



SKRIPSI

Judul:

PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN PAKET WISATA
BERBASIS
WEB PADA PT FAJAR BUANA TOUR

Disusun oleh:

NATALICIA MARGATAN
NIM. 825190028

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
2023

Pernyataan

Nama : NATALICIA MARGATAN
NIM : 825190028
Program Studi : SISTEM INFORMASI
Judul : PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN PAKET WISATA
BERBASIS WEBSITE PADA PT FAJAR BUANA TOUR

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri di bawah bimbingan Tim Pembimbing dan bukan hasil plagiasi dan/atau kegiatan curang lainnya.

Jika saya melanggar pernyataan ini, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Tarumanagara.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 29-Desember-2022

Yang menyatakan



NATALICIA MARGATAN
NIM. 825190028

Pengesahan

Nama : NATALICIA MARGATAN
NIM : 825190028
Program Studi : SISTEM INFORMASI
Judul Skripsi : PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN PAKET WISATA
BERBASIS WEB PADA PT FAJAR BUANA TOUR
Title : WEB-BASED TOURISM PACKAGE SALES
APPLICATION DESIGN AT PT FAJAR BUANA TOUR

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi SISTEM INFORMASI Fakultas Teknologi Informasi Universitas Tarumanagara pada tanggal 13-Januari-2023.

Tim Penguji:

1. WASINO, S.Kom., M.Kom
2. DESI ARISANDI, S.Kom., M.T.I.

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:
BAGUS MULYAWAN, S.Kom., M.M.
NIK/NIP: 10396060



Pembimbing Pendamping:
NOVARIO JAYA PERDANA, S.Kom., M.T.
NIK/NIP: 10817002



Jakarta, 13-Januari-2023

Ketua Program Studi



DEDI TRISNAWARMAN, S.Si., M.Kom., Dr.

Persetujuan

Nama : NATALICIA MARGATAN
NIM : 825190028
Program Studi : SISTEM INFORMASI
Judul : PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN PAKET WISATA
BERBASIS WEBSITE PADA PT FAJAR BUANA TOUR

Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 29-Desember-2022

Pembimbing:
BAGUS MULYAWAN, S.Kom., M.M.
NIK/NIP: 10396060



Pembimbing Pendamping:
NOVARIO JAYA PERDANA, S.Kom., M.T.
NIK/NIP: 10817002



ABSTRAK

Natalicia Margatan, NPM: 825190028. Perancangan Aplikasi Penjualan Paket Wisata Berbasis Web Pada PT Fajar Buana Tour. Skripsi, Jakarta: Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Tarumanagara, Januari 2023.

Munculnya *online travel agent* (OTA) yang terdapat di Indonesia membuat para travel konvensional atau travel kecil lainnya lebih susah dalam bersaing dalam memasarkan produk termasuk PT Fajar Buana Tour yang masih bersifat konvensional. Dari masalah tersebut penulis ingin membuat *travel agent* PT Fajar Buana Tour berbasis *website*. Menggunakan metode *SDLC prototype* dimana penulis berdiskusi dengan *stakeholder* mengumpulkan *requirements*, membuat *mockup* dan *prototype*, evaluasi *prototype*, *update mockup*, lalu melakukan *development* program. Analisis hasil pengujian aplikasi (UAT) dan kuisioner yang telah diisi oleh 20 calon pengguna/responden dengan perkiraan umur 20 sampai dengan 30 tahun, dilakukan dengan mengimplementasikan elemen *7C Framework* yang terdiri dari *Context* yaitu penyampaian sebuah website, *Content* berisi informasi pada pelanggan, *Community* yaitu interaksi pengguna secara langsung, *Custimization* dimana terdapat penyesuaian khusus pengguna, *Communication* antara website dengan pengguna, *Connection* yang terhubung dengan website lain, *Commerce* transaksi jual beli produk. Pengujian sistem memiliki hasil keseluruhan 100% dari 20 responden dengan 7 elemen pada website PT Fajar Buana yang telah dibuat.

Kata Kunci: *online travel agent*, konvensional, *website*, metode *prototype*, *7C Framework*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi berjudul **“Perancangan Aplikasi Penjualan Paket Wisata Berbasis Web Pada PT Fajar Buana Tour.”** dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi matakuliah wajib sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata- 1 di program studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Tarumanagara.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, tentu tak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait itu diantaranya sebagai berikut:

1. Prof. Dr. Dyah Erny Herwindiati, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Tarumanagara.
2. Ibu Lina S.T., M.Kom., Ph.D., selaku Wakil Dekan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Bagus Mulyawan S.Kom., M.M. Sebagai dosen pembimbing utama yang telah membimbing, memandu, dan memberikan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Novario Jaya Perdana S.Kom., M.T. Sebagai dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan membimbing, memandu, dan memberikan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Wasino S.Kom., M.Kom. Sebagai Koordinator Skripsi yang telah memberikan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Eko Santoso selaku Direktur di PT Fajar Buana Tour yang telah memberikan izin untuk melakukan penyusunan skripsi menggunakan data PT Fajar Buana Tour.
7. Bapak Kevin Margatan selaku General Manager di PT Fajar Buana Tour yang telah membantu dalam memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.

8. Karel Prasetya yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Carlene Lim dan teman-teman penulis yang telah mendukung dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh keluarga besar yang telah mendukung dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Karena kebaikan semua pihak yang telah penulis sebutkan tadi maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan, tapi penulis sudah berusaha sebaik mungkin. Akhir kata, Semoga skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 20 Januari 2023

Penulis,

Natalicia Margatan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	4
KATA PENGANTAR.....	5
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR.....	10
DAFTAR LAMPIRAN	11
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan	3
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.3.1 Tujuan	4
1.3.2 Manfaat	4
1.4 Metodologi	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
1.6 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Teori Umum	7
2.1.1 Website	7
2.1.2 Database	7
2.1.3 E-commerce	7
2.1.4 SDLC	9
2.1.5 7C Framework	11
2.1.6 UI/UX	12
2.1.7 User Interface (UI)	12
2.1.8 User Experience (UX)	12
2.2 Teori Khusus	12
2.2.1 Travel Agent (Biro Perjalanan)	13
2.2.2 Company Profile PT Fajar Buana Tour	13
2.2.2.1 Sejarah Perusahaan	13
2.2.2.2 Deskripsi Bisnis dan Perusahaan	14
2.2.2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	18

2.2.2.4	Produk Yang Ditawarkan	21
2.3	State of the art	24
BAB III PERANCANGAN PROGRAM APLIKASI		26
3.1	Tata Laksana	26
3.2	Perancangan Proses	26
3.2.1	Use case diagram.....	26
3.2.2	Use case description	27
3.2.3	Activity diagram.....	27
3.3	Perancangan basis data	28
3.3.4	Spesifikasi Tabel	30
3.4.1	Mengidentifikasi kebutuhan <i>user</i>	34
3.4.2	Wireframe	35
3.4.2.1	Konfirmasi kebutuhan <i>user</i>	35
3.4.3	High fidelity	37
BAB IV IMPLEMENTASI DAN OPERASI		42
4.1	Kebutuhan perangkat sistem	42
4.1.1	Perangkat keras (hardware)	42
4.1.2	Perangkat lunak (software).....	42
4.1.3	Personil	42
4.2.	Instalasi Aplikasi.....	43
4.3	Prosedur Operasional	43
4.3.1	Penggunaan Program	43
4.3.2	Prosedur Perawatan Sistem	43
4.4	Pelatihan User	43
4.5	Pengujian Oleh User (User Acceptance Test)	43
4.6	Evaluasi dan Analisis Hasil Pengujian	44
BAB V		47
KESIMPULAN DAN SARAN		47
5.1	Kesimpulan	47
5.2	Saran	47
DAFTAR PUSTAKA		48
LAMPIRAN		49

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2 Use Case Scenario UC01 : Login	38
Tabel 3 Use Case Scenario UC02 : Registrasi	38
Tabel 4 Use Case Scenario UC03 : Melihat informasi	39
Tabel 5 Use Case Scenario UC04 : Membeli paket wisata.....	39
Tabel 6 Use Case Scenario UC05 : Pembayaran	40
Tabel 7 Use Case Scenario UC06 : Login karyawan	40
Tabel 8 Use Case Scenario UC07 : Menginput paket wisata.....	41
Tabel 9 Use Case Scenario UC08 : Melihat daftar pesanan	41
Tabel 10 Use Case Scenario UC09 : Mengupdate data pemesan	42
Tabel 11 Use Case Scenario UC10 : Mengelola data pembayaran.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Metode Prototype	10
Gambar 2 Business Model Canvas.....	13
Gambar 3 Struktur Organisasi Perusahaan	17
Gambar 4 Brosur Internasional	19
Gambar 5 Brosur Domestik.....	20
Gambar 6 Value Chain Fajar Buana Tour	21
Gambar 7 Use Case Diagram	25
Gambar 8 Conceptual Database Design	27
Gambar 9 Activity Diagram Pembeli Login.....	44
Gambar 10 Activity Diagram Registrasi	45
Gambar 11 <i>Activity Diagram Update</i> Pesanan	46
Gambar 12 Activity Diagram Transaksi.....	47
Gambar 13 Activity Diagram Melihat Daftar Pesanan	48
Gambar 14 Activity Diagram Input Paket Wisata	49
Gambar 15 Activity Diagram Pembeli Mencari Paket Wisata.....	50
Gambar 16 Activity Diagram Pembeli Memilih Paket Wisata	51
Gambar 17 Activity Diagram Karyawan Login	52
Gambar 18 Activity Diagram Karyawan Mengelola Data Pembayaran	53
Gambar 19 Logical Database Design	54
Gambar 20 Physical Database Design.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Use Case Description</i>	38
Lampiran 2 <i>Activity Diagram</i>	44
Lampiran 3 <i>Logical Database Design</i>	54
Lampiran 4 <i>Physical Database Design</i>	55
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Kebutuhan <i>User</i>	56
Lampiran 6 <i>Wireframe</i>	58
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Konfirmasi Kebutuhan <i>User</i>	60
Lampiran 8 <i>High Fidelity User Interface</i>	62
Lampiran 9 Surat Ketersediaan Perusahaan	63
Lampiran 10 Daftar Bimbingan Dosen Pembimbing Utama dan Pendamping	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata merupakan deretan bisnis pariwisata yang saling terkait pada rangka membentuk barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan pada penyelenggaraan pariwisata (Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan). Industri Pariwisata, bisa diartikan sebagai: sehimpunan bidang bisnis yang membentuk berbagai macam jasa & barang yang diperlukan dari mereka yang melakukan atau berada pada perjalanan baik bisnis maupun liburan. Pada pelaksanaannya tamu yang ingin bepergian membutuhkan barang dan jasa yang berasal dari berbagai bidang bisnis, bukan hanya satu atau dua tetapi banyak, seperti jasa angkutan, jasa akomodasi, jasa makanan belum lagi jasa-jasa lain yang erat hubungannya dengan objek wisata yang dikunjungi. Jika barang dan jasa tadi dipersatukan pada satu bentuk acara bepergian, dengan dibatasi oleh dimensi ruang yaitu jarak dan lokasi, ditambah lagi dengan adanya pembatasan waktu, maka akan tercipta suatu produk dari Industri Pariwisata.

Munculnya teknologi canggih di generasi sekarang ini membuat transaksi *e-commerce* B2C di Indonesia telah mengalami pertumbuhan positif selama bertahun-tahun, memicu sektor pariwisata online untuk mendapatkan manfaat utama dan menjadi salah satu penggerak utama *e-commerce* B2C di Indonesia. Dengan berkembangnya teknologi saat ini, persaingan antar produsen untuk memenangkan persaingan semakin ketat secara signifikan.

Saat ini berbelanja produk travel melalui *Online Travel Agent* (OTA) menjadi sangat populer, terutama di kalangan konsumen yang terbiasa melakukan pemesanan secara mendadak. Hal ini juga didukung dengan meningkatnya penggunaan *smartphone*. Konsumen saat ini mendapatkan keuntungan dari mesin pemesanan karena solusi reservasi yang disediakan oleh OTA menawarkan pembayaran instan dan konfirmasi pesanan. OTA adalah perusahaan online yang situs webnya memungkinkan konsumen memesan layanan terkait perjalanan secara langsung melalui Internet.

Dalam kasus agen yang menjual paket wisata, konsumen mengeluarkan voucher yang harus mereka berikan kepada penyedia tur untuk menebus layanan yang mereka beli. Voucher ini dapat berupa kertas atau elektronik dalam bentuk kode. Setelah ditebus, penyedia membebankan biaya kepada agendan menerima pembayaran untuk layanan yang diberikan. Dengan semakin berkembangnya industri pariwisata di Indonesia, jumlah *Online Travel Agent* (OTA) juga meningkat secara signifikan. Ini mungkin karena dampak digitalisasi di negara ini dan kemudahan yang dirasakan konsumen untuk memesan hotel, penerbangan, transportasi dan lainnya. Menurut laporan Google dan Temasek, ekosistem OTA Indonesia telah tumbuh lebih dari 20% setiap tahun sejak 2015. Saat ini, ada lebih dari 50 startup OTA di Indonesia yang menawarkan layanan perjalanan onlinea untuk wisatawan domestik dan internasional. Survei yang dilakukan oleh DailySocial dan JakPat mengungkapkan bahwa lebih dari 71,4% masyarakat Indonesia menggunakan OTA untuk merencanakan perjalanan mereka. Sektor ini menyumbang lebih dari 38% dari perkiraan pertumbuhan ekonomi internet di Asia Tenggara tahun lalu, yang mencapai US\$ 78 miliar atau setara dengan Rp 1,11 triliun. Google dan Temasek juga memprediksi bahwa sektor online travel tumbuh 15% y-o-y hingga 2025. Hal ini juga diperkirakan akan semakin berkembang seiring dengan rencana Presiden Joko Widodo untuk menjadikan pariwisata sebagai sumber devisa utama.

Di tahun 2020, Fajar Buana mengalami penurunan drastis baik dari penjualan yang bersifat perorangan maupun perusahaan. Hal ini selain dikarenakan pengaruh dari pandemik, tetapi juga dikarenakan menguatnya OTA yang membuat travel agen konvensional semakin susah dalam bergerak. Pada Gambar 1.4 dapat dilihat bahwa konsumen yang dimiliki Traveloka merupakanlah yang terbesar dan mengalami peningkatan (Dailysocial.Id). Dimana Traveloka juga mencatatkan peningkatan transaksi pada beberapa layanan yang dimilikinya, sehingga jumlah pengguna baik harian dan pengguna baru melonjak 100% pada tahun 2020 (katadata, 2020). Peningkatan yang drastis pada OTA membuat travel agen Fajar Buana Tour melemah dalam penjualan.

Di tahun 2021 penurunan semakin terasa walaupun sedikit pada pasar perorangan. Hal ini bisa dikarenakan sudah terbiasanya para konsumen didalam penggunaan OTA yang membuat kebiasaan itu terbentuk pada kesaharian, sehingga kemudahan yang diberikan OTA akan lebih menarik dibandingkan pelayanan yang diberikan oleh travel konvensional sebelumnya. Kemudahan ini bisa berbentuk dalam kemudahan bertransaksi dimana OTA memberikan kemudahan bertransaksi melalui gadget yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun sedangkan travel agent konvensional mengharuskan para konsumendatang ke tempat kantor untuk melakukan pendaftaran dan pembayaran yang belum terintegrasi dan tidak memiliki berbagai varian cara.

Fajar Buana harus bertindak lebih dari biasanya, melihat akan terjadinya penurunan drastis dan terus menerus pada travel agent konvensional jika mereka tidak mengiginkan untuk bertumbuh begitu juga akan terjadi pada Fajar Buana sebagai travel agen konvensional, Fajar Buana Tour juga memiliki ide untuk memperluas penjualan yang bermula dari *Business to Business* (B2B) atau yang biasa disebut dengan menjualkan produk pada perusahaan korporat, menjadi *Business to Customer* (B2C) atau menjualkan produk secara publik dan umum. Dengan harapan dibuatnya aplikasi berbasis web ini menjadi wadah bagi perusahaan untuk memperluas cakupan penjualan paket wisata.

Hal diataslah yang membangun rasa bahwa dalam masalah ini terdapat peluang yang dapat dibangun guna untuk memecahkan masalah tersebut. Munculnya *online travel agent* (OTA) yang terdapat di Indonesia membuat para travel konvensional atau travel kecil lainnya lebih susah dalam bersaing di dalam memasarkan produk yang mereka miliki baik domestik dan internasional. Inilah yang memicu timbulnya solusi yang menciptakan produk untuk masalah ini, dimana solusi tersebut penulis ingin membuat travel agent PT Fajar Buana Tour berbasis website. Sehingga dapat memiliki kesempatan yang sama seperti pemain OTA yang lainnya dalam bersaing.

1.2 Batasan

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat disimpulkan sejumlah batasan yang dapat dilakukan oleh program aplikasi ini yaitu diantaranya:

1. Aplikasi ini dibuat berbasis *website*, sehingga mudah diakses oleh semua pengguna

2. Website ini memiliki proses bisnis berupa *Business-to-Customer* (B2C).
3. Aplikasi yang dirancang berisi informasi paket wisata, harga paket wisata, deskripsi paket wisata, nomor rekening, serta jenis-jenis produk yang disimpan dalam beberapa kategori produk.
4. Aplikasi dirancang menggunakan metode *Prototype*.

1.3 Tujuan dan Manfaat

Berikut adalah penjelasan mengenai tujuan dan manfaat dari perancangan aplikasi ini.

1.3.1 Tujuan

Tujuan yang dihasilkan perancangan aplikasi ini adalah aplikasi penjualan paket wisata berbasis *web* milik PT Fajar Buana Tour untuk memudahkan penjualan paket wisata kepada konsumen.

1.3.2 Manfaat

Manfaat dibuatnya aplikasi penjualan paket wisata berbasis *web* pada PT Fajar Buana Tour ini, dibuktikan dalam kuisioner ke pengguna yang ada pada **Lampiran 15** sebagai berikut :

1. Aplikasi ini membantu menampilkan informasi mengenai paket wisata
2. Aplikasi ini membantu konsumen dalam pemesanan paket wisata
3. Aplikasi ini membantu konsumen dalam melakukan pembayaran.
4. Aplikasi ini membantu perusahaan dalam memasarkan paket wisata

1.4 Metodologi

Untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan, metode yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

1. Metode riset

Metode riset yang dilakukan untuk menganalisa terhadap jurnal ataupun website yang memiliki karakteristik tema penyajian informasi yang sama dengan program aplikasi yang akan dibuat.

2. Metode Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan Teknik observasi. Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan Teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain.

Menurut Yusuf (2013:384) kunci keberhasilan dari observasi sebagai teknik dalam pengumpulan data sangat banyak ditentukan oleh peneliti itu sendiri, karena peneliti melihat dan mendengarkan objek penelitian dan kemudian peneliti menyimpulkan dari apa yang diamati. Peneliti yang memberi makna tentang apa yang diamatinya dalam relitas dan dalam konteks yang alami, ialah yang bertanya dan juga yang melihat bagaimana hubungan antara satu aspek dengan aspek yang lain pada objek yang ditelitinya.

3. Metode *Prototype*

Metode *Prototype* diawali dengan mengumpulkan kebutuhan. Pengembang dan user bertemu untuk mendefinisikan obyektif keseluruhan dari perangkat lunak, mengidentifikasi segala kebutuhan dari segi *input* dan *format output* serta gambaran *interface* yang dibutuhkan, kemudian dibuat *prototype* dalam bentuk perancangan cepat. Dari hasil perancangan cepat tersebut nantinya akan dilakukan pengujian dan evaluasi (Pressman, 2002). Terdapat tiga siklus dalam metode *prototype* yaitu *listen to customer*, *build/revise mockup*, *customer test drives mockup*.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam pembuatan skripsi ini memiliki sistematis yang akan membahas:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan akan membahas latar belakang, tujuan, manfaat, metode yang menjelaskan alasan dari penulis mengapa mengambil topik tentang aplikasi.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan Pustaka ini berisi tentang landasan teori yang digunakan penulis untuk membahas pembuatan aplikasi ini.

3. BAB III PERANACANGAN PROGRAM APLIKASI

Bab perancangan program aplikasi berisi tentang rancangan proses pembuatan program yang menggunakan UML Diagram yang berisikan Use case Diagram, Use Case Description, Activity Diagram, dan User interface.

4. BAB IV IMPLEMENTASI DAN OPERASI

Bab implementasi dan operasi ini menjelaskan rencana implementasi pada aplikasi vaksinasi, kebutuhan implementasi sistem.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dan saran yang telah didapat keseluruhan untuk rancangan aplikasi penjualan paket wisata pada PT Fajar Buana Tour.

1.6 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Lokasi dari pembuatan Aplikasi penjualan paket wisata berbasis website pada PT Fajar Buana Tour beralamat di Golf Lake Residence, Victoria Hills VI no. 98, Jakarta Barat, DKI Jakarta. Waktu Pelaksanaan pengerjaan aplikasi ini dimulai dari bulan Agustus – Desember 2022.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Umum

Pada subbab ini akan dijelaskan tentang teori – teori umum dalam pembuatan aplikasi penjualan paket wisata berbasis website pada PT Fajar Buana Tour.

2.1.1 Website

Menurut Yuhefizar (2013:2) mendefinisikan bahwa “website adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dari sebuah domain yang mengandung informasi”. Website merupakan salah satu media pemasaran yang cukup menjanjikan. Situs web yang menarik dan informatif dapat dibuat dengan HTML dan PHP (Anna, 2016).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa website merupakan rangkuman dari keseluruhan halaman-halaman web yang ada pada sebuah domain yang mengandung informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, yang bersifat dinamis atau statis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang dapat terhubung dengan jaringan.

2.1.2 Database

Menurut Sutarman (2012:15), Database sekumpulan file yang saling berhubungan dan terorganisasi atau kumpulan record-record yang menyimpan data dan hubungan diantaranya. Menurut Ladjamudin (2013:129),

Database adalah sekumpulan data store (bisa dalam jumlah yang sangat besar) yang tersimpan dalam magnetic disk, optical disk, magnetic drum, atau media penyimpanan sekunder lainnya. Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan Database adalah sekumpulan file yang saling berhubungan yang menyimpan data dan tersimpan dalam sebuah media penyimpanan.

2.1.3 E-commerce

Menurut Kotler & Armstrong (2012) *E-commerce* adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali

dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan. Menurut Wong (2010) *e-commerce* adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet.

Maka dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan kumpulan dinamis antara teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan dan konsumen serta komunitas tertentu dimana pertukaran barang antara pengecer dan konsumen dari berbagai komoditi dalam skala luas dan suatu transaksi elektronik, dan dalam proses pengiriman barang dari pengecer menggunakan transportasi dari suatu wilayah ke wilayah lain hingga sampai ke tangan konsumen dan hubungan yang terjadi adalah hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

a. *Business to business (B2B)*

- a. Mitra bisnis yang sudah saling mengenal dan sudah menjalin hubungan bisnis yang lama.
- b. Pertukaran data yang sudah berlangsung berulang dan telah disepakati bersama.
- c. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusi oleh kedua pelaku bisnis.

b. *Business to consumer (B2C)*

- a. Terbuka untuk umum dimana informasi dapat disebarkan untuk umum juga.
- b. Servis yang digunakan juga untuk umum sehingga dapat digunakan oleh banyak orang.
- c. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan, sehingga produsen harus mampu merespon dengan baik permintaan konsumen.
- d. Sistem pendekatan adalah *client-server*.

c. *Consumer to Consumer (C2C)*

Yaitu, model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, melainkan juga memberikan 20 fasilitas transaksi uang secara *online*. Dalam hal ini terdapat 2 (dua) indikator utama bagi sebuah website *marketplace*:

- a. Seluruh transaksi *online* harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan
- b. Bisa digunakan oleh penjual individual.

Dimana kegiatan yang berlangsung harus menggunakan fasilitas transaksi *online* seperti rekening pihak ketiga untuk menjamin keamanan transaksi. Penjual hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang diterima oleh pembeli. Selama barang tersebut belum diterima oleh pembeli, maka penjual tidak dapat mencairkan hasil penjualan dan jika produk gagal sampai ketangan pembeli maka uang yang telah dibayarkan akan dikembalikan ke pembeli.

d. *Consumer to Business (C2B)*

Berkebalikan dengan *business to consumer (B2C)*, pada *consumer to business*, konsumen (individu) bertindak sebagai pencipta nilai dimana perusahaan yang akan menjadi konsumen yang dilakukan secara elektronik.

2.1.4 SDLC

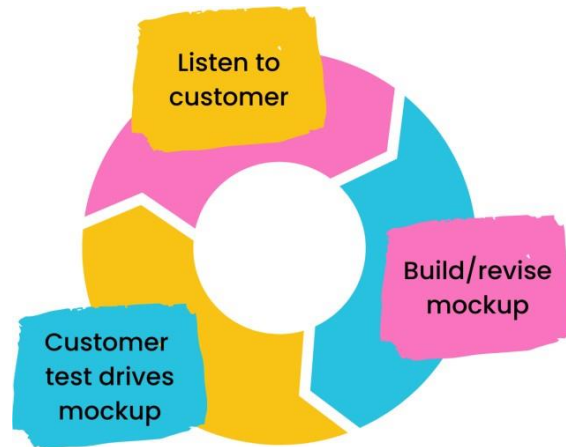
Menurut A.S dan Shalahudin (2018:28) Pada awal pengembangan perangkat lunak para pembuat program (programmer) langsung melakukan pengodean perangkat lunak tanpa menggunakan prosedur atau tahapan pengembangan perangkat lunak. Dan ditemuilah kendala kendala seiring dengan perkembangan skala sistem-sistem perangkat lunak yang semakin besar.

SDLC atau *Software Development Life Cycle* atau sering disebut juga *System Development Life Cycle* adalah proses mengembangkan atau mengubah suatu sistem perangkat lunak dengan menggunakan model-model dan metodologi yang digunakan orang untuk mengembangkan sistem-sistem perangkat lunak sebelumnya (berdasarkan *best practice* atau cara-cara yang sudah teruji baik). Seperti halnya proses metamorfosis pada kupu-kupu, untuk menjadi kupu-kupu yang indah maka dibutuhkan beberapa tahap untuk dilalui, sama halnya dengan membuat perangkat lunak, memiliki daur tahapan yang dilalui agar menghasilkan perangkat lunak yang berkualitas.

