

Sistem Informasi Pemasaran Jasa Service Kendaraan Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Menggunakan Metode 7C Framework

Andika¹, M. Nasir, M.M., M.Kom², Nia Oktaviani, M.Kom³,
Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma,
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 12 Palembang
Andikabae777@ymail.com, nasir@mail.binadarma.ac.id, nia240486@gmail.com.

Abstrak. Teknologi *internet* mempunyai efek yang sangat besar pada perdagangan atau bisnis. Hanya dari Rumah atau kantor, calon pembeli dapat melihat produk-produk pada layar komputer, mengakses informasinya, memesan dan membayar dengan pilihan yang tersedia. Dalam hal promosi penjualan PT. Astra Internasional Daihatsu sudah memasang iklan di koran-koran, radio dan TV. Sedangkan untuk informasi jasa service mobil selama ini dilakukan dengan cara menunggu telepon, meskipun telah melakukan pemasaran lewat media cetak dan elektronik akan tetapi upaya untuk peningkatan pemasaran masih belum meningkat. Solusi dari permasalahan diatas perusahaan perlu untuk melakukan pembaharuan dalam strategi pemasaran jasa service dengan melakukan langkah aktif melalui pemanfaatan teknologi *internet* yaitu dengan memanfaatkan pemasaran jasa service secara *online* berbasis *web* yang nantinya diharapkan mampu memenuhi kebutuhan informasi bagi para pelanggan. Oleh sebab itu, perancangan dalam pembuatan situs peasaran jasa service secara *online* pada PT. Astra Internasional Daihatsu perlu untuk melakukan pendekatan *7C Framework*. Dalam *7C Framework* terdapat 7 elemen yang terdapat didalamnya, diantaranya *Context*, *Content*, *Community*, *Customization*, *Communication*, *Connection*, dan *Commerce* (Rayport & Jaworski, 2003).

Kata Kunci : *7C Framework*, *Context*, *Content*, *Community*, *Customization*, *Communication*, *Connection*, dan *Commerce*

1 Pendahuluan

Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, lengkap dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi memacu pada suatu cara baru dalam kehidupan, dari kehidupan dimulai

sampai dengan berakhir, kehidupan seperti ini dikenal dengan *e-life*, artinya kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik.

PT. Astra Internasional Daihatsu merupakan perusahaan dagang yang menjual dan jasa service mobil. Dalam hal promosi penjualan PT. Astra Internasional Daihatsu sudah memasang iklan di koran-koran, radio dan TV. Sedangkan untuk informasi jasa service mobil selama ini dilakukan dengan cara menunggu telpon, meskipun telah melakukan pemasaran lewat media cetak dan elektronik akan tetapi upaya untuk peningkatan pemasaran masih belum meningkat. Solusi dari permasalahan diatas perusahaan perlu untuk melakukan pembaharuan dalam strategi pemasaran jasa service dengan melakukan langkah aktif melalui pemanfaatan teknologi *internet* yaitu dengan memanfaatkan pemasaran jasa service secara *online* berbasis *web* yang nantinya diharapkan mampu memenuhi kebutuhan informasi bagi para pelanggan.

Dalam perancangan situs yang baik perlu mengutamakan desain antarmuka situs karena menggambarkan secara nyata fitur-fitur yang akan disampaikan kepada konsumen yang mengakses. Seorang konsumen dapat merasa nyaman pada suatu situs yang memiliki antar muka dan fitur yang baik serta menarik perhatian konsumen. Oleh sebab itu, perancangan dalam pembuatan situs peasaran jasa service secara *online* pada PT. Astra Internasional Daihatsu perlu untuk melakukan pendekatan *7C Framework* yang mengidentifikasi tantangan-tantangan perancangan tampilan utama yang dihadapi ketika mengimplementasikan model bisnis. Dalam *7C Framework* terdapat 7 elemen yang terdapat didalamnya, diantaranya *Context, Content, Community, Customization, Communication, Connection*, dan *Commerce* (Rayport & Jaworski, 2003)

1.1 Metode Penelitian

Metode pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Arikunto (2005) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat penjelasan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

2 Analisis dan Perancangan

Metode pengembang sistem dengan menggunakan metode *web engineering* (Pressman, 2001). Rekayasa *web* bukanlah tiruan sempurna dari rekayasa perangkat lunak, tetapi meminjam banyak konsep dasar rekayasa perangkat lunak, menekankan kegiatan teknis dan manajemen yang sama. Proses dalam *web engineering* untuk merancang sitem dalam bab ini adalah *formulation, planning, analysis*, dan *engineering*.

3 Design Workshop

Pada tahap ini keaktifan *user* yang terlibat menentukan untuk mencapai tujuan karena pada proses ini melakukan proses desain dan melakukan perbaikan-perbaikan apabila masih terdapat ketidaksesuaian desain antara *user dan analyst*. Seorang *user* dapat langsung memberikan komentar apabila terdapat ketidaksesuaian pada desain merancang sistem dengan mengacu pada dokumentasi kebutuhan *user* yang sudah dibuat pada tahap sebelumnya. Keluaran dari tahapan ini adalah spesifikasi *software* yang meliputi organisasi sistem secara umum struktur data yang lain.

