktur kode perangkat lunak tersebut. Proses pengujian ini umumnya dilakukan pada tahap akhir pengembangan perangkat lunak dengan tujuan menilai kemampuan fungsional perangkat lunak [16].

### 2.2.10 Hosting & Domain

*Hosting Web* merupakan layanan yang digunakan untuk menyimpan *website* atau *web-based app* yang berguna agar dapat mengakses *website* tersebut secara *online* melalui perangkat yang terhubung *Internet* [20]. *Domain* merupakan nama / alamat dari *website* yang hendak diakses agar dapat dengan mudah diingat oleh pengguna umum [20].