2.1.4.1 Metodologi Prototype

Metode *Prototype* diawali dengan mengumpulkan kebutuhan. Pengembang dan user bertemu untuk mendefinisikan obyektif keseluruhan dari perangkat lunak, mengidentifikasi segala kebutuhan dari segi input dan format output serta gambaran *interface* yang dibutuhkan, kemudian dibuat *prototype* dalam bentuk perancangan cepat. Dari hasil perancangan cepat tersebut nantinya akan dilakukan

pengujian dan evaluasi (Pressman, 2002). Terdapat tiga siklus dalam metode *prototype*, dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 1 Metode *Prototype*

Sumber: Dokumentasi

a. *Listen to Customer*

Pada tahap ini merupakan analisis kebutuhan *user*, proses ini dilakukan agar penulis dapat memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan permasalahan yang terjadi oleh *user*. Data yang diperoleh dari permasalahan tersebut yang nantinya menjadi acuan untuk dilakukan pencarian solusi dan pengembangan pada tahap selanjutnya.

b. *Build and Revise Mock-up*

Setelah kebutuhan sistem terkumpul, maka akan dilakukan proses perancangan *prototype* pada sistem yang diusulkan oleh *user*, yang mana tahap-tahapannya sebagai berikut:

1. Perancangan proses-proses yang akan terjadi di dalam sistem, seperti, *input*, *output* dari sistem yang akan dibuat.
2. Perancangan UML (*Unified Modelling Language*), hal ini dilakukan untuk menspesifikasikan sistem tentang apa yang diperlukan dan bagaimana sistem tersebut direalisasikan.
3. Perancangan *Interface* (antarmuka) dan fitur yang dibutuhkan oleh *user*.

c. *Customer Test Drives Mock-up*

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap *prototype* sistem yang telah dibuat, serta mengevaluasi apakah *prototype* sistem yang sudah dibuat sudah sesuai dengan yang diharapkan *user*. Apabila dari hasil pengujian *prototype* tersebut belum memenuhi kebutuhan *user*, maka *developer* akan melakukan proses perbaikan *prototype* sampai *prototype* tersebut menjadi suatu sistem yang final dan benar-benar diterima atau sesuai dengan keinginan *user*.

2.1.5 7C Framework

7C Framework kajian ini menggunakan pendekatan 7C framework. The 7C Framework atau Kerangka 7C dikemukakan oleh Rayport dan Jaworski dalam (Wiedemann & Pousttchi, 2010). Teori ini berpendapat bahwa ada tujuh hal yang mendasari praktik komunikasi pemasaran berbasis internet, yaitu context, content, community, customization, communication, connection, dan commerce. Kerangka kerja 7C digunakan untuk merancang desain dari antarmuka pelanggan. Menurut Rayport dan Jaworski internet telah mengubah tempat pertukaran dari *marketplace* (*face-to-face*) menjadi *marketspace* (*Screen-to-face*) dimana *marketspace* ditengahi oleh antarmuka teknologi.

Antarmuka adalah proporsi nilai dari representasi virtual perusahaan (Permana and Pratiwi 2021). Kesuksesan bisnis tidak hanya bergantung kepada seberapa baik perusahaan dapat mengimplementasikan setiap elemen 7C framework, tetapi juga kepada seberapa baik semua elemen tersebut bekerja bersama-sama untuk mendukung nilai dari proposisi dan model bisnis perusahaan. Berdasarkan kajian analisis perbandingan yang telah dilakukan Lee dan Benbasat (2004), 7C framework juga dapat diterapkan dalam perancangan *interface* sebuah aplikasi *mobile* dengan mengembangkan *framework* yang telah ada ke dalam konteks *mobile* (Budiastuti n.d.). The 7C's framework ini mempunyai 7 model yaitu:

a. *Context*

1. Estetika: Tampilan yang sederhana, menarik, dan mudah di pahami oleh setiap pengguna, sehingga banyak orang yang berminat menggunakan *website* ini.
2. Fungsional: sebagai media informasi

b. *Content*

Isi dari website merupakan gabungan antara teks, audio dan gambar yang sudah mewakili apa yang diinformasikan kepada pelanggan.

c. *Community*

Website menawarkan interaksi antara pelanggan yang satu dengan yang lainnya.

d. *Customization*

Website menyediakan penyesuaian yang khusus bagi pelanggannya.

e. *Communication*

Komunikasi antara website dengan penggunanya.

f. *Connection*

Mengacu pada tingkatan dimana *website* dapat terhubung dengan *website* lain.

g. *Commerce*

Website mampu melakukan transaksi jual-beli produk.

2.1.6 UI/UX

UI dan UX adalah singkatan dari *User Interface* dan *User experience* yakni merupakan sebuah tampilan visual dalam sebuah aplikasi atau alat pemasaran digital dalam bentuk *website* yang dapat meningkatkan *brand* yang dimiliki oleh bisnis atau perusahaan.

2.1.7 User Interface (UI)

UI atau *User Interface* adalah ilmu tentang tata letak grafis suatu web atau aplikasi. Cakupan UI adalah tombol yang akan diklik oleh pengguna, teks, gambar, *text entry fields*, dan semua *item* yang berinteraksi dengan pengguna. Termasuk *layout*, animasi, transisi, dan semua interaksi kecil. UI mendesain semua elemen visual, bagaimana pengguna berinteraksi dengan halaman web dan apa yang ditampilkan di halaman web. Elemen visual yang ditangani oleh seorang desainer UI adalah skema warna, menentukan bentuk tombol, serta menentukan jenis *font* yang digunakan untuk teks. Desainer UI harus bisa membuat tampilan bagus yang akan meningkatkan kesetiaan pengguna.

2.1.8 User Experience (UX)

Definisi UX atau user experience menurut Borrys Hasian ada bermacam-macam. Berdasarkan apa yang dikerjakan, desainer UX adalah orang yang membuat produk yang bermanfaat dan memvisualisasi user flow menjadi desain produk yang teruji dan indah. Desainer UX akan bekerja sama dengan tim-tim lain untuk mencari titik temu antara kebutuhan pengguna, tujuan bisnis dan kemajuan teknologi. Titik temu tersebut kemudian dijadikan sebuah produk yang bermakna, berguna, dan menyenangkan. Seperti namanya, desain yang dibuat oleh desainer UX akan menentukan mudah atau sulitnya user experience atau interaksi dengan web. Membuat wireframe atau mendesain mockup adalah salah satu kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh seorang desainer UX.

2.2 Teori Khusus

Pada subbab ini akan dijelaskan tentang teori – teori khusus dalam pembuatan

aplikasi penjualan paket wisata berbasis web pada PT Fajar Buana Tour.

2.2.1 Travel Agent (Biro Perjalanan)

Biro perjalanan adalah suatu usaha yang menyediakan jasa perencanaan perjalanan wisata dan penyelenggaraan wisata, termasuk seperti pemesanan tiket, akomodasi, serta pengelolaan dokumen perjalanan. Biro perjalanan merupakan suatu usaha yang komersial yang dapat berbentuk badan usaha milik daerah, perseroan terbatas atau koperasi. Biro perjalanan dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

a. Biro perjalanan wisata

Jenis biro perjalanan yang paling umum, biasanya menyediakan paket wisata dan aktivitas wisata singkat seperti berkeliling kota.

b. Biro perjalanan bisnis

Biro perjalanan bisnis berfokus pada perjalanan yang berhubungan dengan urusan bisnis, seperti rapat, konferensi, pameran atau yang biasa disebut Pariwisata MICE (*Meeting, Incentif, Conference, dan Exhibition*).

c. Biro perjalanan khusus

Biro perjalanan khusus menawarkan layanan yang lebih sedikit daripada jenis biro perjalanan lainnya. Biro ini berfokus pada kegiatan wisata tertentu dengan dukungan pegawai yang memahami seluk-beluk bidang pariwisatanya atau keadaan geografis suatu tempat wisata. Wisata yang ditawarkan biro perjalanan ini bisa berupa wisata petualangan, wisata kesehatan atau wisata agama.

2.2.2 Company Profile PT Fajar Buana Tour

Pada subbab ini akan dijelaskan tentang *company profile* pada PT Fajar Buana Tour dalam pembuatan aplikasi penjualan paket wisata berbasis website, mulai dari sejarah perusahaan, deskripsi bisnis dan perusahaan, struktur organisasi, dan proses bisnis dari perusahaan.

2.2.2.1 Sejarah Perusahaan

Awalnya perusahaan ini bangun dimulai dari penyediaan jasa *airport handling*. Dimana yang bekerja hanyalah beberapa orang saja yang mengurus di lapangan secara langsung dan belum menyediakan tur. Pada tahun 2001 terciptalah suatu nama perusahaan yang bernama Fajar Buana Tour dimana perusahaan tersebut dibangun guna untuk memperluas jenis produk yang lebih melekatkan secara peraturan dalam menjual dan bertransaksi. Nama Fajar Buana Tour sendiri diambil

dari kata yang pertama itu Fajar yang berarti cahaya terang yang pertama kali menerangi bumi, lalu untuk arti Buana sendiri itu adalah bumi yang dimana jika digabung Fajar buana adalah Sinar cahaya yang menerangi bumi. Nama Tour diambil dari bidang yang menjadi *core business* perusahaan tersebut.

Pembangunan pertama Fajar Buana Tour tetap fokus di dalam menjual jasa yang berupa airport handling di mana report handling adalah pemasukan utama untuk perusahaan tersebut pada waktu itu. lambat laun Fajar Buana mulai menciptakan produk-produk yang ditawarkan kepada konsumen airport ending di mana produk tersebut berupa tiket dan Tour.

Seiring berjalannya waktu Fajar Buana tour menjadi salah satu perusahaan travel besar yang terdapat di Jakarta yang menyediakan baik travel domestik maupun internasional di mana terdapat berbagai produk seperti tiket hotel tour dan lainnya. Setelah itu Fajar Buana tetap terus bertumbuh dan menggapai pasar- pasar corporate atau perusahaan, sehingga Fajar Buana tidak hanya melayani Tour yang berbentuk series atau perorangan tetapi juga melayani Tour yang didapat dari perusahaan perusahaan seperti perusahaan properti universitas dan lainnya.

2.2.2.2 Deskripsi Bisnis dan Perusahaan

Key Partners <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokal Agent 2. Tempat wisata 3. Pusat oleh-oleh 4. Rumah makan 5. Asuransi 6. PenyediaTransportasi 7. Hotel 8. Komunitas Pariwisata 	Key Activities <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat paket wisata harga terjangkau 2. Membuat paket wisata destinasi baru 3. Mengawasi Lokal Agent dalam memerikan pelayanan terbaik 4. Membuka kantor 5. Melakukan pemasaran 	Value Propositions <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Pilihan paket bervariasi 3. Pelayanan berkualitas 4. Terpercaya 	Customer Relationships <ol style="list-style-type: none"> 1. Asuransi perjalanan 2. Memberikan pelayanan terbaik selama perjalanan 3. Menanggapi kritik dengan profesional 4. Memberikan customer service yang siap melayani 	Customer Segments <ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan atau korporat 2. Turis dalam maupun luar negri 3. Segala kalangan dan gender 4. Para milenial
Cost Structure <ol style="list-style-type: none"> 1. Gaji karyawan 2. Biaya operasional kantor 3. Biaya promosi 4. Biaya operasional perjalanan 		Revenue Streams <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan paket tour 2. Komisi dari Lokal Agent 		
Key Resources <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan Lokal Guide yang berpengalaman 2. Karyawan 3. Merek 		Channels <ol style="list-style-type: none"> 1. Word of Mouth 2. Media social (IG) 3. Media massa (koran) 		

Gambar 2 *Business Model Canvas*

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Deskripsi bisnis dan perusahaan pada PT Fajar Buana Tour digambarkan melalui *Business Model Canvas* atau yang biasa disebut dengan BMC, diberikan dari perusahaan

Pada gambar 2 diatas merupakan gambaran dari bagaimana model bisnis Fajar Buana Tour yang selama ini berjalan secara konvensional. *Customer Segments* merupakan kelompok orang atau organisasi yang berbeda yang ingin dijangkau dan dilayani oleh perusahaan (Osterwalder and Pigneur's, 2010). Dalam bisnis model lama ini Fajar Buana Tour memiliki *Customer Segments* yang terbagi dalam dua katagori yaitu Perusahaan dan individual, dimana konsumen individual ini merupakan orang-orang dari berbagai kalangan baik dari dalam maupun luar negri. Dimana para konsumen ini memiliki keinginan yang tinggi untuk melakukan wisata dan berlibur.

Selanjutnya *Value Propositions* merupakan penjelasan mengenai produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan tertentu. Proposisi nilai dapat mencakup karakteristik seperti kebaruan, kinerja, penyesuaian, "menyelesaikan pekerjaan", desain, merek/status, harga, pengurangan biaya, pengurangan risiko, aksesibilitas, dan kegunaan (Osterwalder and Pigneur's, 2010). Dalam penentuan keunikan utama yang dapat diberikan dari Fajar Buana Tour kepada konsumen adalah dari jasa dan harga. Pada variabel ini Fajar Buana Tour memberikan kepada para kosumen selain dari paket-paket tur yang bervariasi tetapi juga dengan harga terjangkau dan servis yang baik. Keunggulan

dari harga yang diberikan Fajar Buana dan servis dilapangan yang membuattingkat loyalitas terhadap perusahaan ini sangat melekat, sehingga hal ini lah yang selalu menjadi *point* utama perusahaan selama ini.

Lalu ada *Channels* yang merupakan bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan dan menjangkau segmen pelanggannya (Osterwalder and Pigneur's, 2010). Dalam melakukan pemasarannya Fajar Buana tour menggunakan berbagai cara yaitu *Word of Mouth* (WOM), media sosial dan media massa yang berupa koran. Dari ketiga saluran yang digunakan dalam melakukan pemasaran yang paling efektif hingga saat ini ada *Word of Mouth* (WOM). Menurut Kotler dan Keller (2009:512) *Word of Mouth* (WOM) adalah kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang di dasari oleh pengalaman atas produk atau jasa. Hal inilah yang membuat perusahaan ini untuk terus memberikan servis terbaik dalam pekerjaan, karena jika WOM yang diberikan buruk makakemungkinan perusahaan mengalami penurunan besar.

Customer Relationship merupakan jenis hubungan yang dibangun oleh perusahaan dengan segmen pelanggan yang ditargetkan (Osterwalder Pigneur's, 2010). Pada hubungan pada konsumen ini Fajar Buana menggunakan berbagai cara, mulai dari memberikan asuransi perjalanan, menanggapi komplain secara professional, memberikan solusi dan penganan yang cepat dalam menghadapi suatu masalah.

Kemudian *Revenue Stream* yang merupakan aliran pendapatan yang dihasilkan perusahaan dari setiap segmen (Osterwalder and Pigneur's, 2010). Pada *Revenue Stream* Fajar Buana memiliki dua jalur utama yaitu mendapat dari keruntungan penjualan paket tour yang dimana perhitungan ini berupa penjualan dikurangi dengan harga modal yang ada. Lalu yang kedua adalah komisi yang didapat dari lokal agen perjalanan yang dimana besar komisi ditentukan sesuai perjanjian awal dengan kesepakatan bersama. Komisi dari lokal agent ini didapat dari ketika Fajar Buana melakukan kerjasama dengan sebuah lokal agent disuatu negara ataupun daerah yang menjadi suplier, sehingga disaat Fajar Buana menjual suatu paket ke suatu destinasi maka Fajar Buana akan membayar lokal *agent* tersebut untuk memberikan pelayanan kepada para tamu dan lokal *agent* tersebut

juga akan memberi komisi dengan besaran persentase yang sudah dijanjikan pada kerjasama di awal.

Lalu ada *Key Activities* yang menjelaskan apa yang harus dilakukan perusahaan untuk membuat model bisnis berfungsi, seperti aktivitas produksi, pemecahan masalah, platform, dan jaringan (Osterwalder and Pigneur's, 2010). Aktivitas kunci yang dilakukan Fajar Buana yang mendukung bergeraknya perusahaan ini adalah dengan membuat paket wisata dengan harga terjangkau, memperbanyak varian produk baik dari segi lokasi dan harga, memantau kinerja karyawan dan lokal agen, dan mengembangkan inovasi terus-menerus.

Selanjutnya *Key Resources* Ini adalah aset terpenting yang diperlukan untuk membuat model bisnis berfungsi (Osterwalder and Pigneur's, 2010). Dalam perjalanannya Fajar Buana memiliki tiga sumber kunci utama yaitu menyediakan *local guide* yang berpengalaman dan profesional, memiliki karyawan dengan sikap sopan yang tinggi, dan menjaga citra merek perusahaan agar tetap dikenal baik oleh masyarakat luas.

Key Partnership merupakan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis berfungsi. Kemitraan mungkin aliansi strategis antara nonkompetitor serta pesaing, usaha patungan untuk mengembangkan bisnis baru atau hubungan pembeli-pemasok (Osterwalder and Pigneur's, 2010). Dalam hal ini Perusahaan memiliki *partner* kemitraan yang banyak dan besar mulai dari lokal agen, destinasi wisata, tempat perbelanjaan oleh-oleh, perusahaan asuransi, penyedia transportasi, hotel, perusahaan pesawat dan masih banyak lagi.

Terakhir adalah *Cost Structure* yang merupakan penggambaran dari semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis. Pada perusahaan Fajar Buana *Cost Structure* yang dimiliki seperti gaji karyawan, biaya operasional kantor, biaya promosi atau iklan dan biaya operasional perjalanan.

Jika dilihat dari penjelasan diatas bahwa Fajar Buana sendiri memiliki keunikan dalam memberikan jasa baik dengan harga terjangkau. Dalam pemberian jasa ini bisa diartikan dengan memberikan sesuatu yang lebih kepada para konsumen walau mereka tidak memintanya. Hal ini dapat dicontohkan seperti memberikan bingkisan yang berisikan perlengkapan tur untuk perjalanan, mengingat dan merayakan ulang tahun tamu pada perjalanan dan lainnya. Karena

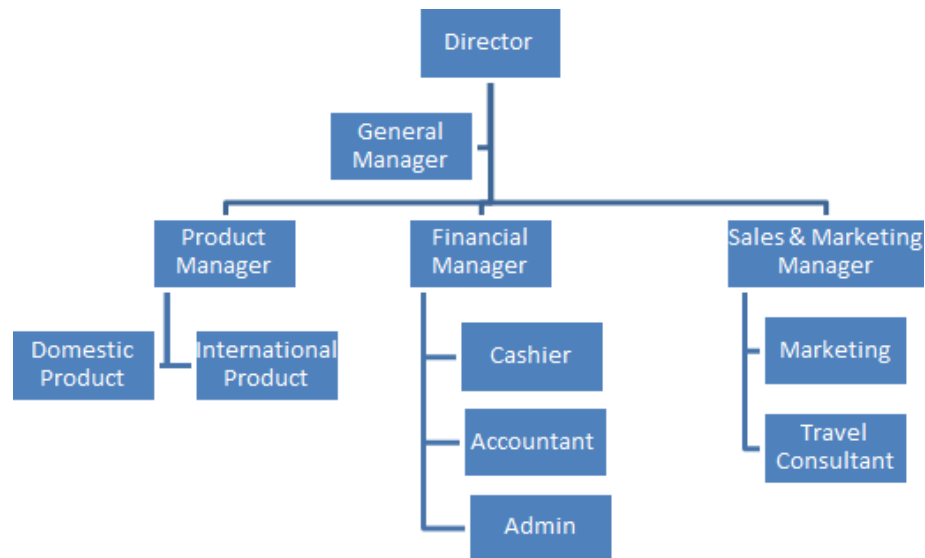
pelayanan yang baik itulah membuat *Word of Mouth* menjadi sangat tinggi dan efektif dipasaran. Dalam area pasar yang dimiliki oleh Fajar Buana sendiri masih terbilang cukup kecil yaitu Jakarta, Bogor, Tangerang, dan beberapa daerah diluar Jawa, sehingga peluang untuk melakukan ekspansi masih sangat besar.

Dalam pembangunan produk agar dapat menjual dengan harga terjangkau, Fajar Buana diharuskan untuk memiliki banyak mitra kerjasama. Mitra-mitra kerja sama ini memiliki peranan penting masing-masing yang membantu didalam penyusunan suatu acara tur. Mitra kerjasama yang dimiliki saat ini ada lebih dari 60 lokal *agent* diberbagai kota di Indonesia dan juga negara, lebih dari 10 maskapai penerbangan dunia, dan ada lebih dari 100 perusahaan pendukung pariwisata lainnya seperti hotel, perusahaan bus dan lainnya. Banyaknya kemitraan kerjasama yang dijalin ini membuat Fajar Buana mudah didalam mendapatkan harga terjangkau, sehingga proses yang dilakukan dalam pembuatan suatu produk menjadi lebih mudah.

Kemudahan membuat produk ini dilakukan dengan beberapa langkah saja yaitu yang pertama mengirim permintaan harga kepada mitra kerjasama yang ingin kita tuju. Lalu yang kedua, mengolah permintaan tersebut kedalam perhitungan tur. Kemudian yang ketiga, membuat brosur iklan tur dan memasarkannya. Dalam pembentukan paket tur sangatlah mudah dan proses simpel karena perusahaan memiliki koneksi kerjasama yang tinggi.

2.2.2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Organisasi PT. Fajar Buana Tour masih sederhana dan memakai bentuk struktur fungsional dapat dilihat pada Gambar 2.3. Beberapa posisi utama di perusahaan antara lain:



Gambar 3 Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

a. Direktur

Merupakan pemegang saham yang paling tinggi dalam keputusan strategis dengan kepemilikan 99% saham. Melakukan pengambilan keputusan di dalam pengelolaan oprasional dan pengembangan perusahaan. Selain itu *Director* juga bertugas didalam melakukan kerjasama keberbagai pihak seperti rekan lokal agen di berbagai negara dan juga para *executive* maskapai penerbangan. *Director* disini juga memberikan arah produk yang ingin dijual, sehingga perusahaan tau kemana arah Bergeraknya.

b. *General Manager*

Merupakan pengawas yang ditempatkan untuk mengontrol bagian keuangan perusahaan secara besar dengan mendapat komposisi saham sebesar 1%. *General Manager* bertugas untuk menyampaikan seluruh pengarahan yang diberikan oleh *Director* kepada seluruh *manager* dengan masing-masing tugasnya. Dimana *General Manager* juga berkontribusi di dalam melakukan pengawasan keuangan secara mendetail dan memberikan laporan secara lengkap kepada *Director*.

c. *Product Manager*

Membawahi divisi yang dibentuk untuk mengelola pengembangan perusahaan dengan membuat produk baru dalam pembentukan paket *tour*.

Produk *Manager* memiliki kewajiban untuk selalu berinovasi dalam pengembangan bisnis. Hal ini dapat dilihat dengan penciptaan produk tur yang unik seperti tur *off-road* di Malang, dimana para tamu akan diajak menyusuri hutan seharian menggunakan jeep melewati berbagai rintangan hutan alami. Lalu membuat paket super premium dimana tamu yang ingin pergi ke Bali dicas harga lebih dari 25 juta untuk 5 hari, tur ini memiliki kemewahan yang tidak tertandingi mulai dari hotel, restoran, transportasi dan sebagainya. *Product manager* memegang peranan penting dalam berinovasi agar tidak tertinggal oleh pasar dan harus dilaporkan pada *general manager* untuk mendapat persetujuan.

d. *Financial Manager*

Membawahi divisi untuk mengatur *cash flow* transaksi serta pencatatan informasi yang didapat dari luar, tata letak dokumen, *customer service*, dan perpajakan. Pada pelaksanaannya *Financial Manager* mengontrol perencanaan, pelaporan, serta pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar lebih efisien. Lalu mengontrol arus kas perusahaan (*cash flow*), terutama pengelolaan piutang dan utang. Kemudian memberikan saran kepada *General Manager* dalam melakukan ekspansi usaha.

e. *Sales and Marketing Manager*

Membawahi divisi yang mengelola penjualan produk *tour* baik secara *direct sales* dan juga *digital online*, serta memikirkan *campaign* atau acara apa yang harus diikuti selanjutnya. Selain itu *Sales and Marketing Manager* juga bertugas untuk mengidentifikasi pasar, dimana memberi laporan kepada *General Manager* jika produk memiliki harga yang terlalu tinggi atau sudah tidak diminati lagi. *Manager* ini juga berperan penting didalam menaikkan penjualan dan memberikan laporan dalam kurun waktu tertentu apakah penjualan naik atau turun dan apa solusinya. Kemudian *Manager* juga memiliki pengaruh besar dalam memberikan solusi baik dalam segi penjualan dan pemasaran, seperti mulai mengikuti kembali *event-event* guna meningkatkan *awareness*, meningkatkan penjualan dengan memberikan ide produk yang *trend* dengan harga dibawah pasaran, dan lainnya.