3.1 Rancangan Antar Muka

Rancangan antar muka adalah media perantara sistem dengan *user*. Tujuan dari rancangan antar muka adalah agar aplikasi yang dihasilkan terlihat menarik dan dapat dimengerti pengguna dari sistem ini. Berikut desain-desain dari *interface* yang dibangun oleh penulis.

3.1.1 Rancangan Halaman Utama

Halaman utama menampilkan saat pertama *web e-commerce* dibuka. Pada halaman ini terdapat menu-menu utama. data paket service, login user, menu registrasi pelanggan dan data paket service. Rancangan dari halaman ini seperti gambar dibawah ini. Pada halaman ini terdapat 4 element dari *7C Framework* yang dapat dilihat langsung

Sistem Informasi Pemasaran Jasa Service Kendaraan Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Menggunakan Metode 7C Framework													
HOME PROFIL KENDARAAN CARA PEMESANAN LAYANAN PELANGGAN FORUM													
<p>LOGIN USER</p> <p>username: <input type="text" value="xxxxxx"/></p> <p>password: <input type="password" value="xxxxx"/></p> <p><input type="button" value="Login"/></p> <p>daftar:</p> <p>987678900 Reb BANK</p> <p>VM Facebook SMS</p>	<p>ESTIMASI BIAYA SERVICE PERAWATAN</p> <table border="1"> <tr> <td>kendaraan</td> <td>:</td> <td><input type="text" value="enter text..."/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>jarak tempuh</td> <td>:</td> <td><input type="text" value="enter text..."/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> <tr> <td>paket</td> <td>:</td> <td><input type="text" value="enter text..."/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> </table> <p><input type="button" value="PROSES"/></p>	kendaraan	:	<input type="text" value="enter text..."/>	<input type="text"/>	jarak tempuh	:	<input type="text" value="enter text..."/>	<input type="text"/>	paket	:	<input type="text" value="enter text..."/>	<input type="text"/>
kendaraan	:	<input type="text" value="enter text..."/>	<input type="text"/>										
jarak tempuh	:	<input type="text" value="enter text..."/>	<input type="text"/>										
paket	:	<input type="text" value="enter text..."/>	<input type="text"/>										
FOOTER													

Gambar 6. Rancangan Halaman Utama

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Setelah melakukan kegiatan analisis, desain dan rekayasa sistem yang telah dibahas sebelumnya, maka hasil yang diperoleh adalah sistem informasi pemasaran jasa service kendaraan pada PT. Astra Internasional Daihatsu menggunakan Metode *7C Framework. E-commerce* dengan elemen *7C Framework. Memili* Element-element diantaranya *Context, Content, Community, Customization, Communication, Connection, dan Commerce. E-commerce* dibangun dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL.

Simulasi dari hasil pembuatan sistem ini akan dijalankan melalui *web browser* dengan mengetik halaman http://localhost/Astra_service/index.php. adapun penjelasan dari tiap halaman akan jelaskan pada tahap pembahasan.

4.2 Pembahasan

Pada tahap proses perancangan sistem menggunakan peralatan *Unified Modeling Language (UML)* yang merupakan bahasa pemodelan berorientasi objek. Berikut ini merupakan model-model yang digunakan :

4.2.1 Halaman Login

Halaman home merupakan halaman utama saat website diakses. Pada halaman ini terdapat 4 element dari *7C Framework* yang dapat dilihat langsung melalui halaman. Adapaun element dari *7C Framework* pada website yaitu



Gambar 11. Halaman Home

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

- 1) Penelitian ini menghasilkan sebuah program *e-commerce* serta memanfaatkan metode *7C Framework* untuk mengidentifikasi tantangan-tantangan perancangan tampilan utama yang dihadapi ketika mengimplementasikan model bisnis. Sistem pembayaran pada sistem ini melalui konfirmasi dan transfer rekening.
- 2) Aplikasi dilengkapi dengan data paket kendaraan dan estimasi, sistem pendaftaran pelanggan, sistem pemesanan, wilayah penjualan, laporan transaksi, laporan periode transaksi, forum dan layanan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2005. Manajemen Penelitian. Cetakan Ketujuh, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Kadir, Abdul, 2003, *Pengenalan Sistem Informasi*, C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran 1. Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, Adi. 2004. *Rational Rose untuk pemodelan berorientasi objek*. Yogyakarta.
- Nugroho, Bunafit. 2005. *Database Relasional dengan MySQL*. Andi: Yogyakarta.
- Presman, Roger.S. 2001. *Web Engineering a practitioner's approach (fifth edition)*, McGraw-Hill.
- Rangkuti, Freddy 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rayport and Jaworski Rayport, Jeffrey F, Jaworski, Bernard J. 2003. Introduction to e-Commerce. Second Edition. McGraw-Hill.
- Sutabri, Tata . 2012. *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta. Andi.
- Witarto, 2004. *Memahami Sistem Informasi*. Penerbit Informatika Bandung