2.2.2.4 Produk Yang Ditawarkan

Pada subbab ini akan dijelaskan mengenai produk apa saja yang diperjual belikan oleh PT Fajar Buana kepada para konsumennya, yaitu paket wisata. Dimana paket wisata dibagi menjadi dua tipe berdasarkan internasional dan domestik. Berikut deskripsi kedua paket dibawah ini:

a. Paket wisata Internasional



PT.FAJAR BUANA INTERNATIONAL
Ruko Mutiara Taman Palem B 10 No.3
Ph (62-21) 5435 6491 - 92 Fax.(62-21) 5435 6492
Jakarta Barat 11730 Indonesia
e-mail : sales@fajarbuana.com

4 HARI BANGKOK PATTAYA CANTIK



Wat Arun Nong Nooch Village Laser Buddha Pattaya Beach

HARI 01 : JAKARTA – BANGKOK dengan pesawat.
Acara liburan yang menyenangkan dimulai dengan berkumpul di Bandara Soekarno – Hatta. Setibanya di Bangkok Anda akan dijemput dan diajak ke :

- Khaosan Road

Lalu di antar ke Hotel di Bangkok untuk beristirahat.
Makan : makan siang, makan malam Akomodasi : Thomson Hotel (*3) / setaraf

HARI 02 : BANGKOK – PATTAYA dengan Bus
Pada hari ini, selesainya Anda sarapan pagi kami akan mengajak Anda untuk melanjutkan perjalanan ke :

- Wat Arun dengan menyusuri Chao phraya river menggunakan kapal
- Reclining Buddha Temple
- Erawadee Herb Shop
- Pattaya Floating Market
- 3D Art in Paradise
- Pattaya beach & photo stop HARD ROCK

Selanjutnya, Anda akan diantar ke hotel Pattaya untuk beristirahat
Makan : makan pagi, makan siang, makan malam Akomodasi : Baron Beach Hotel (*3) / setaraf

HARI 03 : PATTAYA – BANGKOK dengan Bus
Pada hari ini setelah sarapan, kami akan mengajak anda untuk mengunjungi :

- Gems Gallery
- Nong Nooch village with Show
- Laser Buddha
- Honey Bee Farm
- MBK dan Siam Paragon
- Asiatique Night Market

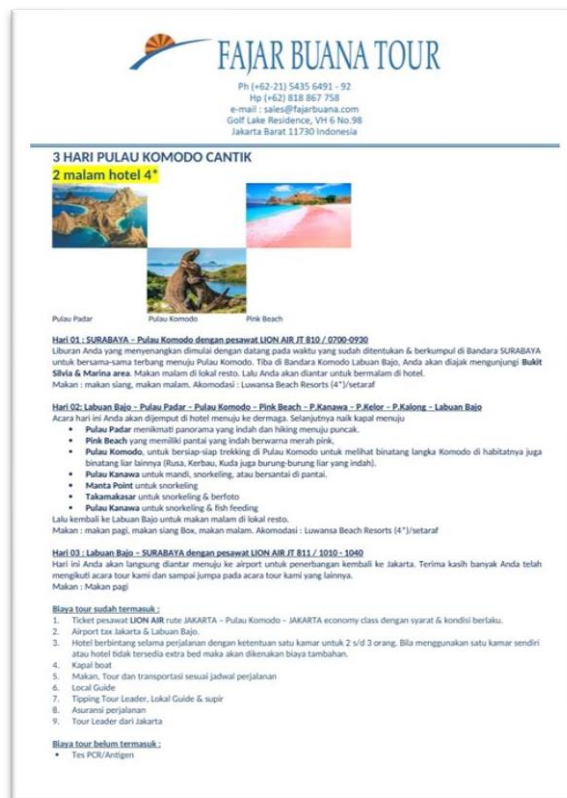
Lalu diantar ke hotel Bangkok untuk beristirahat.
Makan : makan pagi, makan siang, makan malam Akomodasi : Thomson Hotel (*3) / setaraf

Gambar 4 Brosur Internasional

Sumber: Dokumen Perusahaan

Pada Gambar 2.4 merupakan contoh dari salah satu brosur paket wisata internasional yang dikeluarkan oleh perusahaan pada Agustus 2022, dimana di dalamnya terdapat beberapa info yang dibutuhkan oleh para pembeli, yaitu:

1. Judul paket wisata
 2. Gambar wisata yang dikunjungi
 3. Nama destinasi
 4. Total hari perjalanan
 5. Jenis dan detail transportasi yang digunakan
 6. Rencana dan detail wisata perjalanan
 7. Nama hotel penginapan
 8. Syarat dan Ketentuan
- b. Paket wisata Domestik



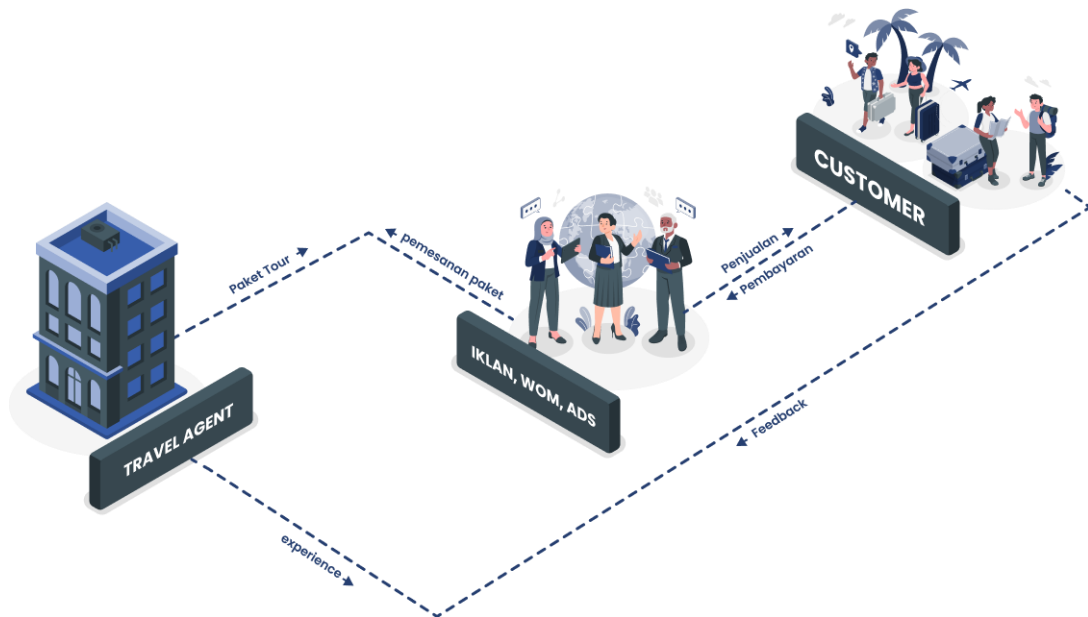
Gambar 5 Brosur Domestik

Sumber: Dokumen Perusahaan

Pada Gambar 5 merupakan contoh dari salah satu brosur paket wisata domestik atau lokal yang dikeluarkan oleh perusahaan pada Juli 2022, dimana info yang disajikan sama dengan brosur internasional diatas.

2.2.2.5 Proses Bisnis (*Value Chain*)

Value Chain atau *Value Network* merupakan proses yang dengannya perusahaan menentukan biaya yang terkait dengan aktivitas organisasional dari pembelian bahan mentah sampai produksi dan pemasaran produk tersebut David (2012:227).



Gambar 6 *Value Chain* Fajar Buana Tour

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Pada Gambar 6 yang merupakan *value chain* pada Fajar Buana Tour, dimana dalam membentuk suatu produk atau paket tour sebelum dijual, dilakukan riset terlebih dahulu. Saat ini ini dilakukan baik dari segi harga, tujuan wisata, hotel yang diminati hingga spot-spot objek populer pada saat itu. Biasanya riset riset yang dilakukan ini menggunakan pemantauan pasar baik secara online seperti menata di media sosial melihat berita-berita di portal media dan lainnya, hingga melakukan secara offline dengan cara melihat paket-paket tour kompetitor dan menanyakan kepada para pelanggan yang telah memakai atau menggunakan produk jasa kita.

Setelah mendapatkan hasil dari riset tersebut, bagian dari tim produk membangun produknya dengan cara menanyakan harga kepada lokal agen daerah wisata yang ingin dikunjungi. Lalu bagian produk juga menghubungi perusahaan

transportasi yang berkaitan dengan daerah wisata yang dikunjungi. Selesaiannya mendapatkan info dari berbagai pihak yang berkepentingan untuk membentuk paket tour ini, maka dilanjutkan dengan menghitung baik dari segi total biaya maupun besar keuntungan yang ingin didapatkan.

Setelah paket tour ini jadi, dari bagian produk memberikan kepada bagian sales dan marketing untuk dijual di pasaran. Bagian sales dan marketing melakukan pemasaran kepada pasar untuk menjual produk ini menggunakan berbagai alat mulai dari iklan seperti melalui Instagram Ads dan juga official instagram account dengan username fajarbuanatour, hingga *word of mouth* menggunakan *sales call* kepada tamu-tamu sebelumnya.

Kemudian tamu akan memberikan *feedback* berupa pendaftaran dan pembayaran tour yang di mana bagian penjualan akan melaporkan ke bagian keuangan. Lalu bagian keuangan akan memberikan persetujuan kepada bagian penjualan jika dana atau pembayaran tour sudah masuk dan dokumen yang diperlukan oleh calon tamu Tour akan diberikan tepat setelah pembayaran diverifikasi oleh orang bagian keuangan.

Selanjutnya tour akan dijalankan tepat pada tanggal yang dijanjikan kepada para tamu Tour begitu juga dengan detail perjalanan ada. Selesaiannya tour tamu akan dimintakan untuk memberikan *feedback* yang berupa kuesioner tentang bagaimana kepuasan pelayanan dan produk yang diberikan selama perjalanan di sana dan dari pihak tim produk akan melihat dan membaca *feedback* tersebut dan melakukan evaluasi bersama tim dan membangun produk yang lebih baik lagi kedepannya.

Pada proyeksi keuangan yang akan terjadi, Fajar Buana memiliki proses pembayaran yang terdiri dari 2 tahap, yaitu DP dengan nilai sebesar 30% dari total keseluruhan biaya paket wisata dan dilanjutkan dengan pelunasan yaitu pembayaran sisanya 70% dari biaya paket wisata. Jika tamu tidak melanjutkan pembayaran pelunasan dalam jangka waktu 14 hari, maka DP 30% yang sudah dibayarkan akan dihanguskan, 2-3 hari sebelumnya admin Fajar Buana akan memberi sebuah reminder masa tenggang pembayaran melalui WA tamu tersebut.

2.3 State of the art

pada perancangan aplikasi ini menggunakan beberapa jurnal penelitian yang dapat dilihat pada berikut .

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Penulis dan Tahun	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
“Pengembangan Web E-	untuk mengembangkan	Web e-commerce Bojana

Commerce Bojana Sari Menggunakan Metode Prototype” (Pradipta, Prasetyo, & Ambarsari, 2015)	sebuah web e-commerce Bojana Sari yang mampu mempermudah proses pemesanan dan penyebaran informasi dan tidak banyak menghabiskan biaya operasional dengan metode prototype.	Sari yang dikembangkan memiliki beberapa fungsi antara lain pengelolaan produk, sistem pemesanan, sistem pembayaran, dan pelacakan status.
“Perancangan Aplikasi Pemesanan Dan Pembayaran Berbasis Desktop Pada Percetakan Ud. Azka Gemilang Menggunakan Metode Prototype” (Syahputra & Kurniawan, 2018)	membantu dalam mengelola data pemesanan dan pembayaran oleh pemilik dan karyawan percetakan UD. Azka Gemilang Kisaran dengan metode prototype	aplikasi berbasis desktop untuk mengelola data pemesanan dan pembayaran menggunakan software Visual Studio 2010.
“Pengembangan E-Market Place Pertanian Dengan Metode Prototype” (Jaya & Widyawati, 2019)	pengembangan sebuah sistem emarketplace khusus pertanian untuk mengembangkan sektor pertanian di era digitalisasi saat ini.	Membuat e-marketplace dalam bidang pertanian menggunakan metode prototype
“Implementasi E-Commerce Berbasis Web pada Toko Denia Donuts Menggunakan Metode Prototype” (Fenando, 2020)	membangun E-Commerce di TokoDonat Denia yang dapat membantu dalam memasarkan produk secara luas dan mempermudah proses transaksi yang dilakukan oleh konsumen.	sistem E-Commerce yang telah diuji menggunakan metode pengujian black box dan telah diimplementasikan sesuai dengan spesifikasi kebutuhan pengguna, dengan metode pengembangan yaitu metode prototype.
“Sistem Informasi Penjualan Berbasis Website dengan Pendekatan Metode Prototype” (Ichwani, Anwar, Karsono, & Alrifqi, 2021)	Sistem informasi berbasis web teknologi yang memuat berbagai informasi, transaksi dan pengolahan data untuk mengatasi permasalahan Kinov Seprai. Metode yang digunakan untuk membangun sistem informasi adalah prototype dan analisis masalah menggunakan metode PIECES.	sistem informasi berbasis web dapat memberikan informasi yang informatif, media promosi yang efektif, target pasar yang lebih luas serta pelayanan penjualan yang lebih mudah dan hemat waktu.

BAB III

PERANCANGAN PROGRAM APLIKASI

3.1 Tata Laksana

Proses awal dalam pembuatan “Perancangan Aplikasi Penjualan Paket Wisata Berbasis Web Pada PT Fajar Buana Tour” adalah dengan melakukan perancangan proses yang melakukan perancangan alur yang menggunakan UML yang digambarkan dengan *use case diagram*, *use case description*, dan *activity diagram*.

Kemudian melakukan perancangan *database* yang berfungsi untuk menyimpan dan mengolah data-data yang dimiliki dengan *Entity Relation Diagram* (ERD) dan menampilkan *user interface*.

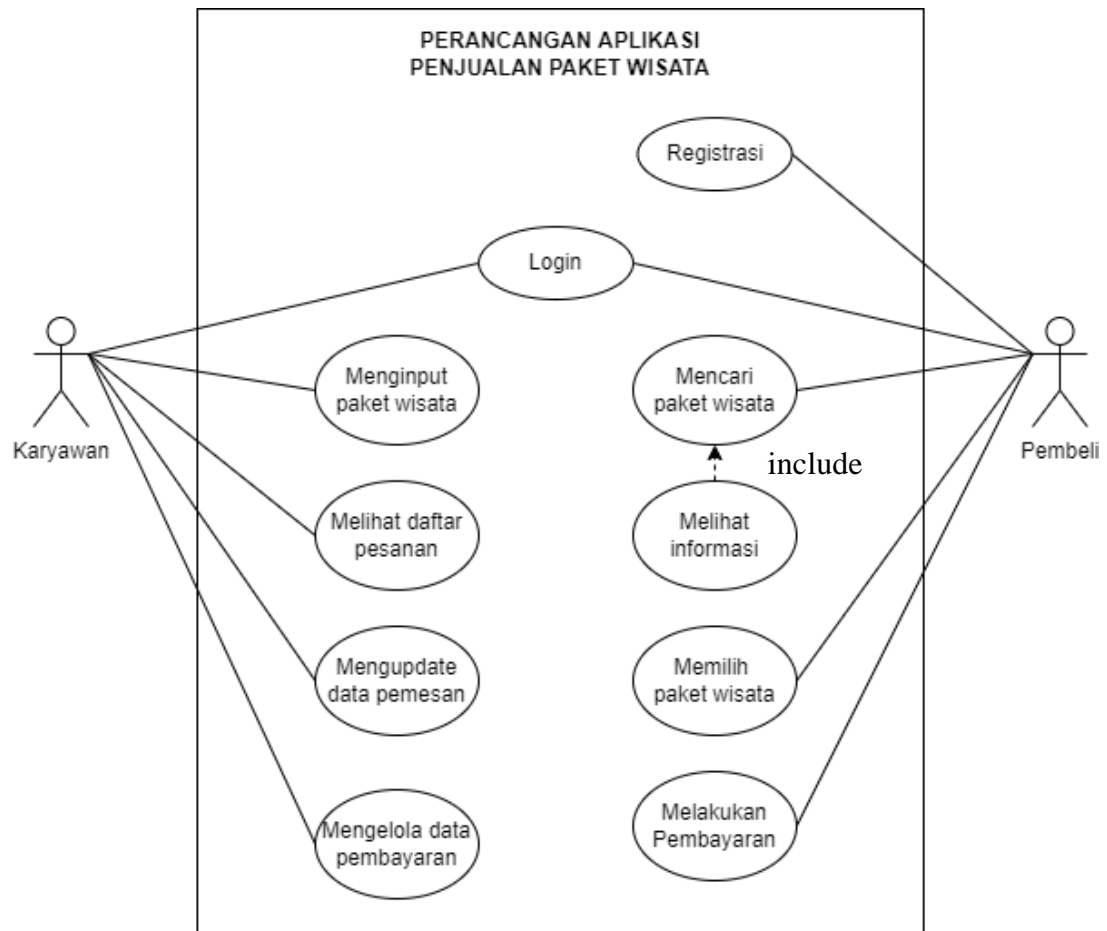
3.2 Perancangan Proses

Pada perancangan proses, menggunakan *Unified Modeling Language* (UML) diagram. Menurut Sukanto (2014), berpendapat *use case diagram* merupakan permodelan untuk kelakuan (*behavior*) sistem informasi yang akan dibuat, *use case diagram* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada didalam sistem dan yang berhak menggunakan fungsi-fungsi tersebut. Sedangkan menurut Lee (2013), UML merupakan diagram untuk mempresentasikan sistem secara visual beserta *actor*, peran, Tindakan ataupun kelas yang ada untuk lebih memahami dan mendokumentasikan informasi pada sistem. UML diagram digunakan untuk merancang sistem atau aplikasi berbasis objek yang dilakukan pada awal pengembangan sebelum memasuki tahap pembuatan sistem atau aplikasi.

3.2.1 Use case diagram

Use Case Diagram menggambarkan hubungan antara sistem, eksternal sistem dan pengguna. Dalam kata lain *Use Case Diagram* menjelaskan siapa yang menggunakan sistem dan dalam cara apa pengguna mengharapkan untuk berinteraksi dengan sistem (Whitten & Bentley, 2007). *Use Case Diagram* untuk pembuatan website penjualan paket wisata ada keterlibatan 2 aktor yaitu admin

atau karyawan PT Fajar Buana yang bertugas untuk menginput paket wisata, sedangkan pembeli atau *user* dapat melakukan pembelian pada website. Use Case diagram untuk penjualan paket wisata dapat dilihat pada Gambar 7 .



Gambar 7 Use Case Diagram

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.2.2 Use case description

Menurut Satzinger (2010), *use case diagram description* merupakan penjelasan yang berisi daftar rincian proses untuk *use case*. Deskripsi tulisan dan *activity diagram* dapat digunakan dalam kombinasi apapun, tergantung pada kebutuhan. Deskripsi-deskripsi untuk *use case* diuraikan pada **Lampiran 1** tabel 2 sampai tabel 11 .

3.2.3 Activity diagram

Activity Diagram (diagram aktivitas) adalah *Activity Diagram* menggambarkan berbagai aliran aktivitas perancangan sistem, dari aliran berawal, keputusan yang mungkin terjadi dan bagaimana sistem berakhir. *Activity Diagram* secara esensial mirip diagram alir (*flowchart*), memperlihatkan aliran kendali dari suatu aktivitas ke aktivitas lainnya.

Proses pada aplikasi penjualan paket wisata berbasis website ini adalah seperti melihat informasi mengenai paket wisata, *user* melakukan registrasi dan *login*, pembayaran, mengelola laporan. Activity diagram dapat dilihat pada **Lampiran 2** dari Gambar 9 sampai Gambar 18.

3.3 Perancangan basis data

Perancangan basis data pada pembuatan aplikasi penjualan paket wisata berbasis web di PT Fajar Buana Tour dilakukan dengan pemetaan pohon skema database yang terdiri dari beberapa langkah, sebagai berikut:

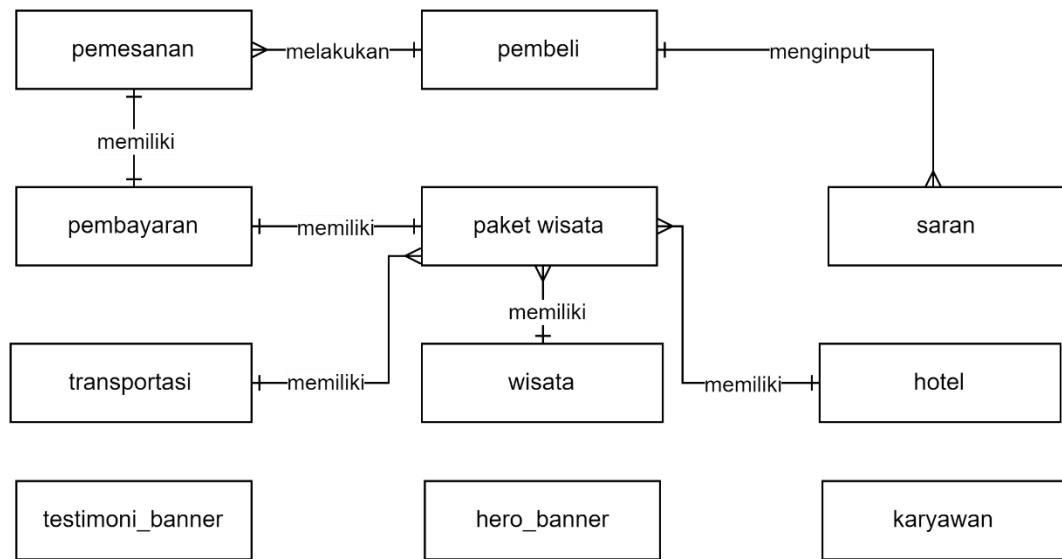
- a. *Conceptual Database Design*
- b. *Logical Database Design*
- c. *Physical Database Design*
- d. Spesifikasi Tabel

3.3.1 Desain basis data konseptual (*Conceptual Database Design*)

Pada subbab ini akan dijabarkan mengenai desain basis data konseptual dalam pembuatan aplikasi penjualan paket wisata berbasis website pada PT Fajar Buana Tour yang meliputi beberapa tabel, sebagai berikut :

- a. Tabel Karyawan
- b. Tabel Pembeli
- c. Tabel Transaksi
- d. Tabel Transaksi *Details*
- e. Tabel Paket Wisata
- f. Tabel Paket Wisata *Details*
- g. Tabel Wisata
- h. Tabel Hotel
- i. Tabel Transportasi

j. Tabel Transportasi *Details*



Gambar 8 *Conceptual Database Design*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.3.2 Desain basis data logikal (*Logical Database Design*)

Tahap selanjutnya dalam merancang basis data adalah dengan membuat desain basis data logikal, dimana basis data konseptual yang sebelumnya telah dibuat dikembangkan lagi. *Logical database design* adalah proses pembuatan suatu model informasi yang digunakan pada perusahaan berdasarkan pada model data yang spesifik, tetapi tidak tergantung dari Database Management System (DBMS) yang khusus dan pertimbangan fisik yang lain (Connolly, 2002, p441). Dimana dalam *logical database design*, dilakukan pengisian item pada setiap tabel *database*, menentukan *foreign key*, serta *primary key*. Logical database design dapat dilihat pada **Lampiran 3** Gambar 19.

3.3.3 Desain basis data fisikal (*Physical Database Design*)

Tujuan dari *physical database design* adalah untuk memutuskan bagaimana *logical database design* akan diimplementasikan. Mendefinisikan sekumpulan

struktur tabel, tipe data untuk *field*, dan batasan pada tabel ini seperti *primary key*, *foreign key*, *unique key*, *not null* dan definisi domain untuk memeriksa apakah data berada di luar jangkauan. Physical database design pada pembuatan aplikasi penjualan paket wisata berbasis web di PT Fajar Buana Tour terdapat pada **Lampiran 4** Gambar 20.

3.3.4 Spesifikasi Tabel

Spesifikasi tabel digunakan untuk menjelaskan atribut-atribut dari pada suatu tabel. Dalam spesifikasi tabel, terdapat nama, tipe data, ukuran dan keterangan untuk memberikan informasi apakah atribut tersebut *Primary Key*, *foreign key*. Dapat dilihat dalam tabel 12 hingga tabel 20.

Tabel 12. Database Karyawan

Table: Karyawan				
No	Column	Data Type	Size	Constraints
2	Username	varchar	15	Not Null
3	Password	varchar	15	Not Null

Tabel 13. Database Pembeli

Table: Pembeli				
No	Column	Data Type	Size	Constraints
1	UserID	int	5	PK, Not Null
2	Username	varchar	15	Not Null
3	Password	varchar	15	Not Null
4	E-mail	Varchar	50	Not Null
5	No hp	Int	20	Not Null

6	Address	Varchar	255	Not Null
---	---------	---------	-----	----------

Tabel 14. Database Transaksi

Table: Transaksi				
No	Column	Data Type	Size	Constraints
1	TransaksiID	int	9	PK, Not Null
2	Date	date	-	Not Null
3	Total harga	int	15	Not Null
4	UserID	int	-	FK, Not Null

Tabel 15. Database Transaksi details

Table: Transaksi details				
No	Column	Data Type	Size	Constraints
1	TransaksiID	int	9	FK, Not Null
2	PaketID	Int	9	FK, Not Null
3	Harga	Int	15	Not Null

Tabel 16. Database Paket wisata

Table: Paket wisata				
No	Column	Data Type	Size	Constraints
1	PaketID	int	5	PK, Not Null
2	Tipe	varchar	25	Not Null
3	Paket name	varchar	35	Not Null

4	Harga	Int	15	Not Null
5	Start date	Date	-	Not Null
6	End date	Date	-	Not Null
7	Min pax	int	5	Null
8	Max pax	Int	5	Null

Tabel 17. Database Paket wisata details

Table: Paket wisata details				
No	Column	Data Type	Size	Constraints
1	DetailsID	Int	5	NotNull
2	Day	varchar	5	Not Null
3	PaketID	Int	5	FK, Not Null
4	TransportasiID	Int	10	FK, Not Null
5	HotelID	Int	9	FK, Not Null
6	WisataID	Varchar	9	FK, Not Null

Tabel 18. Database Transportasi

Table: Transportasi				
No	Column	Data Type	Size	Constraints
1	TransportasiID	int	10	PK, Not Null
2	Tipe	varchar	15	Not Null

Tabel 19. Database Hotel

Table: Hotel				
No	Column	Data Type	Size	Constraints
1	HotelID	int	9	PK, Not Null
2	Hotel name	Varchar	25	Not Null
3	Address	varchar	255	Null
4	Rating	Int	5	NotNull

Tabel 20. Database Wisata

Table: Wisata				
No	Column	Data Type	Size	Constraints
1	WisataID	Varchar	9	PK, Not Null
2	Wisata name	Char	50	Not Null
3	Location	varchar	255	Null

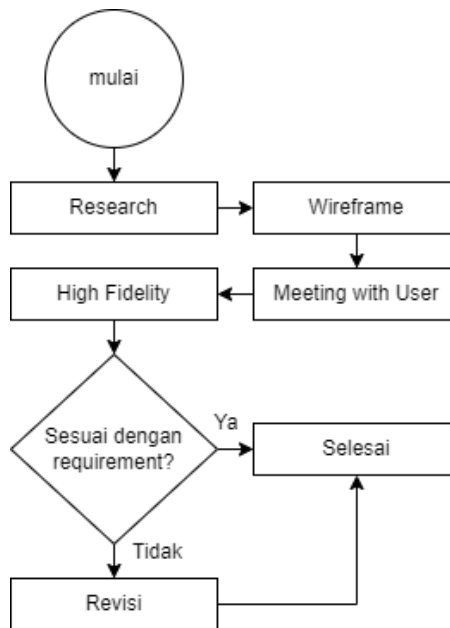
Tabel 21. Transportasi Details

Table: Transportasi Details				
No	Column	Data Type	Size	Constraints
1	TransportasiID	Int	10	FK, Not Null
2	DetailsID	Int	5	FK, Not Null

3.4 Pembuatan *Prototype* awal

Prototype awal adalah *prototype* dengan tingkat ketelitian rendah untuk menggambarkan proses desain awal agar mendapatkan gambaran saat melakukan pembuatan *website*. Desain ini hanya menggambarkan dasar dari desain *website* untuk menjadi acuan pengembang dalam pembuatan *website* sebelum membuat

desain *prototype* interaktif yang selanjutnya ditunjukkan kepada *user*. Pembuatan *prototype* awal mengacu pada proses awal yaitu identifikasi kebutuhan *user*.



Gambar 21 *Workflow* Pembuatan *User Interface*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada Gambar 21 merupakan *workflow* dari pembuatan UI aplikasi penjualan paket wisata pada PT Fajar Buana. Pertama dilakukan sebuah riset atau *research* berdasarkan *list* kebutuhan *user*, mencari referensi dari berbagai sumber yang dijadikan acuan. Lalu, membuat *wireframe* dari hasil riset yang telah disesuaikan dengan kebutuhan *user*. Selanjutnya adalah *meeting* dengan *user* mengenai *wireframe* yang telah dibuat dengan mengonfirmasi apakah *wireframe* telah memenuhi kebutuhan. Setelah *wireframe* sudah disetujui, maka *high fidelity* akan mulai dirancang, dilanjutkan dengan beberapa kali diskusi bersama *user* hingga tidak ada revisi, maka pembuatan *user interface* selesai.

3.4.1 Mengidentifikasi kebutuhan *user*

Sebelum dilakukannya pembuatan *user interface* awal, dibutuhkannya identifikasi kebutuhan *user* sebagai dasar dari UI yang akan dibuat. *Interface* untuk *user* atau pembeli dirancang sebagai tempat terjadinya seluruh proses bisnis para pembeli.

Listing kebutuhan *user* yang terletak pada tabel 21 dilakukan secara *online* dengan cara mewawancarai user melalui aplikasi Google Meet. Transkrip wawancara pada **Lampiran 5**.

Tabel 22. Kebutuhan *User*

No	Kebutuhan	Deskripsi
1.	<i>Homepage</i>	Hero banner, Galeri testimoni para pembeli, tampilan paket domestik, tampilan paket internasional, benefit memilih Fajar Buana
2.	<i>Product Card Page</i> (PCP)	Menampilkan <i>card</i> produk
3.	<i>Product Detail Page</i> (PDP)	Menampilkan detail isi produk sesuai brosur
4.	<i>About us</i>	Menampilkan informasi mengenai <i>Company Profile</i>

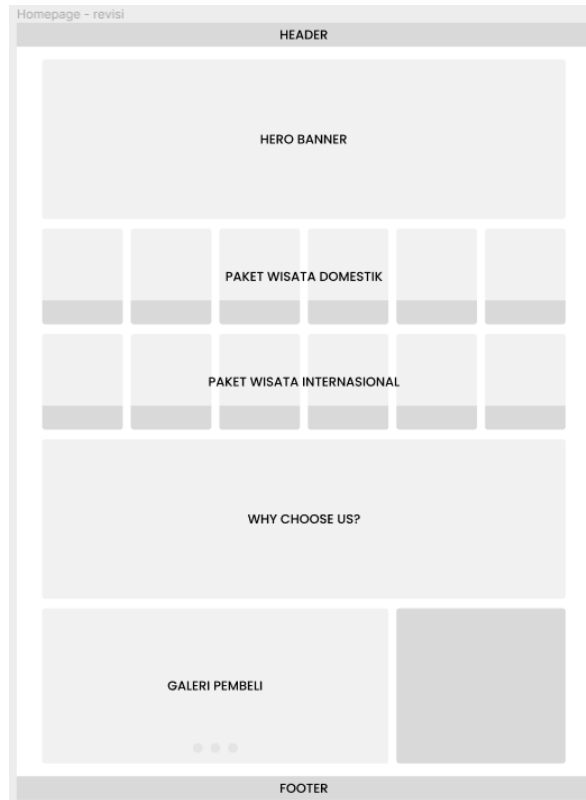
3.4.2 Wireframe

Wireframe adalah gambaran awal kerangka atau coretan kasar untuk Menyusun atau menata item-item pada laman *website* dimana proses ini dilakukan sebelum proses desain sesungguhnya dimulai. *Item-item* yang bisa ditata contohnya adalah *banner, header, content, footer, link, form input*, dan lain-lainnya. Berikut ini adalah tampilan *wireframe* untuk pembuatan aplikasi penjualan paket wisata berbasis web pada PT Fajar Buana dimana penulis mengerjakan *wireframe* dengan menggunakan aplikasi Figma, **Lampiran 6** yang terdiri dari *wireframe Homepage* pada Gambar 22, PCP domestik dan internasional pada Gambar 23, PDP pada Gambar 24, *Admin dashboard* pada Gambar 25.

3.4.2.1 Konfirmasi kebutuhan *user*

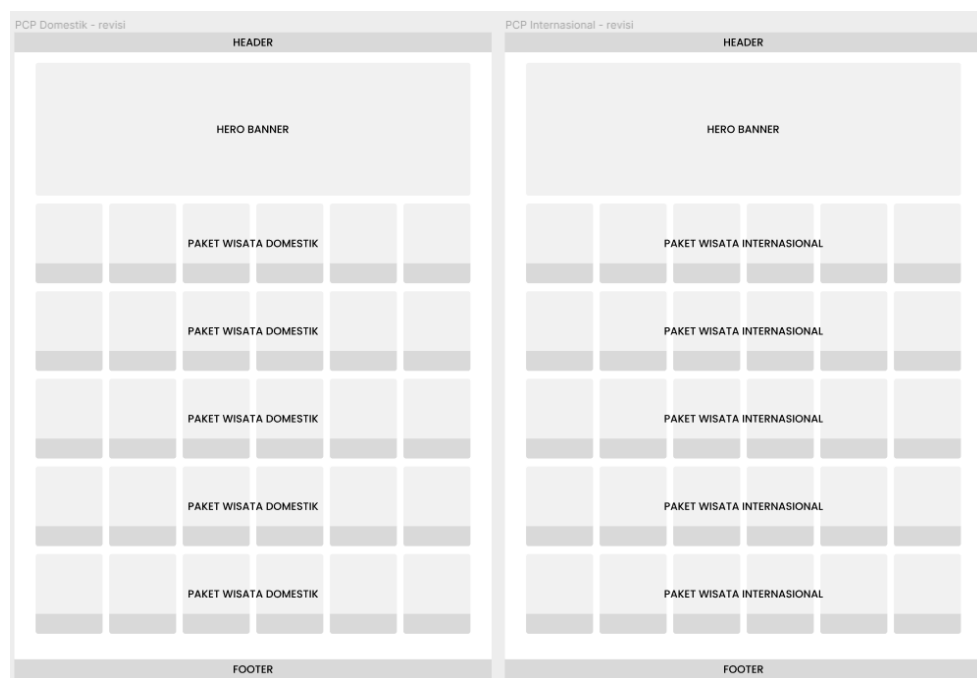
Tahap setelah pembuatan *wireframe* adalah konfirmasi kebutuhan *user* dengan rangka desain yang sudah dibuat, apakah komponen sudah sesuai dengan alur penjualan dari paket wisata, dan lain-lain. Konfirmasi dilakukan secara *online* melalui Google Meet, transkrip wawancara bersama user pada **Lampiran 7**. Terjadi beberapa perubahan pada *wireframe*, seperti:

- a. *Homepage*, perubahan hierarki pada beberapa komponen
- b. PCP, tambahan *hero banner*
- c. PDP, tambahan komponen



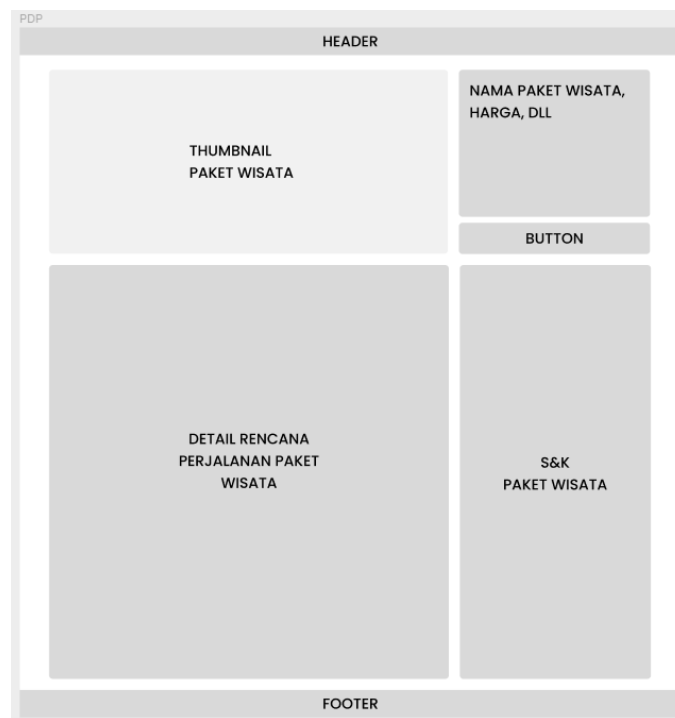
Gambar 26 *Homepage* revisi

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 27 PCP revisi

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 28 PDP revisi

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.4.3 *High fidelity*

High fidelity prototype adalah sebuah rancangan yang menggambarkan sistem dengan karakteristik lebih rinci atau mendekati produk jadi. Prototype ini mempunyai interaksi penuh dengan pengguna dimana pengguna dapat berinteraksi dengan sistem. High fidelity prototype mewakili fungsi - fungsi inti sehingga dapat mensimulasikan sebagian besar fungsi dari sistem akhir. Mempunyai penampilan yang sangat mirip dengan produk sebenarnya, dimana penulis mengerjakan high fidelity dengan menggunakan aplikasi Figma. Contoh high fidelity prototype adalah mockup. Mockup ini dirancang menggunakan aplikasi Figma. Berikut high fidelity dari aplikasi penjualan paket wisata berbasis web pada PT Fajar Buana, terlihat pada **Lampiran 8**.

3.5 Pembuatan program aplikasi dan pengujian eksekusi kode

Proses awal dari proses perancangan “aplikasi sistem informasi geografis vaksinasi covid 19” adalah melakukan perancangan alur menggunakan UML

diagram yang berkaitan dengan usecase diagram, activity diagram. Kemudian melakukan perancangan database yang berfungsi untuk menyimpan dan mengolah data yang dimiliki dengan entity relationship diagram (ERD), dan hubungan antar tabel.

3.5.1 Kegiatan Pembuatan Program Aplikasi

Kegiatan dalam pembuatan program aplikasi penjualan paket wisata ini melalui beberapa tahap sebagai berikut, dengan waktu pengerjaan selama perkiraan 4 sampai 5 bulan:

- a. *Listing user requirements*
- b. Membuat *wireframe*
- c. Menkonfirmasi kebutuhan *user*
- d. Membuat *user interface*
- e. Menulis dan mengerjakan program
- f. Instalasi
- g. Melakukan pengujian terhadap program

Prosedur operasional penggunaan menjelaskan dari bagaimana cara user dapat mengakses website, penjelasan dari tiap fitur-fitur yang disajikan melalui website. Proses awal dari proses perancangan “Aplikasi Penjualan Paket Wisata Berbasis Web Pada Pt Fajar Buana Tour” adalah melakukan perancangan alur menggunakan UML diagram yang berkaitan dengan usecase diagram, activity diagram. Kemudian melakukan perancangan database yang berfungsi untuk menyimpan dan mengolah data yang dimiliki dengan entity relationship diagram (ERD), dan hubungan antar tabel.

Pada tahap kedua dalam pembuatan program ini adalah dengan melakukan desain dan coding program aplikasi website. Tahap pembuatan aplikasi sistem informasi ini sebagai berikut :

1. Melakukan breakdown untuk mengetahui fitur-fitur yang dibutuhkan dan konten yang akan dimasukkan. Dengan menggunakan template yang sudah disediakan selanjutnya membagi template menjadi beberapa file yaitu header, body dan footer. Penulis membedakan tampilan user dan karyawan sesuai dengan fungsinya
2. Dalam melakukan coding program penulis menggunakan framework codeigniter 4. Kemudian melakukan koneksi kedalam database menggunakan mysqli karena lebih mudah, untuk framework codeigniter 4 pengaturan koneksi database hanya dilakukan satu kali saja diawal.

```

CI_ENVIRONMENT = development

#-----
# APP
#-----

app.baseURL = 'http://103.135.180.16/tour/public/'
# app.forceGlobalSecureRequests = false

#-----
# DATABASE
#-----

database.default.hostname = localhost
database.default.database = tour
database.default.username = root
database.default.password =
database.default.DBDriver = MySQLi

# database tests hostname = localhost

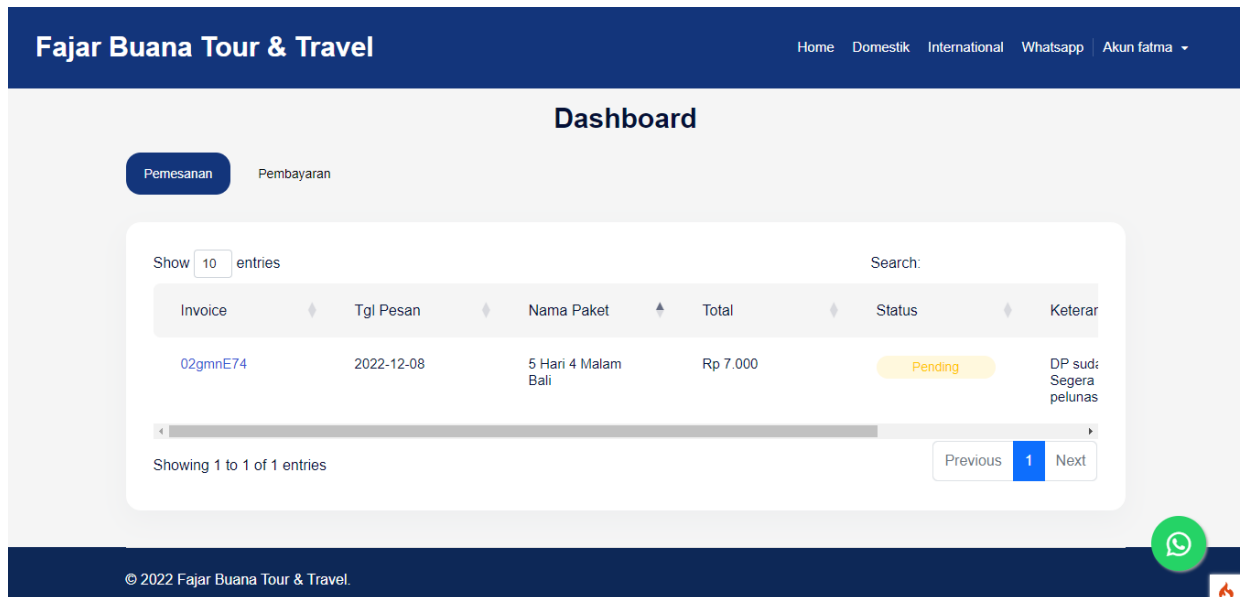
```

Gambar 29 Setting base url dan database

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam memulai mengerjakan tampilan web, penulis menambahkan framework untuk memperbagus tampilan website. Framework tersebut adalah bootstrap, herocarousel, dan.datatables.net. website ini megunakan bootstrap karena lebih fleksibel untuk css dan memiliki library yang cukup lengkap untuk membantu pengerjaan web. Penggunaan herocarousel bisa di lihat dan di akses pada halaman web home dimana section pertama setelah navbar adalah section untuk herocaousel, penggunaannya membantu membuat sebuah carousel yang responsif. Terakhir penggunaan datatable.net digunakan untuk menampilkan table yang dapat di customisasi juga dengan mudah, di dalam library ini sudah termasuk fitur search, limit data, jumlah data yang ditampilkan dan paging, penggunaanya dapat di lihat pada halaman dashboard user maupun dashboard karyawan.

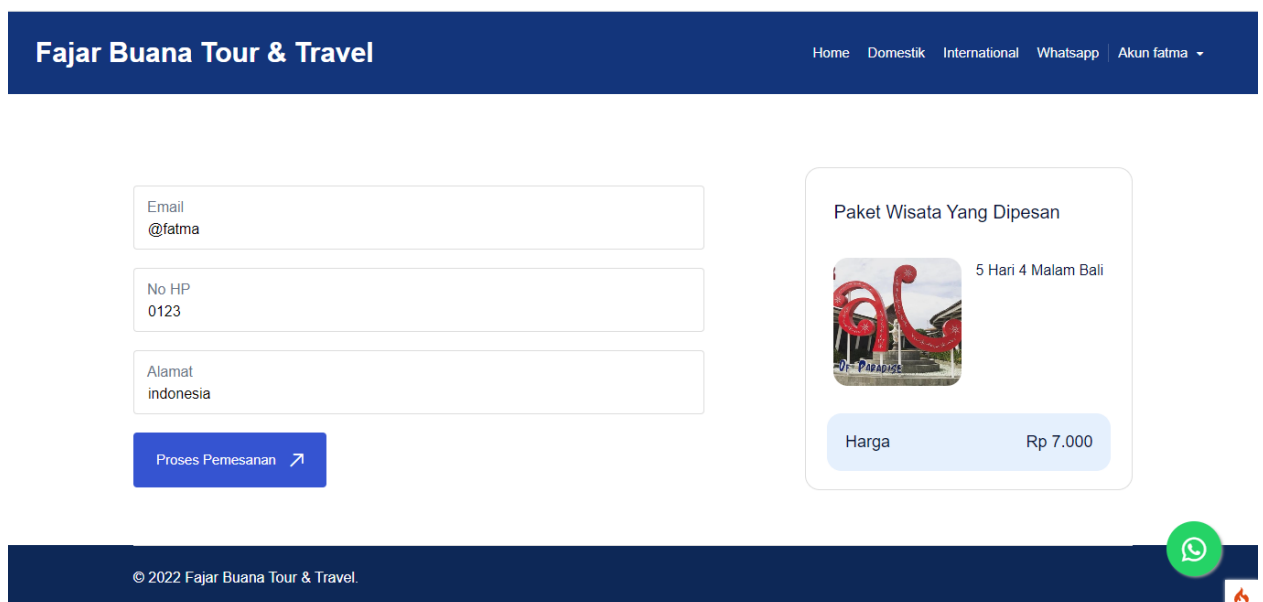
3. Pembuatan tampilan untuk user. Dalam tampilan user terdapat beberapa halaman web diantaranya halaman home, halaman paket internasional, halaman paket domestik, halaman login, halaman registrasi serta halaman dashboard user serta terdapat tombol whatsapp untuk langsung melukan konsultasi. Di dalam halam dashboard user terdapat menu pemesanan dan pembayaran. Pada menu pembayaran terdapat fitur untuk upload bukti transfer.



Gambar 30 Dashboard user

Sumber: Dokumentasi Pribadi

4. Fitur booking adalah fitur untuk user melakukan pemesanan. Sebelum pemesanan dilakukan sistem akan memeriksa apakah user sudah login atau belum jika belum maka akan di alihkan ke halaman login terlebih dahulu.



Gambar 31 Halaman booking

Sumber: Dokumentasi Pribadi

5. Pembuatan tampilan untuk karyawan. Di dalam tampilan karyawan terdapat beberapa halaman web diantaranya halaman dashboard, halaman data pembeli, halaman data karyawan, halaman data pemesanan, halaman data pembayaran, halaman data paket

wisata. Pada halaman atau menu pemesanan terdapat fitur setuju pesanan dan untuk pembatalan pesanan. Pada halaman atau menu pembayaran terdapat fitur untuk export data atau cetak laporan. Di dalam halaman atau menu data paket wisata terdapat fitur tambah, edit dan hapus data paket wisata.

No	Invoice	Pembeli	Tgl Pembayaran	Nama Paket	Nominal	Keterangan
1	jrKUEd5Z	cia	2022-12-20	5 Hari 4 Malam Bali	Rp 2.100	Pembayaran DP
2	jrKUEd5Z	cia	2022-12-20	5 Hari 4 Malam Bali	Rp 4.900	Pembayaran pelunasan
3	BMWAKEUo	cia	2022-12-15	Paket Wisata 1	Rp 10.000	Pembayaran DP
4	FaAWikoE	kevinmargatan	2022-12-15	Paket Wisata 1	Rp 5.000	Pembayaran DP
5	FaAWikoE	kevinmargatan	2022-12-15	Paket Wisata 1	Rp 10.000	Pembayaran pelunasan
6	02gmnE74	fatma	2022-12-15	5 Hari 4 Malam Bali	Rp 2.100	Pembayaran DP
7	BMWAKEUo	cia	2022-12-15	Paket Wisata 1	Rp 7.000	Pembayaran pelunasan

Gambar 32 Halaman data pembayaran karyawan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

3.5.2 Pengujian Terhadap Modul (Unit Testing)

Pengujian program aplikasi penjualan paket wisata ini dilakukan dengan 2 cara yaitu sebagai berikut:

- Pertama, dengan cara melakukan black box testing untuk mengetahui apakah aplikasi dapat berjalan dengan baik. Metode black box testing ini merupakan pengujian aplikasi yang fungsionalitasnya diuji tanpa pengetahuan tentang detail implementasi, struktur kode, dan jalur internal. Pengujian hanya meninjau input dan output aplikasi yang sepenuhnya berbasis spesifikasi dan persyaratan software. Hasil blackbox testing dapat dilihat pada **Tabel 23-24** pada **Lampiran 11**
- Kedua, yaitu dengan cara melakukan (UAT) User Acceptance Testing menyebarkan kuisioner yang diberikan pada user atau calon pengguna aplikasi.

BAB IV

IMPLEMENTASI DAN OPERASI

4.1 Kebutuhan perangkat sistem

Untuk menerapkan sistem yang dibuat, terdapat beberapa elemen yang harus disiapkan seperti perangkat keras, perangkat lunak dan personil.

4.1.1 Perangkat keras (hardware)

Perangkat keras (Hardware) yang dibutuhkan dalam mengimplementasikan sistem adalah sebagai berikut :

- a. Processor : Ryzen 5
- b. RAM : minimum 4 GB
- c. Hard disk : 2 GB
- d. System type : 64-bit

4.1.2 Perangkat lunak (software)

Perangkat lunak atau software yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan sistem adalah sebagai berikut :

- a. OS Microsoft windows 7 atau Microsoft windows 10
- b. Web browser
- c. Visual studio code
- d. Xampp

4.1.3 Personil

Berikut ini adalah beberapa personil yang dibutuhkan dalam penerapan aplikasi penjualan paket wisata ini, yaitu:

- a. Admin

Admin berperan sebagai staff untuk mengelolah website secara keseluruhan, menginput paket wisata, menceta laporan penjualan, mengatur pembayaran pada website.

- b. User

User atau pengguna berperan sebagai pengguna website yang dapat memperoleh segala informasi mengenai paket wisata mulai dari domestik hingga internasional, melakukan pemesanan paket wisata, hingga pembayaran mulai dari DP dan pelunasan.

4.2. Instalasi Aplikasi

Instalasi website dilakukan dengan metode jaringan internet, yaitu hosting website. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Membeli layanan hosting serta domain-nya.
- b. Melakukan login ke control panel website dan mengunggah file ke file manager.
- c. Membuat basis data MySQL dengan menjalankan query SQL di phpMyAdmin.
- d. Mengakses website melalui web browser dengan mengetikkan domain.

4.3 Prosedur Operasional

Berikut ini adalah prosedur operasional saat implementasi website, seperti prosedur cara penggunaan program aplikasi dan juga perawatan system.

4.3.1 Penggunaan Program

Pada subbab penggunaan program, akan dijelaskan mengenai cara penggunaan program website PT Fajar Buana dibuat untuk memberikan para pengguna panduan dan penjelasan lebih detail saat dan setelah pelatihan dilaksanakan. Buku manual dapat dilihat pada **Lampiran 12**.

4.3.2 Prosedur Perawatan Sistem

Prosedur perawatan system yang dilakukan untuk merawat aplikasi website ini adalah dengan cara melakukan pengecekan rutin sekitar tiga sampai empat bulan sekali, Tindakan ini dilakukan untuk mencegah adanya gangguan atau bug pada system dan juga untuk memastikan bahwa system terus berjalan dengan lancar.

4.4 Pelatihan User

Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 12 Desember kepada beberapa calon pengguna dan 1 admin, yaitu bapak Kevin selaku admin dan beberapa calon pengguna. Pelatihan ini dilakukan dengan menjelaskan terlebih dahulu setiap fitur yang ada pada website Fajar Buana Tour dan memberikan pdf berupa user manual untuk lebih detailnya.

4.5 Pengujian Oleh User (User Acceptance Test)

Pengujian oleh user atau yang biasa disebut dengan User Acceptance Test (UAT), dilaksanakan setelah dilakukannya pelatihan user pada calon pengguna. System yang diuji

memiliki 2 sisi yaitu satu dari sisi sebagai admin perusahaan yang akan mencoba seluruh fitur pada web admin dan satu lagi dari sisi calon pengguna yang akan mencoba keseluruhan fitur dan flow yang ada pada web. Tabel hasil pengujian ini terdapat pada **Lampiran 13**.

Menggunakan 7C Framework sebagai kerangka kerja panduan yang terdiri dari 7 elemen, menghasilkan beberapa pertanyaan pada kuisisioner yang akan menjadi tolak ukur keberhasilan dan kelayakan web Fajar Buana Tour sebagai web penjualan / pemasaran paket wisata.

4.6 Evaluasi dan Analisis Hasil Pengujian

Berikut ini adalah evaluasi dan analisis dari hasil pengujian / user acceptance test (UAT) dan kuisisioner yang telah diisi oleh 20 calon pengguna dengan range umur 20 sampai dengan 30 tahun pada system aplikasi penjualan paket wisata berbasis web pada PT Fajar Buana Tour. Evaluasi dan Analisis dilakukan dengan mengimplementasikan 7C Framework.

The 7C's framework ini mempunyai 7 model yaitu:

a. *Context*

Pada bagian context ini, menjabarkan cara penyampaian sebuah website dan estetika serta fungsional dari web.

Hasil:

1. Estetika: 20 dari 20 responden (100%) menjawab sangat baik, menyatakan bahwa tampilan dari web Fajar Buana Tour ini sederhana, menarik, dan mudah di pahami oleh setiap pengguna, sehingga banyak orang yang berminat menggunakan website ini.
2. Fungsional: 20 dari 20 responden (100%) menjawab sangat baik, menyatakan bahwa web Fajar Buana Tour sebagai media informasi paket wisata. Terdapat pada pembagian paket wisata secara domestic dan internasional.

b. *Content*

Isi dari website merupakan gabungan antara teks dan gambar yang sudah mewakili apa yang ingin diinformasikan kepada pelanggan.

Hasil:

20 dari 20 responden (100%) menjawab sangat baik, menyatakan bahwa web Fajar Buana Tour menyediakan konten atau informasi yang menarik dan jelas pada pengguna. Terdapat pada bagian banner yang berisikan info promo terbaru dan juga

info paket wisata yang dijual.

c. *Community*

Website ini dikategorikan dalam nonexistent, dimana tidak ada komunitas yang menawarkan kepada pelanggan untuk berinteraksi satu dengan lainnya. Hal ini dilakukan karena pertimbangan awal dan hasil diskusi oleh user, dimana bagi yang mengakses website ini hanya untuk mencari informasi dan melakukan pembelian atas produk yang dijual.

Hasil:

20 dari 20 responden (100%) menjawab sangat baik, menyatakan web Fajar Buana Tour menampilkan Galeri pembeli yang berguna sebagai sarana alternatif komunitas membuat para calon pengguna ingin menggunakan website ini.

d. *Cuztomization*

Berarti website menyediakan penyesuaian yang khusus bagi pelanggannya.

Hasil:

20 dari 20 responden (100%) menjawab sangat baik, menyatakan bahwa web Fajar Buana Tour menampilkan kostumisasi pada tampilan yang dapat dilihat sebelum pelanggan login dan sesudah. Dimana setelah pelanggan melakukan registrasi akun, pelanggan dapat melakukan pembelian dan pembayaran. Lalu juga ada, fitur untuk membatalkan pesanan yang sudah di booking berguna untuk pelanggan menyesuaikan pesanan paket wisatanya.

e. *Communication*

komunikasi antara website dengan penggunanya.

Hasil:

20 dari 20 responden (100%) menjawab sangat membantu, fitur saran sebagai sarana komunikasi yang disediakan membantu menyuarakan pendapat dan nasihat untuk perusahaan kedepannya yang lebih baik.

f. *Connection*

Mengacu pada tingkatan dimana website dapat terhubung dengan website lain.

Hasil:

20 dari 20 responden (100%) menjawab sangat membantu, menyatakan bahwa web Fajar Buana Tour menyediakan fitur chat Whatsapp pada navbar bagian atas, dimana saat pelanggan klik menu tersebut akan diarahkan pada whatsapp web berisi nomor perusahaan.

g. *Commerce*

Website mampu melakukan transaksi jual-beli produk.

Hasil:

Commerce atau perdagangan yang terdapat pada website hanya dapat dilakukan oleh pelanggan yang sudah teregistrasi pada website. Pelanggan yang belum mendaftar tidak dapat melakukan perdagangan atau transaksi, tetapi hanya dapat mencari informasi produk yang dijual dan informasi perusahaan, sehingga transaksi pada PT Fajar Buana Tour tidak terlalu rumit.

20 dari 20 responden (100%) menjawab sangat mudah dipahami, menyatakan bahwa web Fajar Buana Tour dengan proses jual-belinya yang jelas, dan mudah dimengerti.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahapan-tahapan pengujian yang telah dilakukan berikut ini beberapa kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembuatan aplikasi penjualan paket wisata berbasis web pada PT Fajar Buana Tour:

- a. Visualisasi dalam proses pemesanan, pembelian, dan pembayaran berdasarkan pengujian oleh user sudah sesuai.
- b. Visualisasi dalam proses memasukkan, mengelola paket wisata berdasarkan pengujian oleh admin sudah sesuai.
- c. Prototipe dashboard admin dan web yang telah dibuat sudah berjalan dengan baik dan sudah memberikan informasi yang di butuhkan oleh user dan admin.

5.2 Saran

Beberapa saran berikut ini mungkin dapat meningkatkan kualitas aplikasi penjualan paket wisata berbasis web pada PT Fajar Buana Tour yang telah di buat ini menjadi lebih baik lagi:

- a. Mengimplementasikan metode pembayaran dengan membuat payment gateway agar pengguna dapat melakukan transaksi pembayaran secara langsung dalam website lebih mudah dan aman.
- b. Menambah fitur komentar agar dapat memenuhi kriteria 7C Framework bagian Community lebih baik. Dimana pengguna dapat saling berinteraksi secara langsung pada suatu forum bersamaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fenando. (2020). Implementasi E-Commerce Berbasis Web pada Toko Denia Donuts. *JUSIFO : Jurnal Sistem Informasi*, 66-77.
- Ichwani, A., Anwar, N., Karsono, K., & Alrifqi, M. (2021). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Websitedengan PendekatanMetode Prototype. *Prosiding Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi(SISFOTEK)* , 1-6.
- Jaya, T. S., & Widyawati, D. K. (2019). Prosiding Seminar Nasional Pengembangan Teknologi Pertanian. *Pengembangan E-Market Place Pertanian Dengan MetodePrototype*, 27-34.
- Pradipta, A. A., Prasetyo, Y. A., & Ambarsari, N. (2015). Pengembangan Web E- Commerce Bojana Sari Menggunakan Metode Prototype. *e- Proceeding ofEngineering*, 1042-1056.
- Syahputra, A. K., & Kurniawan, E. (2018). Seminar Nasional Royal (SENAR). *PERANCANGAN APLIKASI PEMESANAN DAN PEMBAYARAN BERBASIS*, 105-110.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Use Case Description

Tabel 2 Use Case Scenario UC01 : Login

Use Case Name	Login
ID Use Case	UC01
Actor	Pembeli
Stakeholders and interests	Pembeli membuka aplikasi dan melihat menu utama
Brief Description	Dalam use case ini pembeli dapat menggunakan aplikasi dan menggunakan menu utama
Success End Condition	Pembeli berhasil melakukan login kedalam aplikasi dan dapat melihat serta menggunakan menu utama
Main Scenario	
	<ol style="list-style-type: none">1. Pembeli membuka aplikasi2. Pembeli melakukan login menggunakan data pengguna
Alternate Flow / Extention	-

Tabel 3 Use Case Scenario UC02 : Registrasi

Use Case Name	Registrasi
ID Use Case	UC02
Actor	Pembeli
Stakeholders and interests	Pembeli membuka aplikasi dan belum memiliki data pengguna
Brief Description	Dalam use case ini pembeli mendaftarkan data pengguna untuk menggunakan aplikasi
Success End Condition	Pembeli berhasil mendaftar data pengguna dan masuk ke dalam aplikasi
Main Scenario	
	<ol style="list-style-type: none">1. Pembeli membuka aplikasi2. Pembeli melakukan registrasi data pengguna

3. Pembeli melakukan login menggunakan data pengguna	
Alternate Flow / Extention	-

Tabel 4 Use Case Scenario UC03 : Melihat informasi

Use Case Name	Melihat informasi
ID Use Case	UC03
Actor	Pembeli
Stakeholders and interests	Pembeli membuka aplikasi dan melihat menu utama
Brief Description	Dalam use case ini pembeli dapat melihat informasi yang ditampilkan mengenai paket wisata
Success End Condition	Pembeli berhasil melihat informasi mengenai paket wisata yang dicari
Main Scenario	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembeli membuka aplikasi 2. Pembeli melakukan login menggunakan data pengguna 3. Pembeli dapat melihat informasi paket wisata 	
Alternate Flow / Extention	-

Tabel 5 Use Case Scenario UC04 : Membeli paket wisata

Use Case Name	Membeli paket wisata
ID Use Case	UC04
Actor	Pembeli
Stakeholders and interests	Pembeli membuka aplikasi, melihat, mencari, dan membeli paket wisata
Brief Description	Dalam use case ini user menggunakan aplikasi untuk membeli paket wisata
Success End Condition	Pembeli berhasil melakukan pembelian sesuai dengan paket wisata yang dipilih

Main Scenario	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembeli membuka aplikasi 2. Pembeli melakukan login menggunakan data pengguna 3. Pembeli melihat dan mencari paket wisata 4. Pembeli dapat menggunakan halaman pemesanan paket wisata 	
Alternate Flow / Extention	-

Tabel 6 Use Case Scenario UC05 : Pembayaran

Use Case Name	Pembayaran
ID Use Case	UC05
Actor	Pembeli
Stakeholders and interests	Pembeli melakukan pembayaran pesanan
Brief Description	Dalam use case ini pembeli diharapkan dapat melakukan pembayaran paket wisata yang sudah dipesan sesuai dengan metode yang dipilih
Success End Condition	Pembeli berhasil melakukan pembayaran pesanan paket wisatanya
Main Scenario	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembeli membuka aplikasi 2. Pembeli melakukan login menggunakan data pengguna 3. Pembeli melakukan pembayaran paket wisata pada halaman pembayaran 	
Alternate Flow / Extention	-

Tabel 7 Use Case Scenario UC06 : Login karyawan

Use Case Name	Login karyawan
ID Use Case	UC06
Actor	Karyawan
Stakeholders and	Karyawan membuka admin dashboard dan melakukan login

interests	
Brief Description	Dalam use case ini bertujuan untuk karyawan dapat melakukan login dan mengatur data
Success End Condition	Karyawan berhasil masuk ke dalam aplikasi
Main Scenario	
1. Karyawan membuka aplikasi 2. Karyawan melakukan login dan menggunakan data admin	
Alternate Flow / Extention	-

Tabel 8 Use Case Scenario UC07 : Menginput paket wisata

Use Case Name	Menginput paket wisata
ID Use Case	UC07
Actor	Admin
Stakeholders and interests	Admin membuka admin dashborad dan menginput paket wisata
Brief Description	Dalam use case ini admin dapat membuka admin dashboard, dan menginput paket wisata
Success End Condition	Admin berhasil masuk dan menginput paket wisata
Main Scenario	
1. Admin membuka aplikasi 2. Admin melakukan login dan menggunakan data admin 3. Admin melakukan input paket wisata	
Alternate Flow / Extention	-

Tabel 9 Use Case Scenario UC08 : Melihat daftar pesanan

Use Case Name	Melihat daftar pesanan
ID Use Case	UC08

Actor	Karyawan
Stakeholders and interests	Karyawan membuka admin dashborad dan melihat data daftar pesanan
Brief Description	Dalam use case ini karyawan dapat melihat daftar pesanan
Success End Condition	Karyawan berhasil melihat daftar pesanan
Main Scenario	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan membuka aplikasi 2. Karyawan melakukan login dan menggunakan data admin 3. Karyawan melihat daftar pesanan 	
Alternate Flow / Extention	-

Tabel 10 Use Case Scenario UC09 : Mengupdate data pemesan

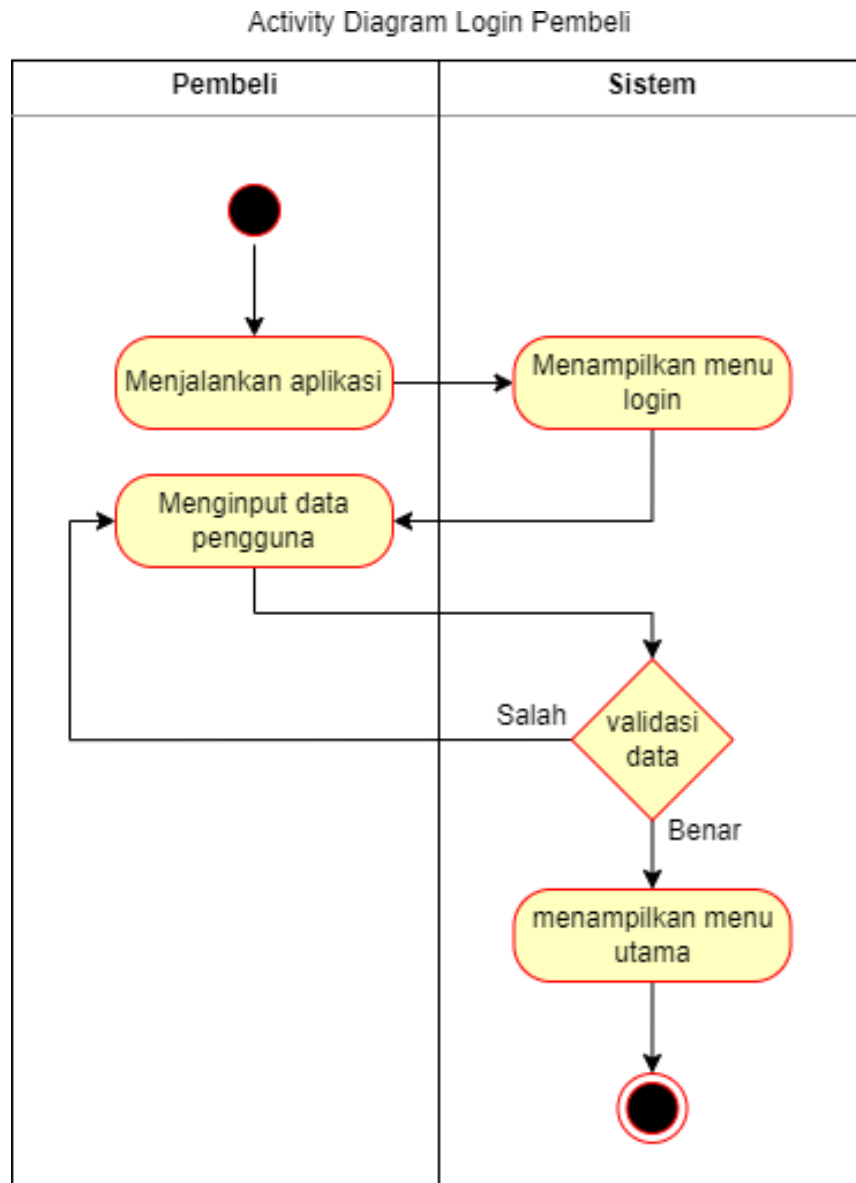
Use Case Name	Mengupdate data pemesan
ID Use Case	UC09
Actor	Karyawan
Stakeholders and interests	Karyawan membuka admin dashborad dan mengelola data pemesanan pembeli yang sudah membayar dan merubahnya menjadi pembayaran lunas
Brief Description	Dalam use case ini karyawan dapat mengelola data pesanan
Success End Condition	Karyawan berhasil mengelola dan mengupdate data pemesan hingga status pesanan berhasil
Main Scenario	
<ol style="list-style-type: none"> 4. Karyawan membuka aplikasi 5. Karyawan melakukan login dan menggunakan data admin 6. Karyawan mengelola dan update data pemesan 	
Alternate Flow / Extention	-

Tabel 11 Use Case Scenario UC10 : Mengelola data pembayaran

Use Case Name	Mengelola data pembayaran
ID Use Case	UC10
Actor	Karyawan
Stakeholders and interests	Karyawan membuka admin dashborad dan mengelola data pembayaran
Brief Description	Dalam use case ini karyawan dapat mengelola data pembayaran
Success End Condition	Karyawan berhasil mengelola data pembayaran berdasarkan waktu pembelian, laporan dapat dicetak dan diekspor ke Ms. Excel
Main Scenario	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan membuka aplikasi 2. Karyawan melakukan login dan menggunakan data admin 3. Karyawan mengelola data pembayaran 4. Karyawan mengekspor data ke Ms. Excel 	
Alternate Flow / Extention	-

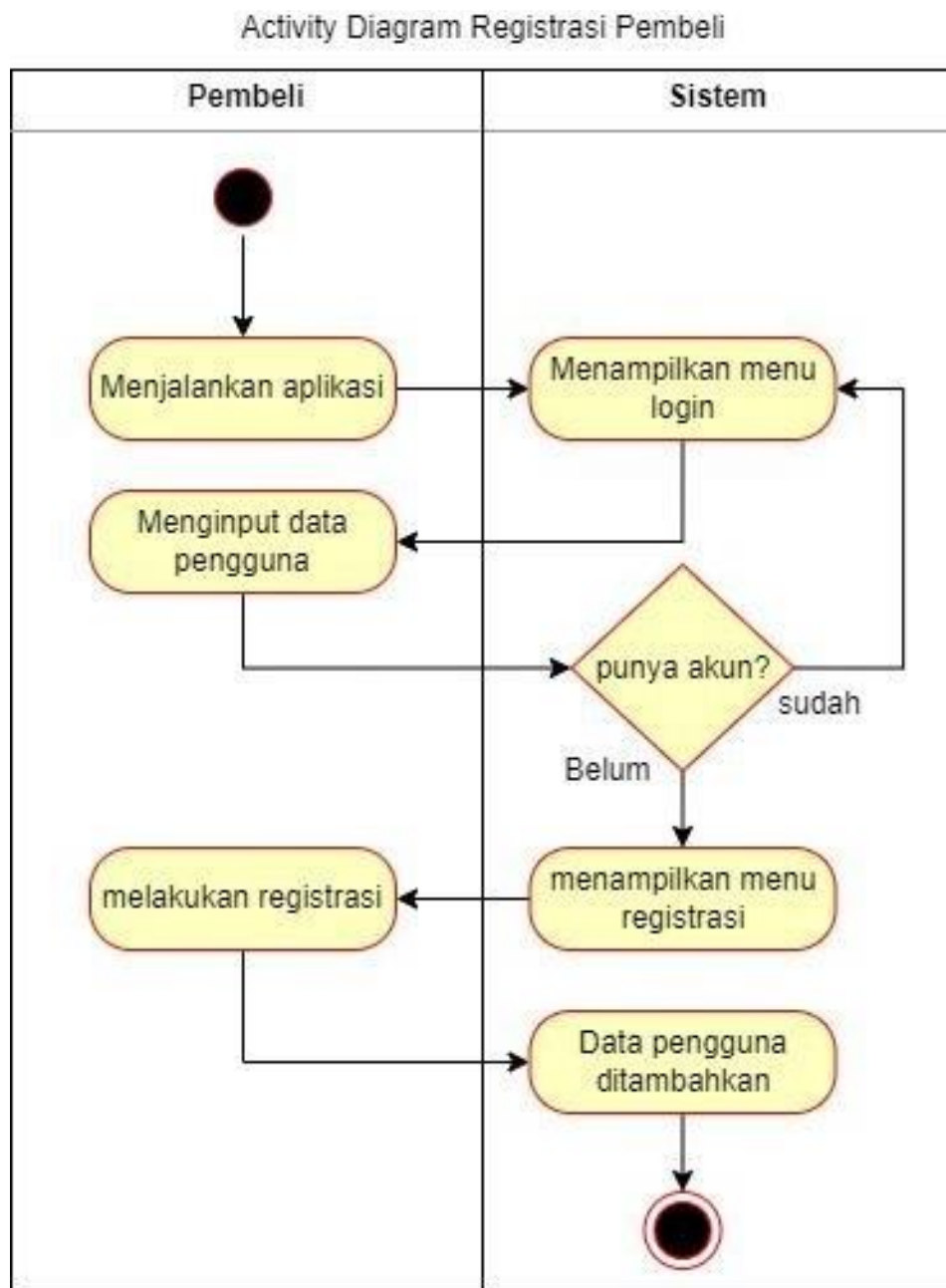
Lampiran 2

Activity Diagram



Gambar 9 Activity Diagram Pembeli Login

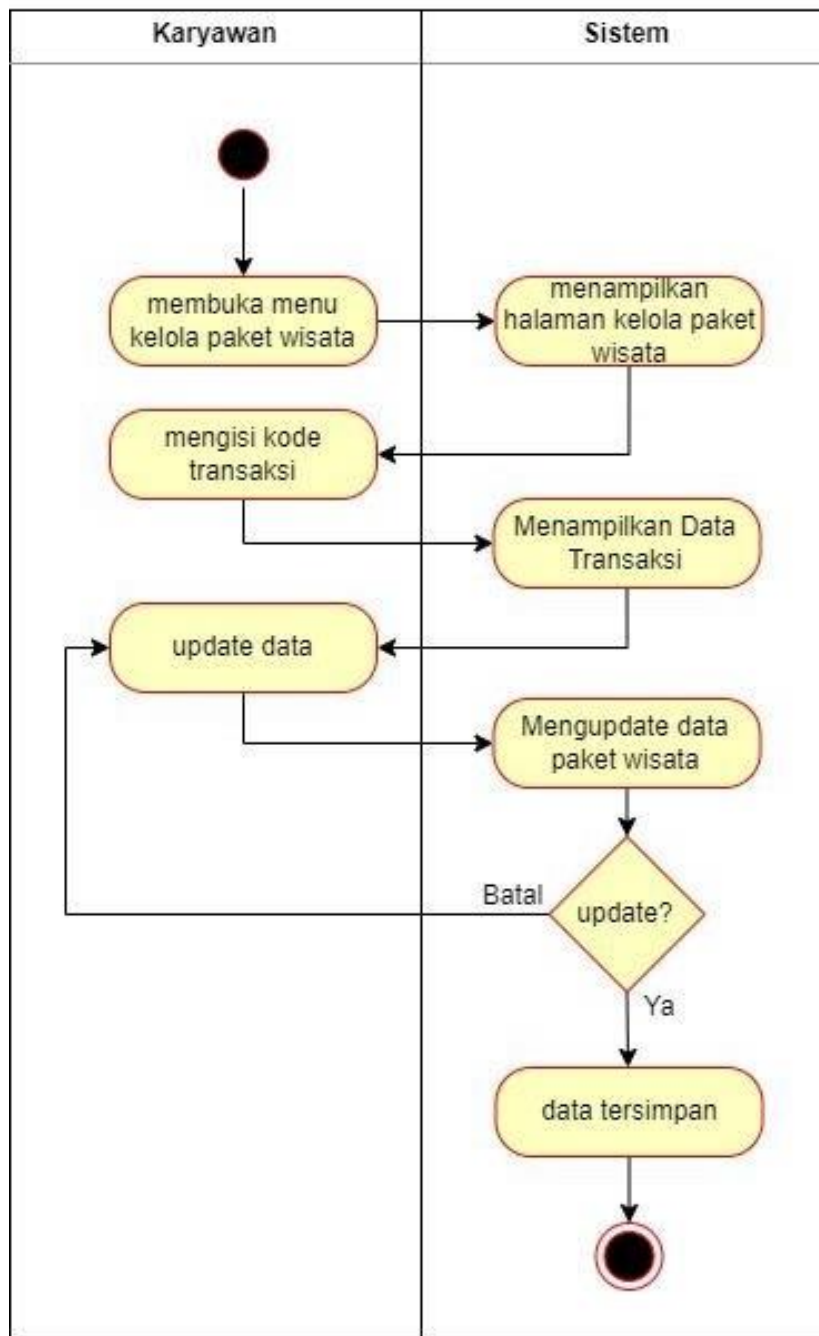
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 10 *Activity Diagram* Registrasi

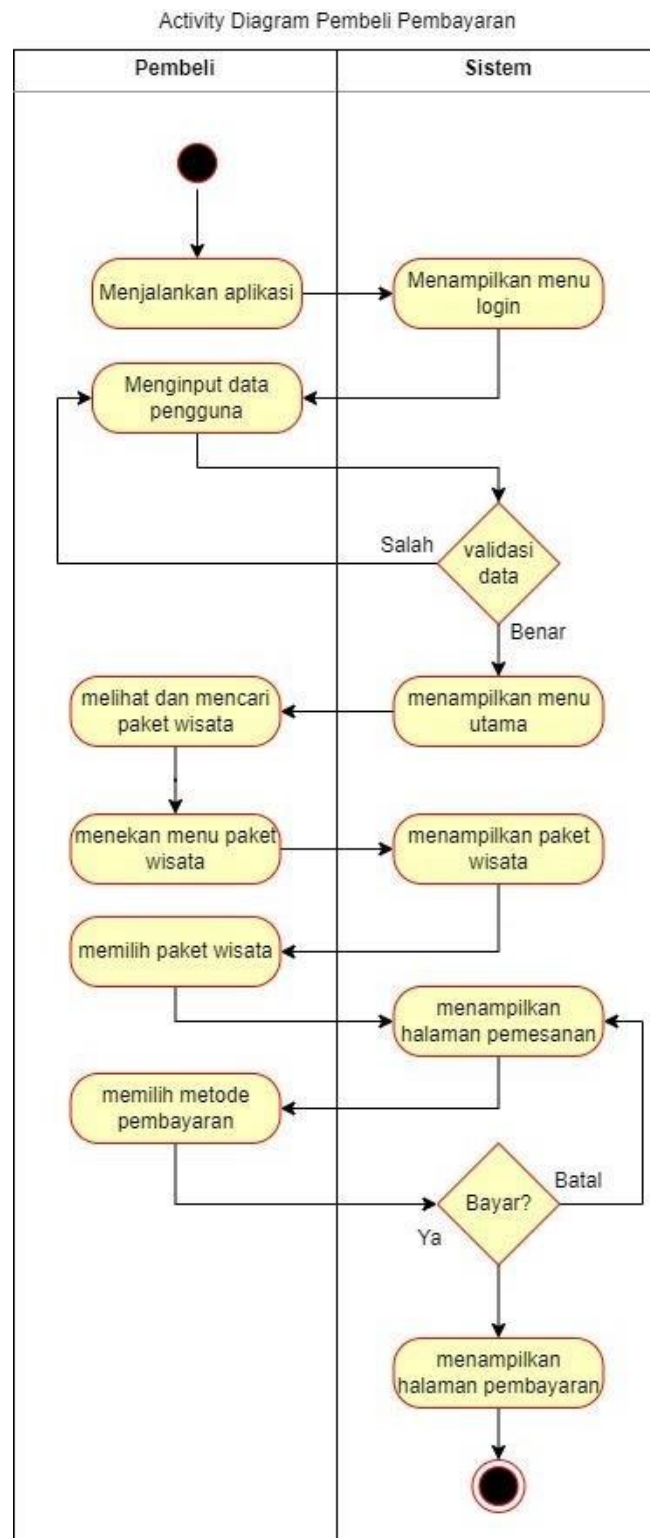
Sumber: Dokumentasi pribadi

Activity Diagram Karyawan Update Pesanan



Gambar 11 Activity Diagram Update Pesanan

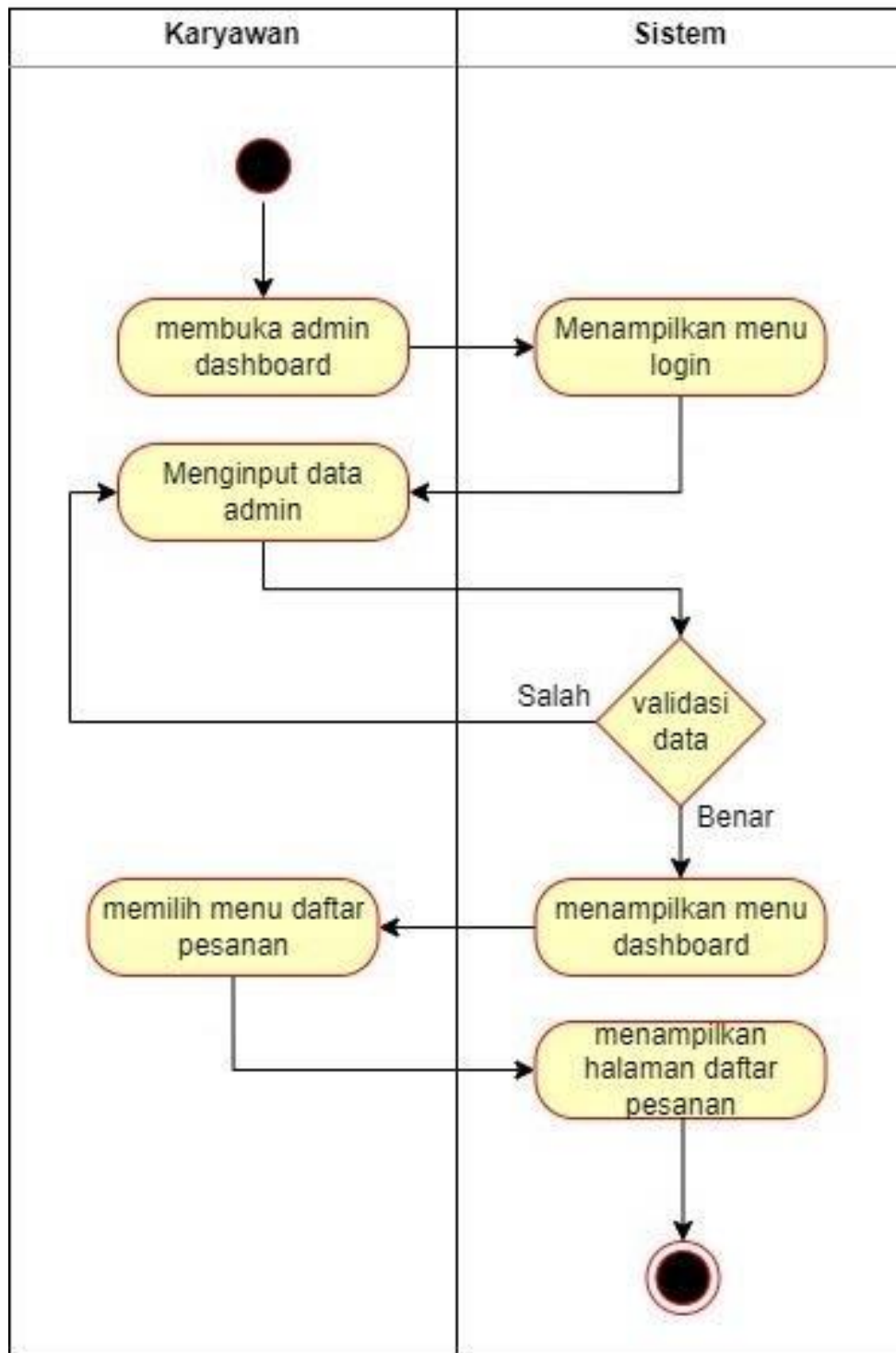
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 12 Activity Diagram Transaksi

Sumber: Dokumentasi pribadi

Activity Diagram Karyawan Melihat Daftar Pesanan



Gambar 13 Activity Diagram Melihat Daftar Pesanan

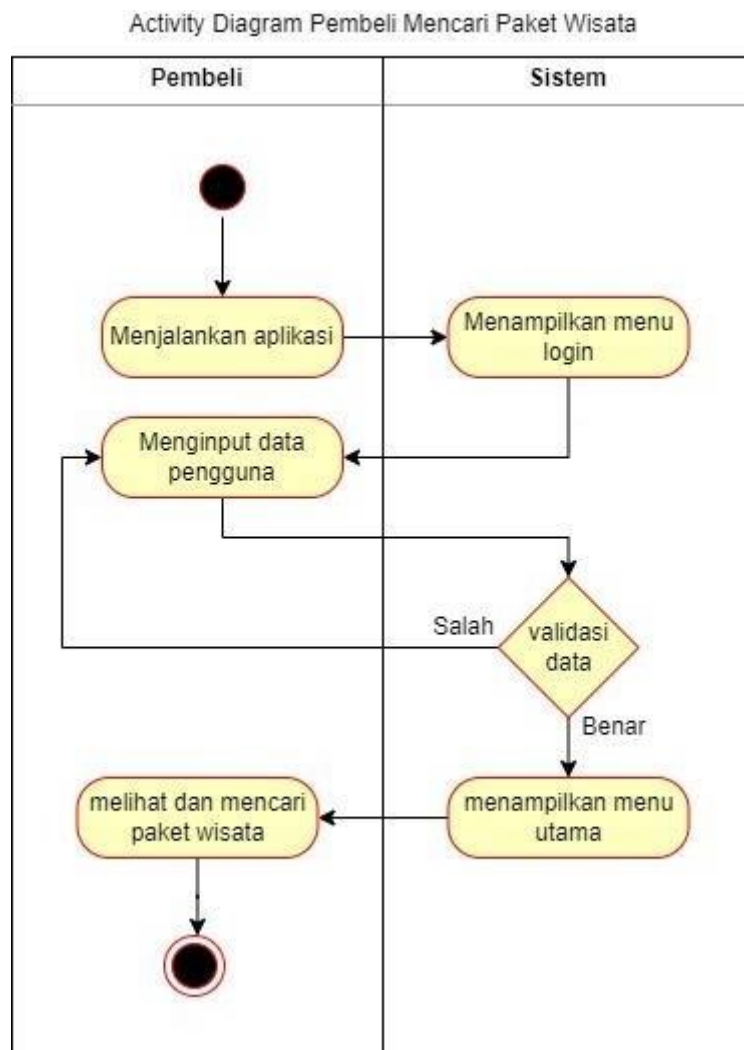
Sumber: Dokumentasi pribadi


```

graph TD
    subgraph Karyawan
        K1(( )) --> K2[membuka admin dashboard]
        K2 --> K3[Menginput data admin]
        K3 --> K4[memilih menu Input paket wisata]
        K4 --> K5[menginput paket wisata]
        K5 --> K6[ ]
    end
    subgraph Sistem
        S1[Menampilkan menu login] --> S2[validasi data]
        S2 -- Salah --> K3
        S2 -- Benar --> S3[menampilkan menu dashboard]
        S3 --> S4[menampilkan halaman input paket wisata]
        S4 --> S5[Simpan data]
        S5 --> S6{Simpan?}
        S6 -- Batal --> K5
        S6 -- Ya --> S7[data disimpan]
        S7 --> S8((( )))
    end
    K2 --> S1
    K3 --> S2
    K5 --> S5

```

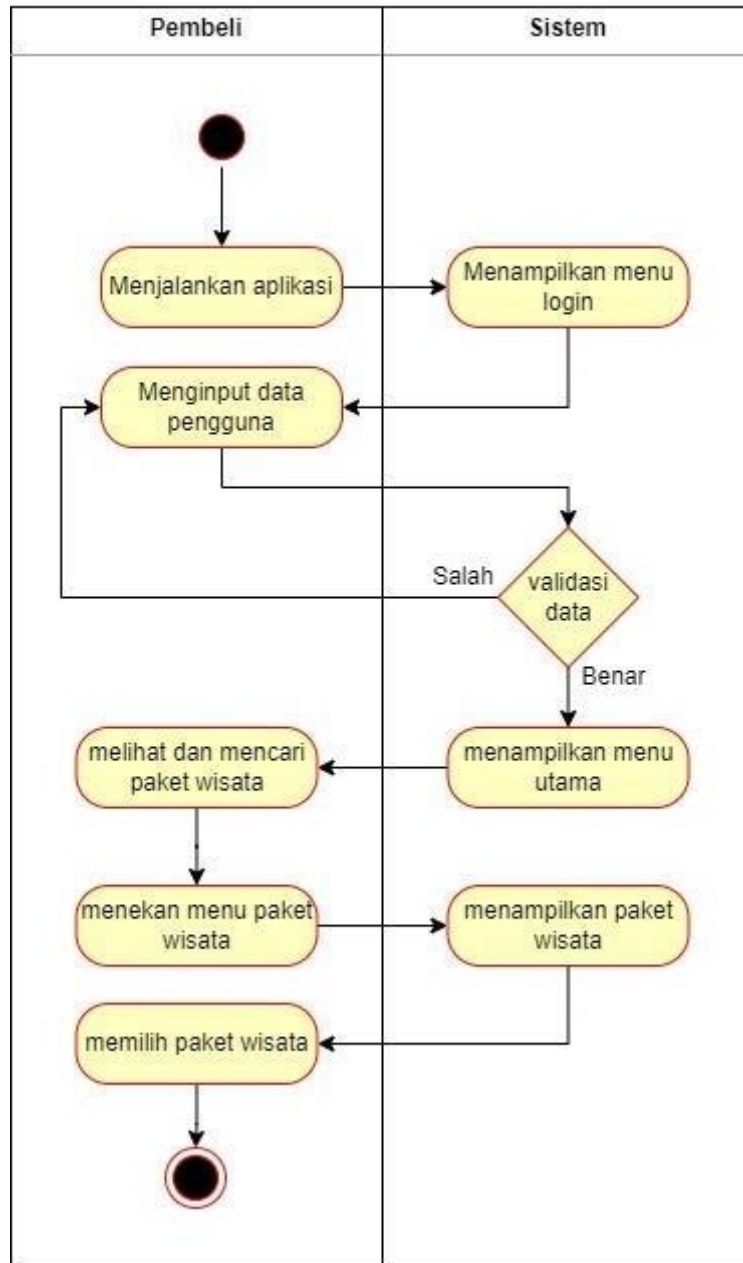
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 15 Activity Diagram Pembeli Mencari Paket Wisata

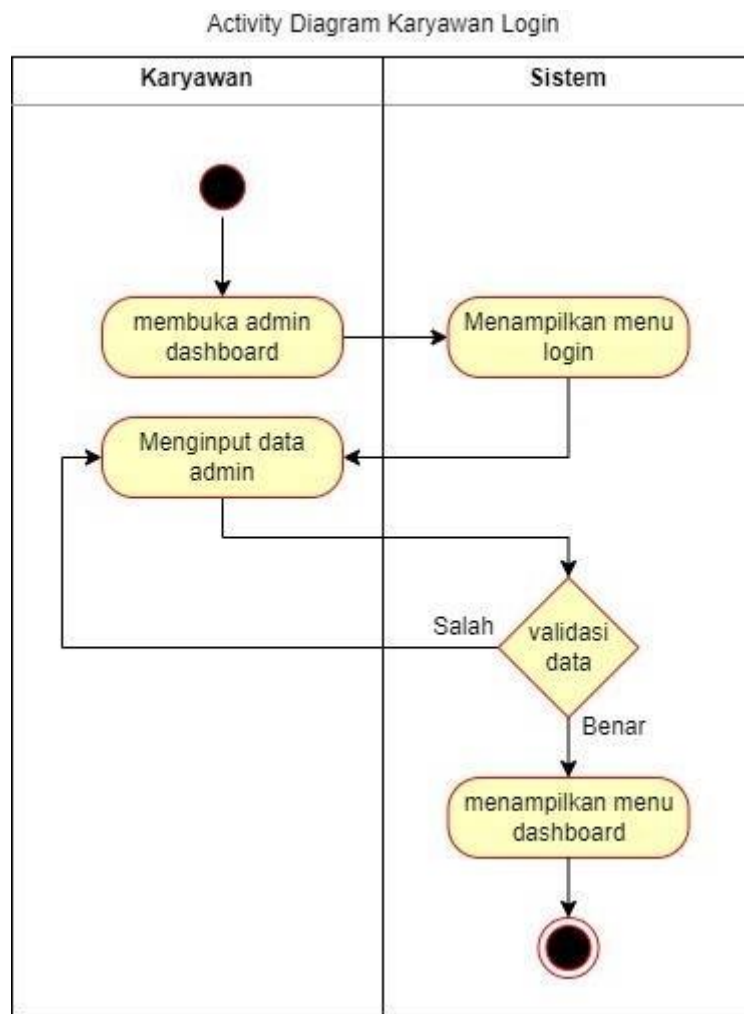
Sumber: Dokumentasi pribadi

Activity Diagram Pembeli Memilih Paket Wisata



Gambar 16 Activity Diagram Pembeli Memilih Paket Wisata

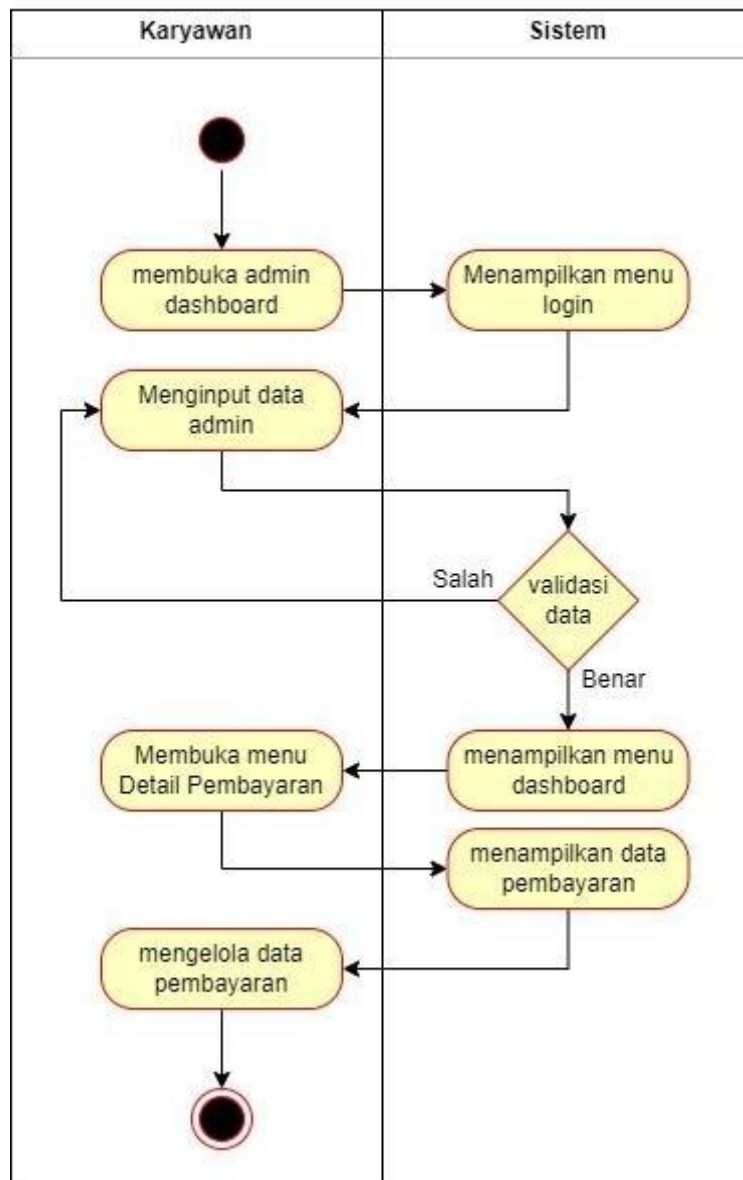
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 17 *Activity Diagram Karyawan Login*

Sumber: Dokumentasi pribadi

Activity Diagram Karyawan Mengelola Data Pembayaran

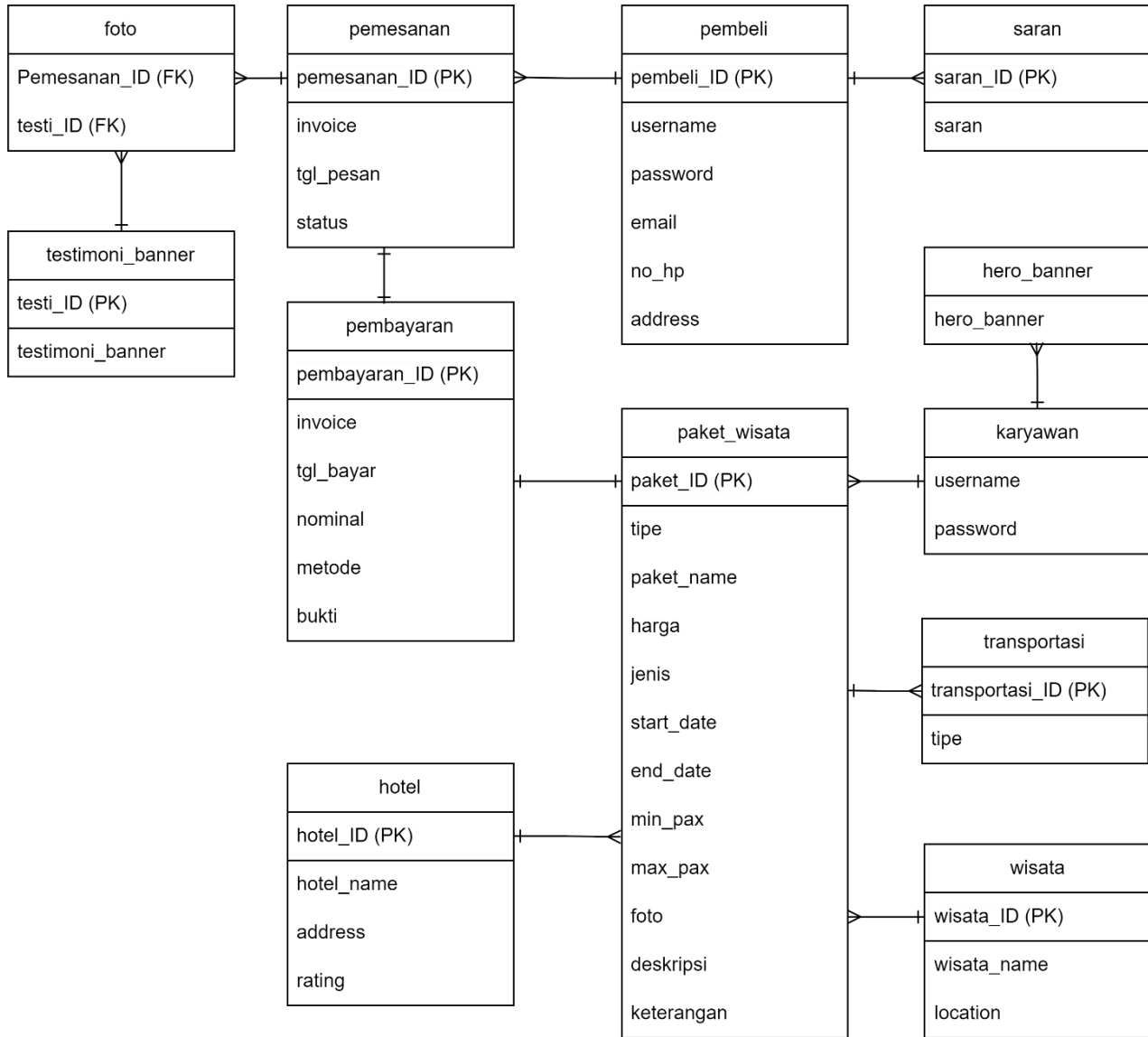


Gambar 18 *Activity Diagram* Karyawan Mengelola Data Pembayaran

Sumber: Dokumentasi pribadi

Lampiran 3

Logical Database Design

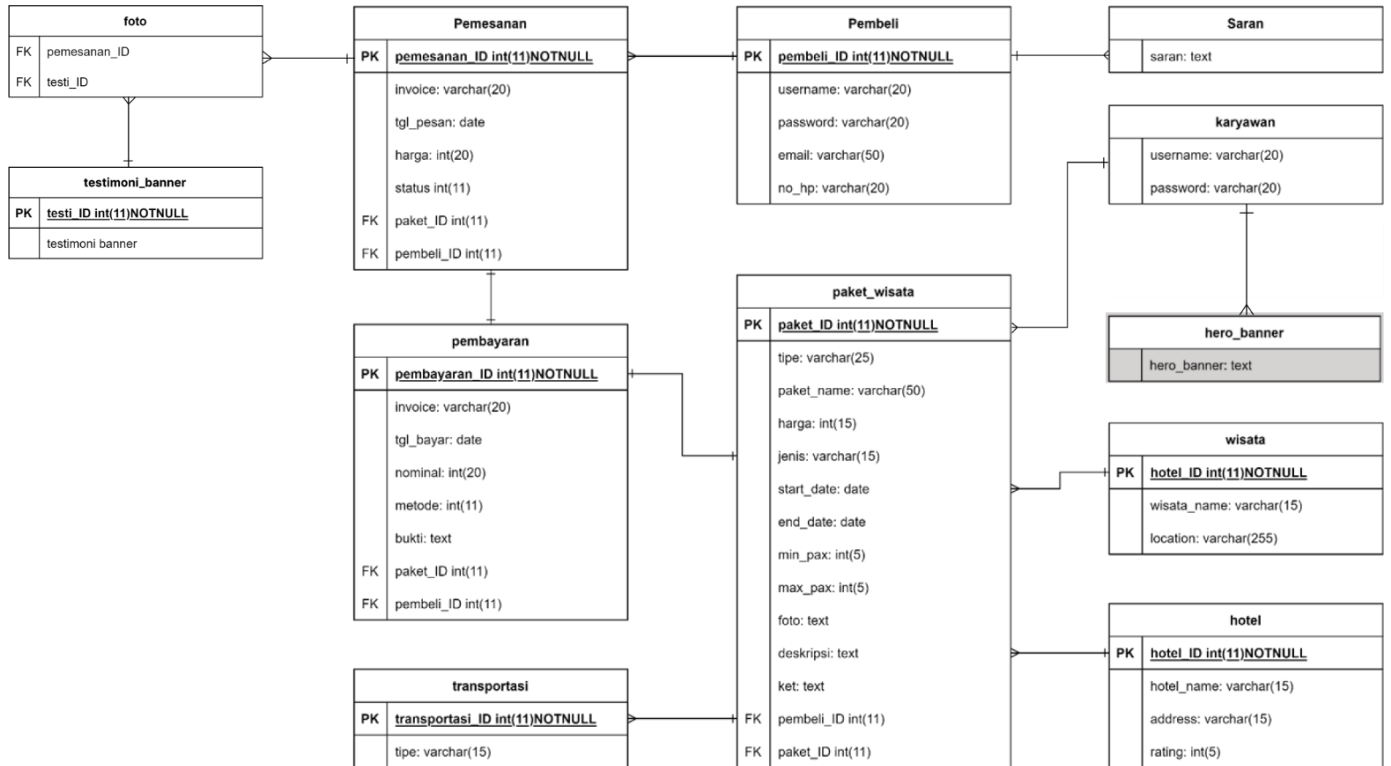


Gambar 19 Logical Database Design

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Lampiran 4

Physical Database Design



Gambar 20 *Physical Database Design*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Lampiran 5

Logbook Transkrip Wawancara Kebutuhan User

TRANSKRIP WAWANCARA

Penanya (P) : Natalicia

User (U) : Kevin

Wawancara dilaksanakan melalui aplikasi Google Meet pada Jumat, 2 September 2022.

P: Selamat pagi pak

K: Iya pagi.

P: Sebelumnya, saya ijin untuk merekam percakapan ini ya pak.

K: Oh iya silahkan, boleh.

P: Oke, terimakasih pak. Sekarang akan saya mulai. Pertama, apakah bapak mempunyai gambaran seperti apa website yang bapak inginkan untuk PT Fajar Buana ini?

K: Website yang saya inginkan yah, mungkin untuk gambaran secara luas saya punya beberapa referensi sih.

P: Boleh disebutkan pak referensi bapak? Mungkin bisa dijelaskan dari segi visual yang bapak inginkan

K: Kurang lebih dari segi visual seperti vibes Tokopedia memberikan tampilan yang clean dan enak untuk dilihat gitu.

P: Baik pak, kalau saya confirm ulang berarti secara visual itu bapak maunya yang clean dan simple ya. Lalu, dari segi isi kontennya bagaimana pak?

K: Iya betul itu. Kalau dari segi konten yah, hm... saya tidak ada referensi untuk kontennya sih. Tapi kurang lebih untuk kontennya saya sudah kebayang.

P: Begitu ya pak. Boleh coba diceritakan sambil saya mencatatnya?

K: Boleh. Jadi saya memiliki dua jenis paket wisata sih, mereka dikelompokkan secara internasional dan juga domestik. Dan untuk isinya itu kurang lebih hampir sama.

P: Apakah bapak ada contoh file dari kedua brosur yang bapak maksud dari PT Fajar Buana ini?

K: Ada, nanti saya kirimkan lewat e-mail kamu ya

P: Boleh, pak. Ini saya taruh di kolom chat ya pak.
'ini e-mail saya ya pak nataliciamargatan@gmail.com'
(mengirim username email penanya melalui chat google meet)

K: Oke, sudah sent ya nat brosurnya

P: Baik pak, nanti saya akan cek untuk listing isi dari paket wisata yang bapak

jualkan.

K: Oke, lalu apalagi?

P: Lalu untuk rangka websitenya pak. Halaman yang akan dibuat, seperti halaman homenya, halaman paket wisata, dan lain-lain.

K: Hmm, saya kurang paham mengenai hal itu sih. Kalau dari kamu gimana nat? ada saran gak yah?

P: Saya sudah mempersiapkan listnya sih pak, untuk hal yang akan dibuat.

K: Nah bagus tuh, gimana gimana?

P: Jadi saya sudah siapkan kurang lebih 4 interface utama sih pak yang akan dibuat. Mulai dari homepage yaitu halaman saat pertama kali user membuka web Fajar Buana. Kedua, ada halaman product card page atau yang biasa disingkat PCP itu adalah halaman saat bapak menekan suatu kategori, maka akan muncul halaman itu pak dengan jumlah yang banyak. Ketiga, ada halaman product detail page atau yang biasa disingkat PDP adalah halaman yang berisi saat pembeli mengklik paket wisata bapak, seperti detail dari brosur paket wisata bapak, lalu juga akan dilanjutkan dengan halaman pembayaran pak. Ketiga, adalah tampilan untuk admin pak, gunanya untuk karyawan bapak melakukan seluruh proses kantor di dalam sana. Begitu pak.

K: Wah sudah kamu siapin ya haha, bagus bagus. Boleh seperti itu nat, saya percayakan ke kamu, karena kamu expert di bidangnya.

P: Haha baikpak, terimakasih. Nanti akan saya buatkan rangka web kasarnya kurang lebih akan seperti apa web yang bapak inginkan, nanti saya akan set meeting lagi ya pak untuk ngebahasnya, sekalian konfirmasi kebutuhan bapak sudah terpenuhi dan sesuai dengan perusahaan bapak atau belum.

K: Siapp, nanti kamu wa saya aja ya. Tolong kabarin dari 3 hari sebelumnya.

P: Noted pak, makasih bapak atas waktunya, selamat pagi

K: Okee, thankyou juga nat, pagi

Transkrip wawancara diatas adalah benar adanya sesuai dengan orisinalitas yang dilakukan tanpa ada yang diubah oleh penanya.

Jakarta, 03 September 2022

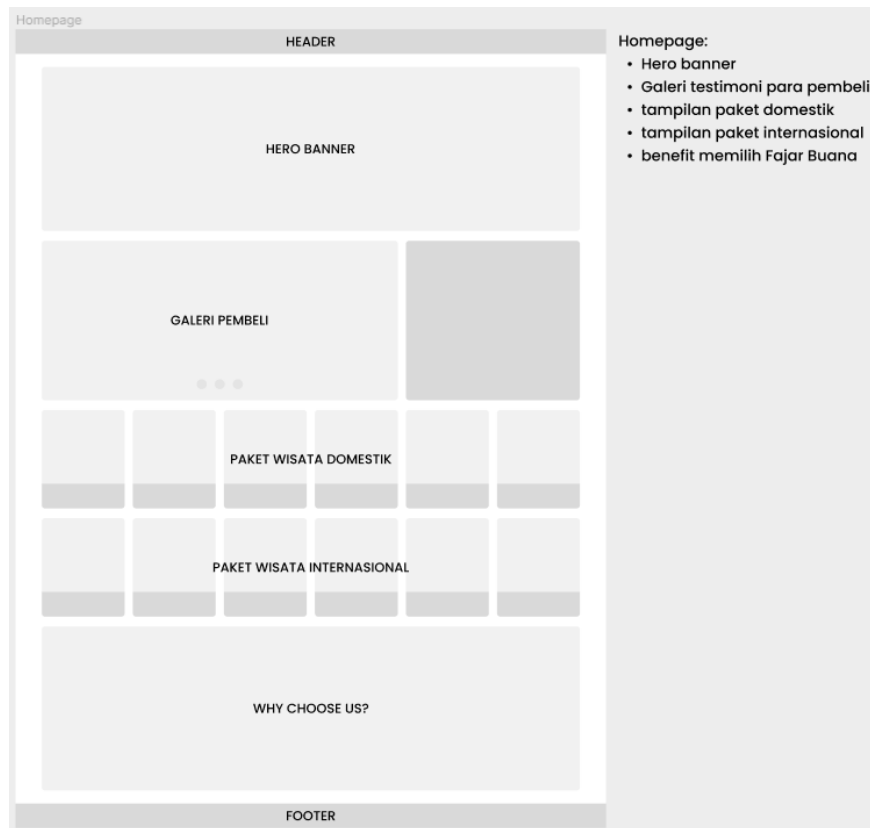


Kevin

General Manager

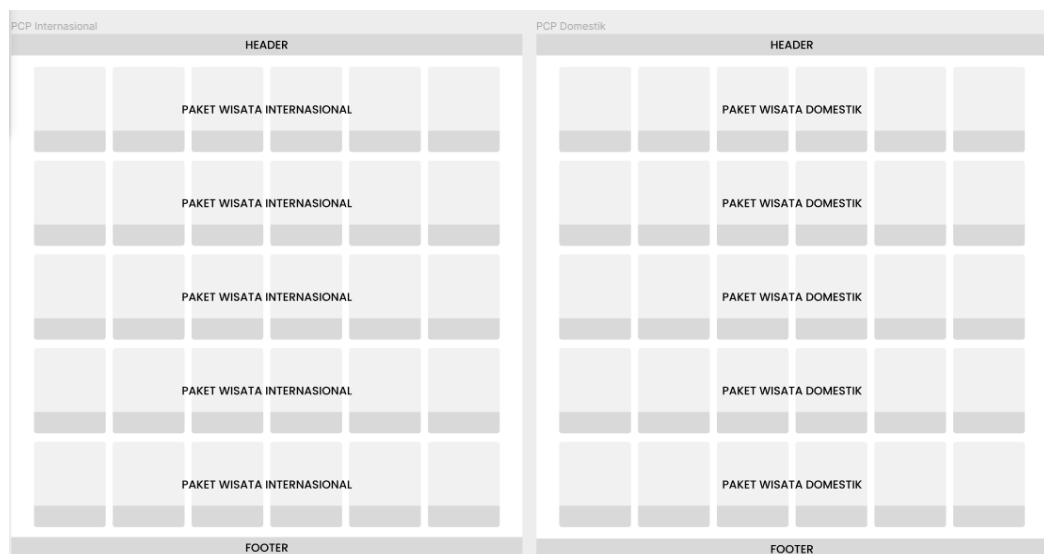
Lampiran 6

Wireframe



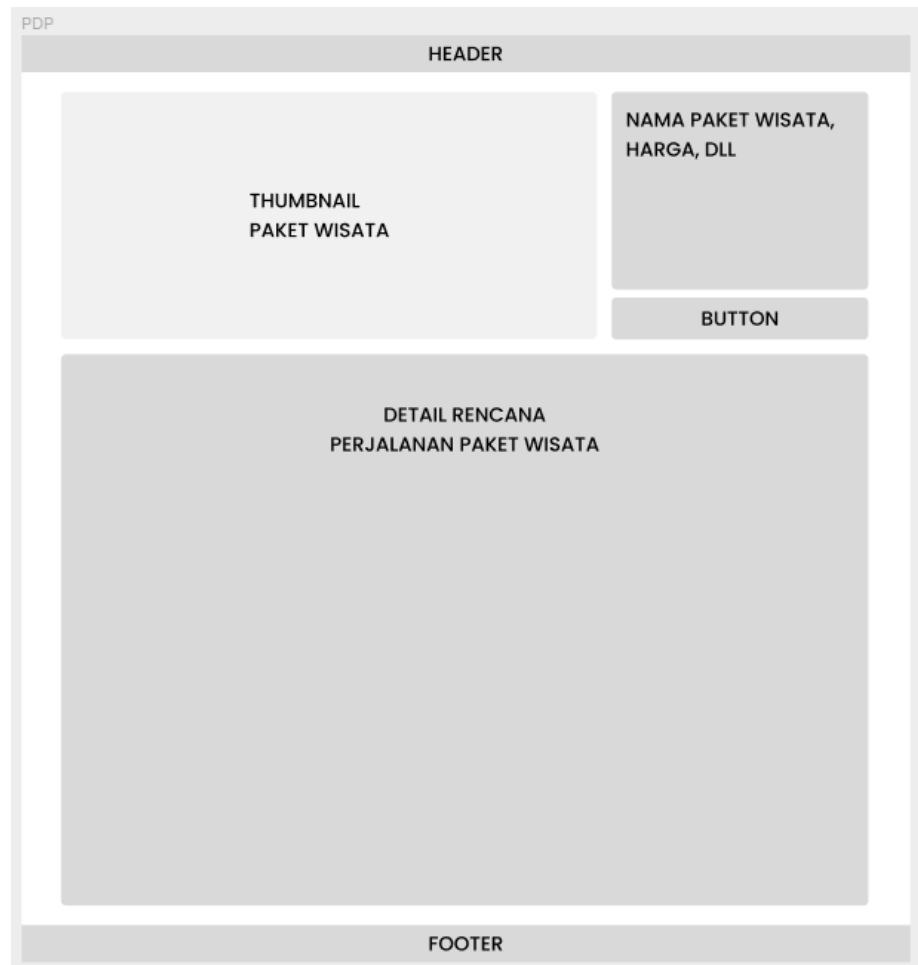
Gambar 22 Wireframe Homepage

Sumber: Dokumentasi Pribadi



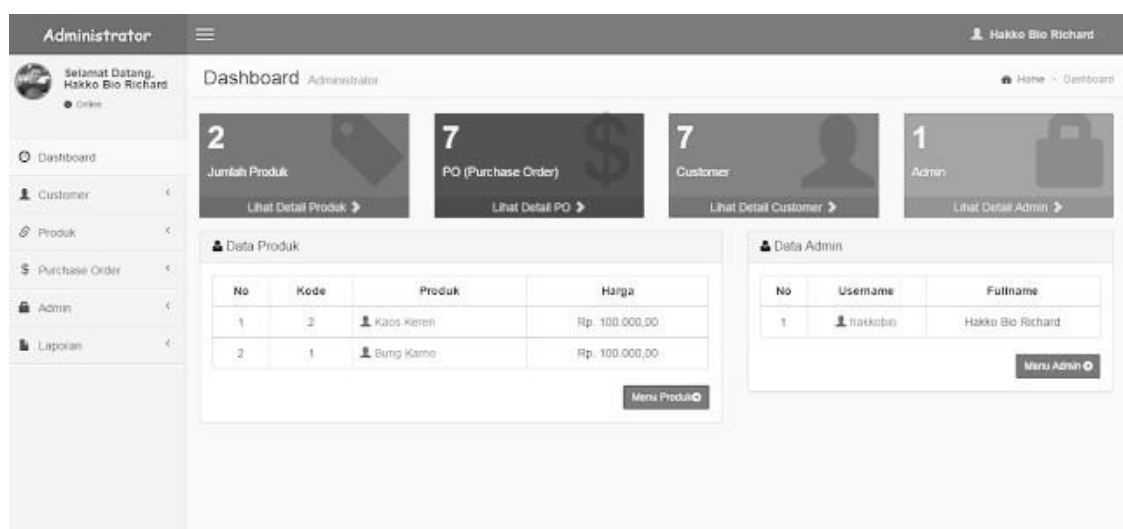
Gambar 23 Wireframe PCP

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 24 *Wireframe PDP*

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 25 *Wireframe Admin Dashboard*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Lampiran 7

Logbook Transkrip Wawancara Konfirmasi Kebutuhan User

TRANSKRIP WAWANCARA

Penanya (P) : Natalicia

User (U) : Kevin

Wawancara dilaksanakan melalui aplikasi Google Meet pada Jumat, 9 September 2022.

P: Selamat siang Pak

K: Iya siang Nat

P: Saya izin untuk merekam percakapan ini ya Pak

K: Oke..

P: Jadi di meet kali ini, sesuai dengan rencana minggu lalu Pak. Saya mau confirm mengenai kebutuhan bapak sebagai user sudah terpenuhi atau belum

K: Boleh..

P: Saya izin sharescreen ya Pak. (sharescreen) jadi ini pak wireframe atau rangka dasar website yang akan nantinya dibuat untuk Fajar Buana. Terdapat 4 halaman utama yaitu homepage, pcp, pdp, dan admin dashboard. Dan ini adalah tabel yang saya rangkum, mohon dicek pak apakah sudah benar? Dan untuk kemudahan bapak melihat rangka websitenya, saya ada kasih link di kolom chat ya pak, untuk mengakses ke file Figma-nya.

K: Hmm.. oke saya lihat dulu ya, thankyou Nat

P: Baik Pak
(mengecek keseluruhan wireframe)

K: Halo Nat

P: Iya Pak?

K: Saya ada ini nih beberapa perubahan, susunannya aja sih

P: Oh iya pak boleh, yang bagian mana itu pak?

K: Yang ini nat, halaman homepage. Saya mau ada ubah susunannya, bagian paket wisata domestic dan paket wisata internasional saya mau dibawah

banner besarnya itu.

- P: Berarti susunannya jadi seperti ini ya pak? Banner, paket wisata domestic dan internasional, benefit Fajar Buana, lalu galeri testimoni.
- K: Iya betul Nat, galeri gitu bagus nya taruh dibawah gitu ya?
- P: Iya Pak susunannya lebih baik seperti itu dari segi UX nya.
- K: Okehh.. lalu saya ada mau ubah lagi nih di halaman PCP yg punya domestic dan internasional, saya mau ada tambahan *hero banner* seperti di homepage itu. Dan pada halaman PDP, tambahkan section untuk S&K dari paket nya Nat
- P: Okee Pak, coba saya listing ulang untuk halaman PCP dan PDP nya ya Pak. Perubahannya itu berarti di kedua PCP ada tambahan hero banner seperti di homepage. Lalu pada halaman PDP ada tambahan section untuk S&K dari paket wisatanya. Gimana Pak? Apakah ada tambahan atau masukan lainnya?
- K: Cakep haha... udah cukup sih Nat dari saya itu aja
- P: Oke pak. Untuk desainnya nanti sendiri gimana pak? Apa ada request?
- K: Saya percayakan ke kamu saja Nat haha udah pasti bagus, selera saya jelek dalam hal perdesainan hahaha
- P: Hahaha mana ada pak.. okeh kalau gitu terimakasih ya pak kevin atas waktu yang bapak luangkan ini
- K: Okee thankyou juga ya nat, ditunggu nanti hasil jadinya.
- P: Siap pak haha, selamat siang.

Transkrip wawancara diatas adalah benar adanya sesuai dengan orisinalitas yang dilakukan tanpa ada yang diubah oleh penanya.

Jakarta, 03 September 2022

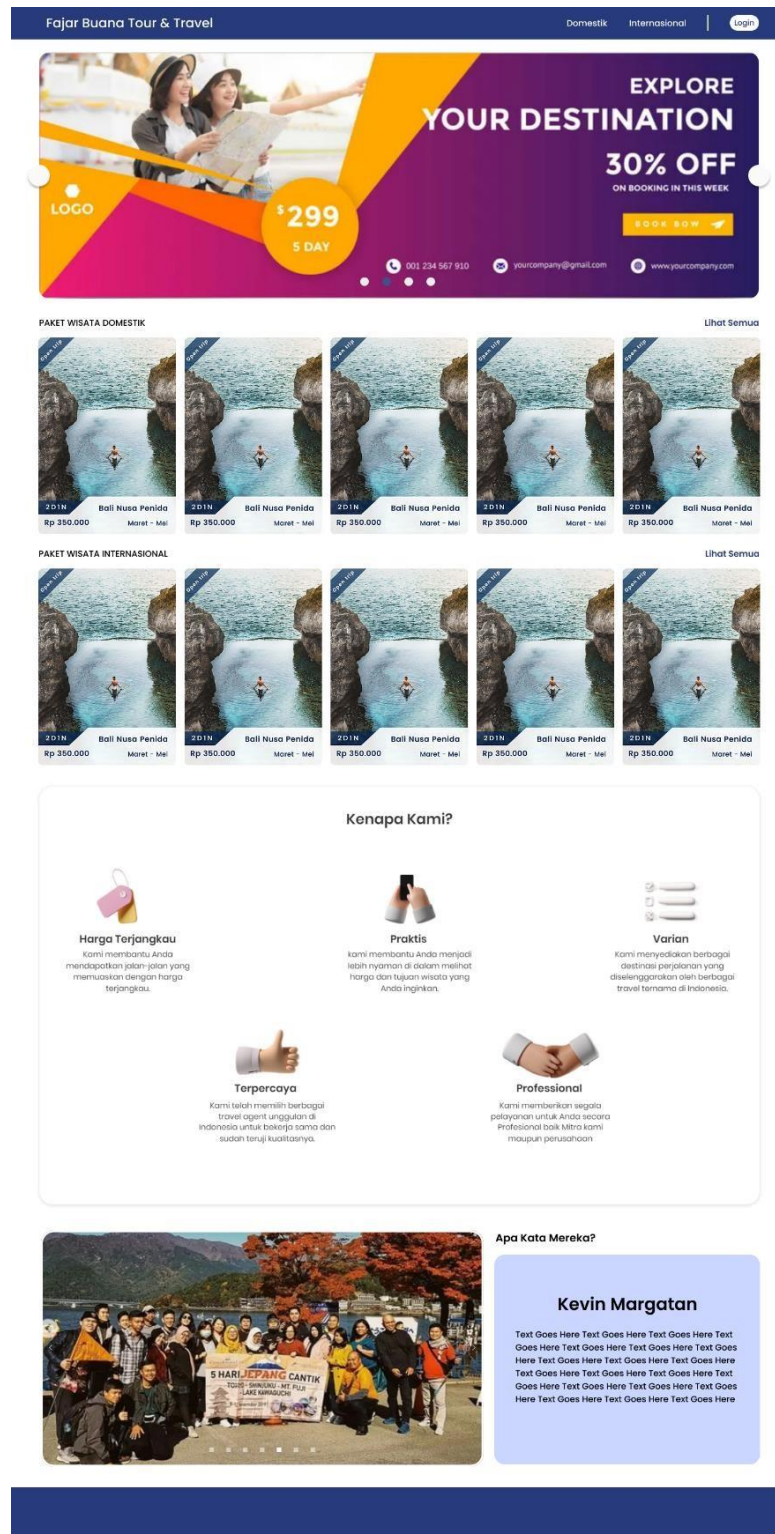


Kevin

General Manager

Lampiran 8

High Fidelity User Interface




Gambar 29 High Fidelity Homepage

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Lampiran 9

Surat Ketersediaan Perusahaan



FAJAR BUANA TOUR

Ph (+62-21) 5435 6491 - 92
Hp (+62) 818 867 758
e-mail : sales@fajarbuana.com
Golf Lake Residence, VH 6 No.98
Jakarta Barat 11730 Indonesia

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eko Santoso
Jabatan : Founder
Perusahaan : PT Fajar Buana Tour

Menyatakan telah bersedia bekerjasama guna penyusunan skripsi mulai tanggal 14 September hingga selesai dengan judul :


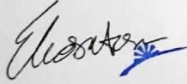
**“PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN PAKET WISATA BERBASIS WEBSITE PADA
PT FAJAR BUANA TOUR”**

Yang mengusulkan dibawah ini :

Nama : Natalicia Margatan
NIM : 825190028
Fak. / Jur. : Teknologi Informasi / Sistem Informasi
Universitas : Universitas Tarumanagara

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa unsur pemaksaan di dalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 23 September 2022

**FAJAR BUANA**

Eko Santoso
Director

Lampiran 10

Daftar Bimbingan Dosen Pembimbing Utama dan Pendamping



UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JL. LET. JEN. S. PARMAN NO.1
JAKARTA

REKAP BIMBINGAN SKRIPSI TAHUN AKADEMIK GANJIL 2022/2023

NIK Pembimbing : 10396060
Nama : BAGUS MULYAWAN
Pembimbing
NIM : 825190028
Nama : NATALICIA MARGATAN
Mahasiswa
Judul : PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN PAKET WISATA BERBASIS WEBSITE PADA PT FAJAR BUANA TOUR

NO	TANGGAL BIMBINGAN	TEMU KE-	MATERI BIMBINGAN
1	14/09/2022	1	bimbingan topik skripsi
2	22/09/2022	2	Bimbingan dilakukan secara online, bab 1-2 dikirim melalui e-mail
3	24/09/2022	3	Bimbingan dilakukan secara online via ms teams, membahas bab 1-3
4	28/09/2022	4	pengumpulan buku proposal skripsi



UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JL. LET. JEN. S. PARMAN NO.1
JAKARTA

**REKAP BIMBINGAN SKRIPSI
TAHUN AKADEMIK GANJIL 2022/2023**

NIK Pembimbing : 10817002

Nama : NOVARIO JAYA PERDANA
Pembimbing

NIM : 825190028

Nama : NATALICIA MARGATAN

Mahasiswa

Judul : PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN PAKET WISATA BERBASIS WEBSITE PADA PT FAJAR
BUANA TOUR

NO	TANGGAL BIMBINGAN	TEMU KE-	MATERI BIMBINGAN
1	05/09/2022	1	diskusi mengenai topik skripsi
2	17/09/2022	2	bimbingan mengenai rangka bab 1
3	21/09/2022	3	bimbingan mengenai bab 1
4	22/09/2022	4	bimbingan secara offline, revisi bab 1 dan 2
5	24/09/2022	5	bimbingan secara online, revisi bab 3 bagian database
6	27/09/2022	6	bimbingan offline, mengecek keseluruhan proposal skripsi

Lampiran 11

Hasil Black Box Testing

Tabel 23 Black Box Testing pada Back End

N o	Nama Form	Parameter Uji	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1	Login	Menguji keberhasilan Admin menginput username dan password	Sistem menerima akses login dan kemudian menampilkan halaman utama Admin	Username dan password yang Admin masukkan berhasil, dashboard Admin ditampilkan	Valid
2	Form Data Karyawan	Menguji keberhasilan sistem dalam mengedit data karyawan	Sistem dapat menambah, melihat, dan menghapus data karyawan	Admin menambah data karyawan dengan menekan tombol 'tambah karyawan' menginput email dan password, mengedit dan menghapus	Valid
3	Form Data Pembeli	Menguji keberhasilan sistem dalam menampilkan data pembeli	Sistem dapat menampilkan data para pembeli dalam bentuk tabel	Tabel data pembeli ditampilkan dengan format isi: username, e-mail, nomor telepon, dan alamat	Valid
4	Form Data Pemesanan	Menguji keberhasilan sistem dalam menampilkan	Sistem dapat menampilkan data paket wisata yang	Tabel data paket wisata yang dipesan ditampilkan dengan isi: Gambar, nama	Valid

		n data pemesanan yang dilakukan oleh user, membatalkan pesanan sesuai dengan S&K	dipesan, dan melakukan membatalkan pesanan	pembeli, nomor invoice, tanggal pemesanan, nama paket, harga, dan juga status pembayaran	
5	Form Data Pembayaran	Menguji keberhasilan sistem dalam menampilkan data pembayaran	Sistem dapat menampilkan data pembayaran dalam bentuk tabel yang dilakukan oleh user , dan melakukan export file laporan penjualan	Halaman menampilkan tabel data pembayaran yang berisi: nomor invoice, nama pembeli, tgl pembayaran, nama paket, nominal pembayaran, status pembayaran. Admin berhasil mencetak laporan penjualan	Valid
6	Form Input Paket Wisata	Menguji keberhasilan sistem dalam menambah paket wisata dan menampilkan data dalam bentuk tabel	Sistem dapat menerima inputan paket wisata dan menampilkan data tersebut pada tabel	Halaman menampilkan tabel paket wisata yang telah diinput pada saat melakukan tambah paket wisata	Valid

Tabel 24 Black Box Testing pada Front End

No	Nama Form	Parameter Uji	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1	Login	Menguji keberhasilan Admin menginput username dan password	Sistem menerima akses login dan kemudian menampilkan halaman utama Admin	Username dan password yang Admin masukkan berhasil, dashboard Admin ditampilkan	Valid
2	Daftar	Menguji keberhasilan sistem dalam mengedit data karyawan	Sistem dapat menambah, melihat, dan menghapus data karyawan	Admin menambah data karyawan dengan menekan tombol 'tambah karyawan' menginput email dan password, mengedit dan menghapus	Valid
3	Home	Menguji keberhasilan sistem dalam menampilkan data pembeli	Sistem dapat menampilkan data para pembeli dalam bentuk tabel	Tabel data pembeli ditampilkan dengan format isi: username, e-mail, nomor telepon, dan alamat	Valid
4	Whatsapp	Menguji keberhasilan sistem dalam menampilkan data pemesanan yang dilakukan	Sistem dapat menampilkan data paket wisata yang dipesan, dan melakukan membatalkan pesanan	Tabel data paket wisata yang dipesan ditampilkan dengan isi: Gambar, nama pembeli, nomor invoice, tanggal pemesanan, nama paket, harga, dan	Valid

		oleh user, membatalkan pesanan sesuai dengan S&K		juga status pembayaran	
5	Saran	Menguji keberhasilan sistem dalam menampilkan data pembayaran	Sistem dapat menampilkan data pembayaran dalam bentuk tabel yang dilakukan oleh user , dan melakukan export file laporan penjualan	Halaman menampilkan tabel data pembayaran yang berisi: nomor invoice, nama pembeli, tgl pembayaran, nama paket, nominal pembayaran, status pembayaran. Admin berhasil mencetak laporan penjualan	Valid
6	Dashboard	Menguji keberhasilan sistem dalam menambah paket wisata dan menampilkan dalam bentuk tabel	Sistem dapat menerima inputan paket wisata dan menampilkan data tersebut pada tabel	Halaman menampilkan tabel paket wisata yang telah diinput pada saat melakukan tambah paket wisata	Valid

Lampiran 12
Manual Book untuk User

User Manual
Fajar Buana Tour & Travel



Buku Panduan Pengguna Web Fajar Buana.

Dibuat oleh: Natalicia Margatan

Penjelasan Menu

1. Navigation Bar

Merupakan menu yang berada di paling atas dari website, bersifat sticky.

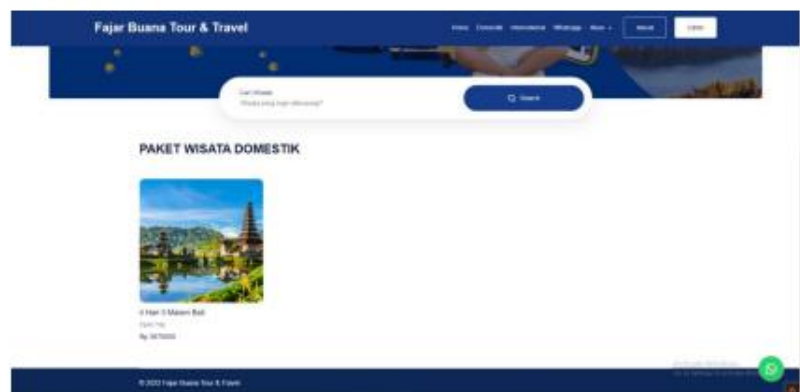


a. Home



Saat user klik button home, maka akan diarahkan ke beranda dari website, dimana didalamnya terdapat slider banner, search engine, paket wisata domestic, paket wisata internasional, kelebihan menggunakan Fajar Buana.

b. Domestik



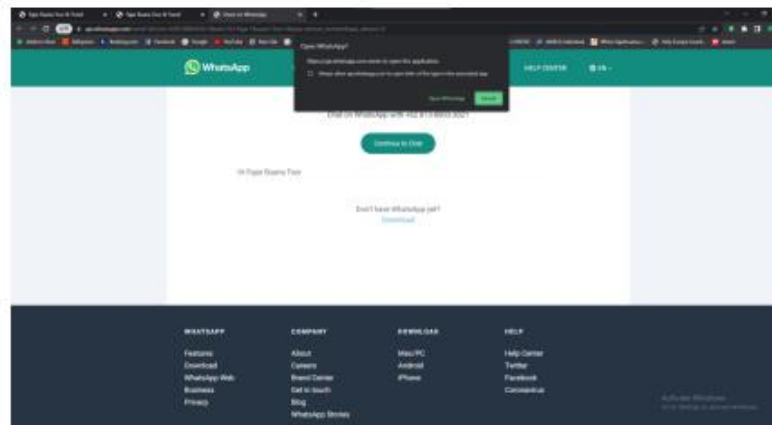
Saat user klik button Domestik, maka akan diarahkan ke halaman yang berisikan paket wisata domestic saja, beserta search engine dan juga slide banner.

c. International



Saat user klik button internasional, maka akan diarahkan ke halaman yang berisikan paket wisata internasional saja, beserta search engine dan juga slide banner.

d. Whatsapp



Saat user klik button WA (yang ada pada navbar maupun floating), user akan diarahkan ke halaman lain yaitu WA dengan nomor perusahaan Fajar Buana, guna untuk membantu user yang ingin bertanya secara langsung atau lebih lanjut dengan orang perusahaan.

e. Masuk

Fajar Buana Tour & Travel

Home Contact Us About Us WhatsApp Menu

Masuk Daftar

Silakan Login

[Lupa Password?](#)

Email

Password

Login

© 2022 Fajar Buana Tour & Travel

Saat user klik button login, pastikan sudah memiliki akun, user akan diarahkan ke halaman login seperti diatas, lalu user input e-mail atau username dan password akun. Maka user sudah ter-login ke website dan dapat melakukan transaksi didalamnya.

f. Daftar

Fajar Buana Tour & Travel

Home Contact Us About Us WhatsApp Menu

Masuk Daftar

Registrasi

[Lupa Password?](#)

Email

Username

Password

No. Telp

Alamat

Registrasi

Anda berada di halaman ini: 85

Saat user klik button daftar, maka user akan diarahkan ke halaman registrasi akun seperti diatas, lalu user dapat mengisi data diri seperti e-mail, username, password, nomor telepon, dan juga alamat. Setelah user mendaftarkan akun, user dapat melakukan login untuk masuk ke website dan melakukan transaksi didalamnya.

2. Slider Banner



Slider banner disediakan dengan sifat auto-slide, dimana user dapat melihat-lihat promo yang sedang berlangsung mengenai paket wisata, atau secara manual user dapat menekan panah yang ada pada kiri dan kanan dari slide banner untuk mengganti slide yang sedang ditampilkan.

3. Search Engine



Search engine disediakan untuk user mencari secara langsung paket wisata yang diinginkan, pada text field user cukup mengetik destinasi dan klik button search yang ada di sebelah kanan, maka paket wisata akan ditampilkan berdasarkan kata kunci yang user cari.

4. Paket Wisata Domestik

PAKET WISATA DOMESTIK



Paket wisata domestik menampilkan paket-paket yang dijual dalam skala domestik. Terdiri dari gambar paket wisata, nama paket, harga, dan juga tipe.

5. Paket Wisata Internasional

PAKET WISATA INTERNATIONAL



Paket wisata internasional menampilkan paket-paket yang dijual dalam skala internasional. Terdiri dari gambar paket wisata, nama paket, harga, dan juga tipe

6. Dashboard Pengguna

Saat user klik menu level 2 dari 'Akun', akan diarahkan pada halaman dashboard pengguna yang terdiri dari halaman pemesanan dan pembayaran.

a. Pemesanan



Pada halaman pemesanan, ditampilkan tabel booking paket wisata yang sudah dipesan oleh pengguna. Terdiri dari kode invoice, tanggal pesan, nama paket, total harga, status pesanan, keterangan, dan juga aksi pada paket wisata tersebut.

b. Pembayaran

Pemesanan: [Pembayaran](#)

Bukti transfer berhasil di upload

Pembayaran

Show 10 entries

Invoice	Tgl Pesan	Nama Paket	Total	Action
jOwHhlyt	2023-01-11	4 Hari 3 Malam Jaga	Rp 4.750.000	DP
VNU5v6ca	2023-01-11	6 Hari 5 Malam Jepang	Rp 9.750.000	Pelunasan

Showing 1 to 2 of 2 entries

[Previous](#) [1](#) [Next](#)

Pada halaman pembayaran, ditampilkan tabel paket wisata yang harus dibayar oleh pengguna, berisikan kode invoice, tanggal pesan, nama paket, total harga paket wisata, dan juga action yang terdiri dari DP dan juga pelunasan.

Detail Pembayaran

Show 10 entries

Invoice	Tgl Pembayaran	Nama Paket	Nominal	Keterangan
jOwHhlyt	2023-01-05	4 Hari 3 Malam Uluwatu Kota Bali	Rp 1.131.000	Pembayaran DP
jOwHhlyt	2023-01-05	4 Hari 3 Malam Uluwatu Kota Bali	Rp 2.589.000	Pembayaran pelunasan
VNU5v6ca	2023-01-11	6 Hari 5 Malam Jepang	Rp 2.620.000	Pembayaran DP

Showing 1 to 3 of 3 entries

[Previous](#) [1](#) [Next](#)

Pada bagian detail pembayaran, ditampilkan tabel paket wisata yang sudah dibayar, mulai dari pembayaran DP maupun pake wista yang sudah lunas. Terdiri dari kode invoice, tanggal pembayaran, nama paket, nominal paket wisata, dan juga keterangan dari paket wisata tersebut.

Cara Penggunaan Website

1. Registrasi Akun

The registration form is titled 'Registrasi' with a link 'Sudah Punya Akun? Login'. It contains the following fields: Email, Username, Password, No Telpun, and Address. A blue 'Registrasi' button with an external link icon is at the bottom.

pertama buka halaman registrasi pada navbar diatas pojok kanan dengan nama menu 'Daftar', maka akan terbuka halaman registrasi. Isi data diri yang diperlukan untuk mendaftarkan akun mulai dari e-mail, username, password, nomor telepon, dan juga alamat. Setelah mengisi form, tekan tombol registrasi maka akun telah terdaftar.

2. Login Akun

The login form is titled 'Silahkan Login' with a link 'Belum Punya Akun? Daftar'. It contains the following fields: Email and Password. A blue 'Login' button with an external link icon is at the bottom.

Pertama buka halaman login pada nabar diatas pojok kanan dengan nama menu 'Masuk', maka akan terbuka halaman login. Isi username/email dan password dengan akun yang sudah didaftarkan. Setelah itu tekan tombol login maka akun berhasil melakukan login.

3. Melakukan Pencarian

Cari Wisata
Wisata yang ingin dikunjungi?

Search

Pengguna dapat mencari tujuan atau nama paket wisata pada search engine yang telah disediakan, setelah memasukkan destinasi, tekan tombol search yang ada di sebelah kanan, maka hasil pencarian pengguna akan ditampilkan.

4. Melakukan Pemesanan

PAKET WISATA DOMESTIK



Pertama, pilih paket wisata yang ingin dipesan, mulai dari skala internasional dan domestic, setelah ditentukan, pilihlah destinasi paket wisata yang diinginkan.

4 Hari 3 Malam Jogja



Setelah memilih satu paket wisata, maka akan muncul halaman detail dari paket wisata,

terdapat beberapa informasi jelas mengenai paket wisata seperti deskripsi, detail perjalanan, dan juga informasi lainnya. Jika ingin memesan, klik tombol Book Now.

Email
nataliaemangatan@gmail.com

No HP
082250075113

Alamat
golf lake residence

Proses Pemesanan

Paket Wisata Yang Dipesan

4 Hari 3 Malam Jogja

Harga

Rp 4.750.000

Setelah itu, akan muncul halaman seperti diatas, cek Kembali paket wisata yang ingin dipesan. Isi data paket wisata untuk dikirimkan kepada siapa, lalu klik proses pemesanan maka paket wisata yang dipesan akan masuk ke dashboard pengguna.

Pemesanan Pembayaran

Pemesanan Berhasil Dibatalkan!

Show 10 entries

Search:

Invoice	Tgl Pesan	Nama Paket	Total	Status	Keterangan	Aksi
w7p80JJa	2023-01-11	4 Hari 3 Malam Jogja	Rp 4.750.000	Pending	DP 30% Belum Dibayarkan	Cancel

Showing 1 to 1 of 1 entries

Previous Next

Setelah paket wisata pengguna telah masuk ke dashboard, pengguna dapat melihat status dan keterangan dari paket wisata. Pengguna diminta untuk memperhatikan kode invoice yang berguna untuk tidak tertukar saat melakukan pembayaran nanti.

5. Melakukan Pembatalan Pemesanan

Show 10 entries

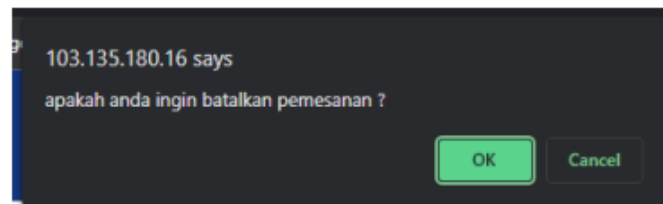
Search:

Invoice	Tgl Pesan	Nama Paket	Total	Status	Keterangan	Aksi
w7p80JJa	2023-01-11	4 Hari 3 Malam Jogja	Rp 4.750.000	Pending	Pembayaran lunas. Menunggu konfirmasi admin	Cancel

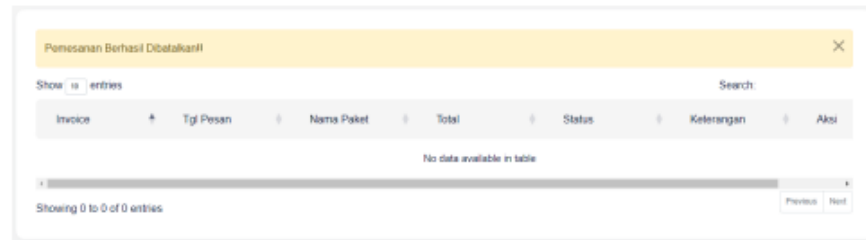
Showing 1 to 1 of 1 entries

Previous Next

Cara melakukan pembatalan pemesanan, buka dashboard dan pada halaman pemesanan, pilih tombol aksi yang ada pada di paket wisata yang ingin anda batalkan.



Setelah itu, akan muncul pop up seperti diatas, klik Ok untuk membatalkan pesanan.



Setelah membatalkan pesanan, akan muncul infobox diatas yang mengatakan bahwa pesanan berhasil dibatalkan, dan paket wisata anda akan terhapus dari tabel pemesanan.

6. Melakukan Pembayaran



Untuk melakukan pembayaran, pengguna membuka dashboard user dan menuju ke halaman pembayaran. Setelah itu akan muncul tabel paket wisata yang harus dibayarkan, dimana tahap pertama dari pembayaran adalah DP 30%, klik tombol DP yang ada pada pojok kanan.

Bayar DP 30% - w7p80jJa

Silahkan melakukan pembayaran sesuai dengan **Nominal Deposit** yang tertera

Nama Paket Wisata : 4 Hari 3 Malam Jogja

Metode Pembayaran : TRANSFER BANK BCA
466020441 a/n Natalia Mangatan

Nominal Deposit : Rp. 1425000

Upload Bukti Transfer

No file chosen

Setelah klik tombol DP maka akan muncul pop up seperti diatas, terdapat rincian dan juga arahan untuk melakukan pembayaran seperti kode invoice diatas, nama paket wisata, metode pembayaran, nominal deposit yang dibayarkan. Setelah pengguna melakukan pembayaran, diminta untuk melakukan upload bukti transfer yang nantinya bukti tersebut akan dikonfirmasi oleh admin, apakah valid atau tidak.

Bukti transfer berhasil di upload.

Pembayaran

Show entries

Invoice	Tgl Pesan	Nama Paket	Total	Action
w7p80jJa	2023-01-11	4 Hari 3 Malam Jogja	Rp. 4.750.000	<input type="button" value="Pelunasan"/>

Showing 1 to 1 of 1 entries

Previous Next

Setelah DP dilakukan, maka muncul infobox bukti transfer berhasil di upload, dan tombol aksi pada tabel pembayaran akan berubah menjadi pelunasan. Untuk melakukan pelunasan klik tombol paling kanan pada tabel.

Bayar Pelunasan - w7p60jJa

Silahkan melakukan pembayaran sesuai dengan **Nominal Deposit** yang tertera

Nama Paket Wisata : 4 Hari 3 Malam Jogja
 Metode Pembayaran : TRANSFER BANK BCA
 406020441 a/n Natalia Margatan
Nominal Deposit : Rp. 3325000

Upload Bukti Transfer

Choose file trf.jpg

Close Submit

Setelah klik tombol pelunasan, akan muncul popup seperti diatas. Muncul rincian pelunasan dengan nominal yang sudah disertakan, setelah pengguna melakukan pembayaran pelunasan maka pengguna akan diminta untuk upload bukti transfer.

Bukti transfer berhasil di upload.

Pembayaran

Show 10 entries Search:

Invoice	Tgl Posan	Nama Paket	Total	Action
No data available in table				

Showing 0 to 0 of 0 entries Previous Next

Setelah melakukan pelunasan maka akan muncul infobox yang menyatakan bahwa bukti transfer tadi sudah di upload yang nantinya akan di validasi oleh admin perusahaan,

Detail Pembayaran

Show 10 entries Search:

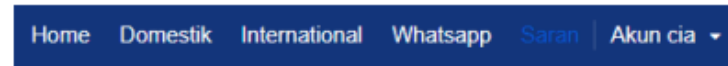
Invoice	Tgl Pembayaran	Nama Paket	Nominal	Keterangan
jOw3ZLCo	2023-01-05	4 Hari 3 Malam Uluwatu-Kuta Bali	Rp 1.101.000	Pembayaran DP
jOw3ZLCo	2023-01-05	4 Hari 3 Malam Uluwatu-Kuta Bali	Rp 2.569.000	Pembayaran pelunasan
VNU5wbca	2023-01-11	6 Hari 5 Malam Jepang	Rp 2.628.000	Pembayaran DP
w7p60jJa	2023-01-11	4 Hari 3 Malam Jogja	Rp 1.425.000	Pembayaran DP
w7p60jJa	2023-01-11	4 Hari 3 Malam Jogja	Rp 3.325.000	Pembayaran pelunasan

Showing 1 to 5 of 5 entries Previous 1 Next

Dan pada tabel detail pembayaran, paket wisata akan mendapatkan keterangan

pembayaran pelunasan, yang berarti paket wisata lunas dibayarkan.

7. Memberi Saran

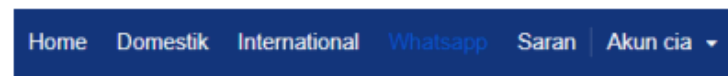


Untuk memberi saran atau berbagi pengalaman, pengguna dapat mengakses menu saran pada navbar seperti diatas.

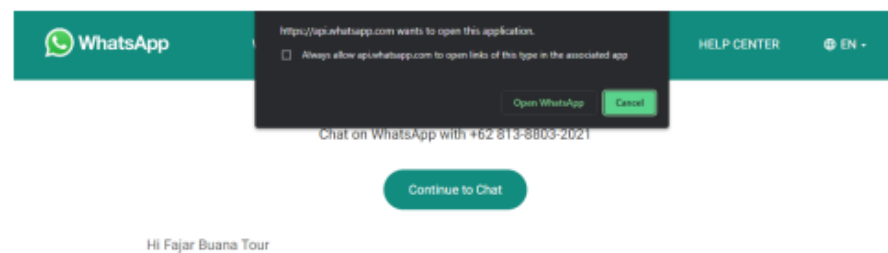
A screenshot of a form titled 'Saran'. It has a label 'Input Saran' above a large text input area. At the bottom right of the input area are two buttons: 'Reset' and 'Submit'.

Setelah itu klik menu saran dan akan diarahkan pada halaman saran, pengguna dipersilahkan untuk memasukkan saran atau pengalaman. Jika sudah selesai, klik submit untuk upload hasil.

8. Menghubungi via WA



Untuk menghubungi staff perusahaan lebih lanjut, dapat mengakses WA melalui menu whatsapp yang ada pada navbar seperti diatas.



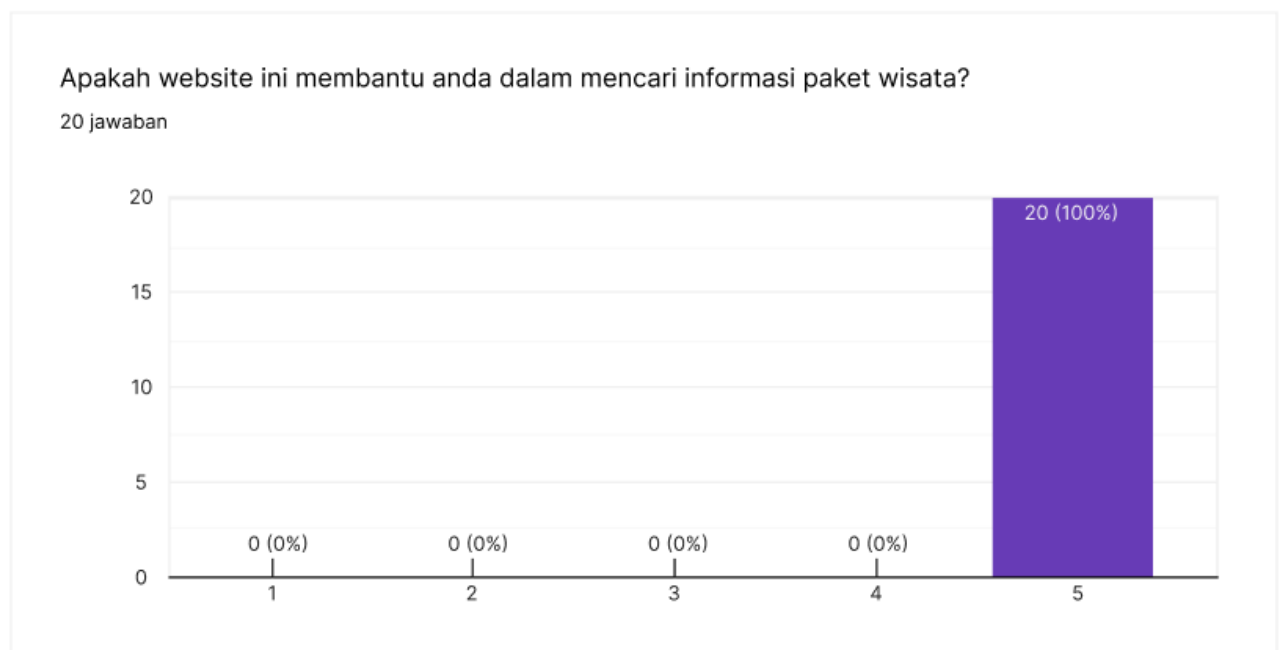
Setelah klik menu whatsapp diatas, akan muncul pop up yang akan langsung mengarahkan pengguna untuk melakukan obrolan ke staff perusahaan melalui WA.

Lampiran 13

Tabel hasil UAT



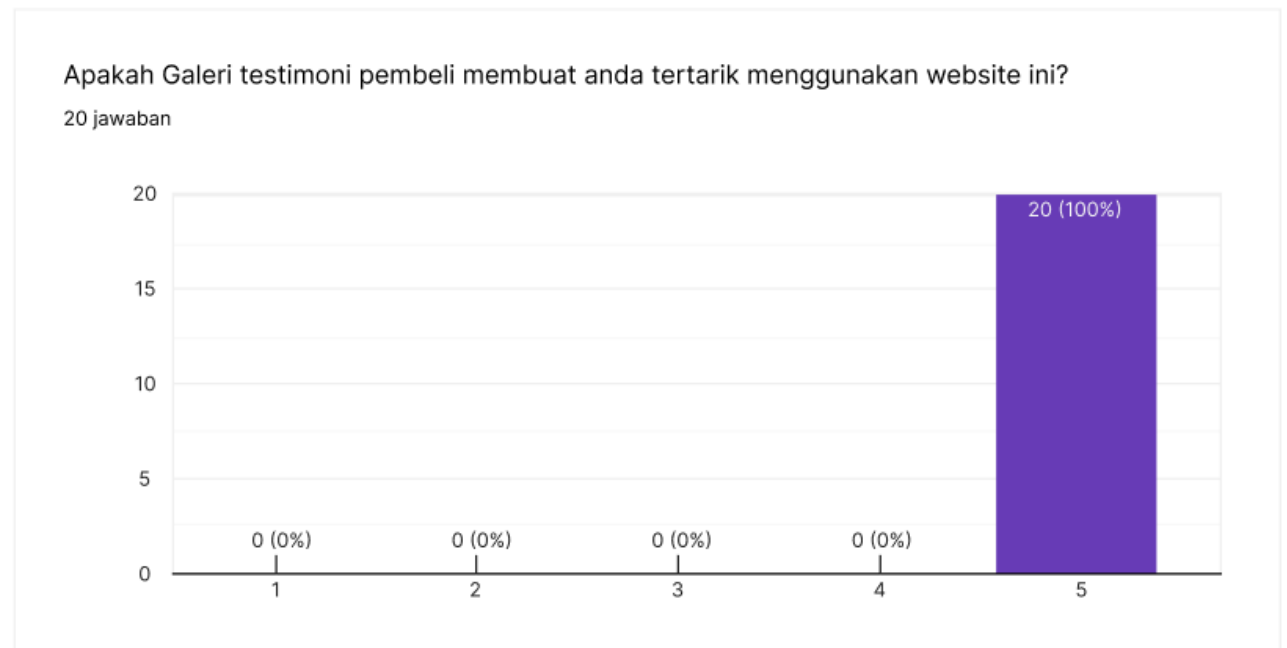
Gambar 33 Hasil kuisisioner UAT pertanyaan 1



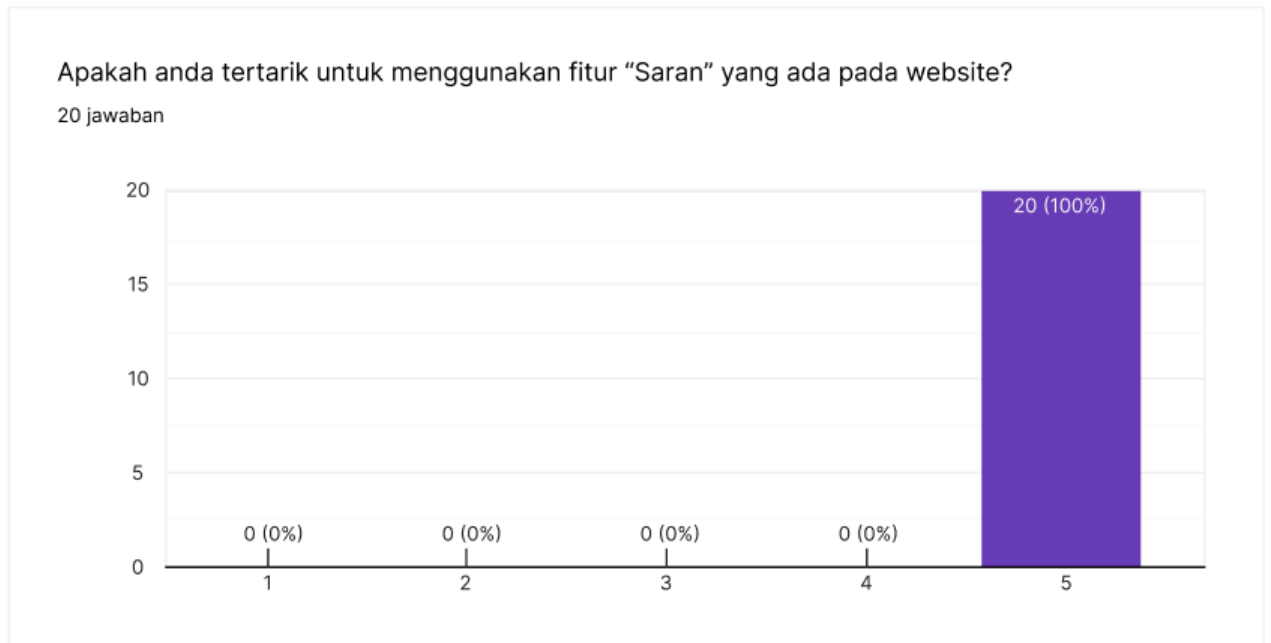
Gambar 34 Hasil kuisisioner UAT pertanyaan 2



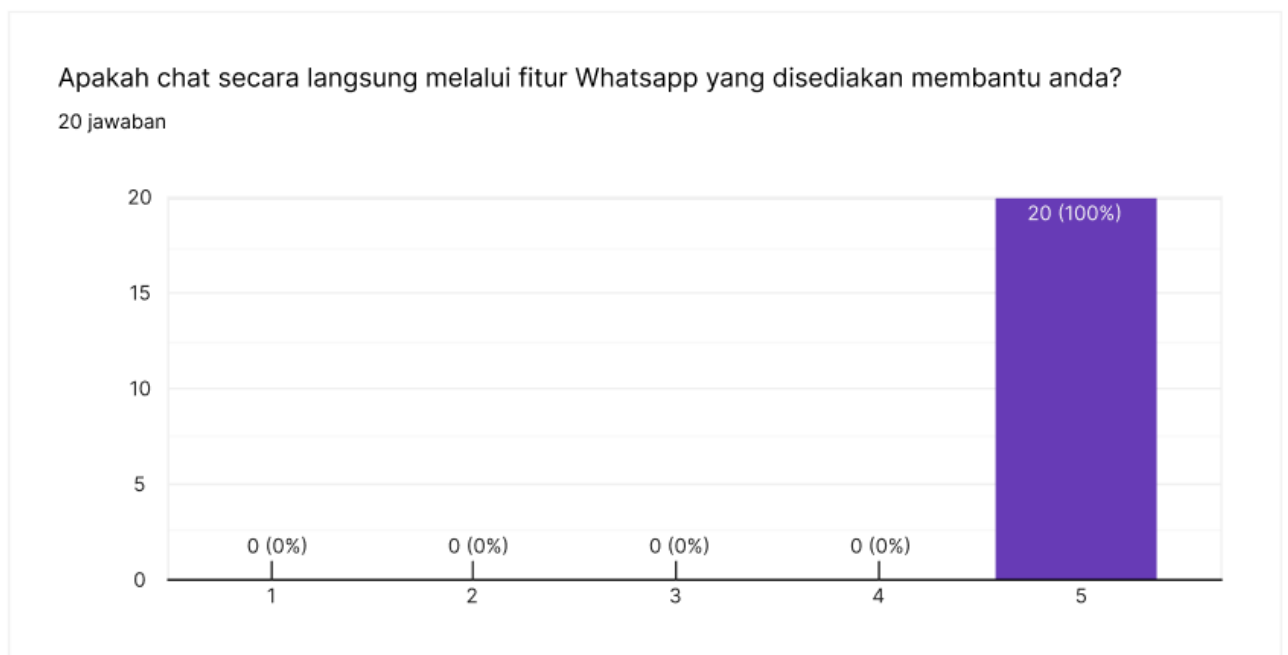
Gambar 35 Hasil kuisisioner UAT pertanyaan 3



Gambar 36 Hasil kuisisioner UAT pertanyaan 4



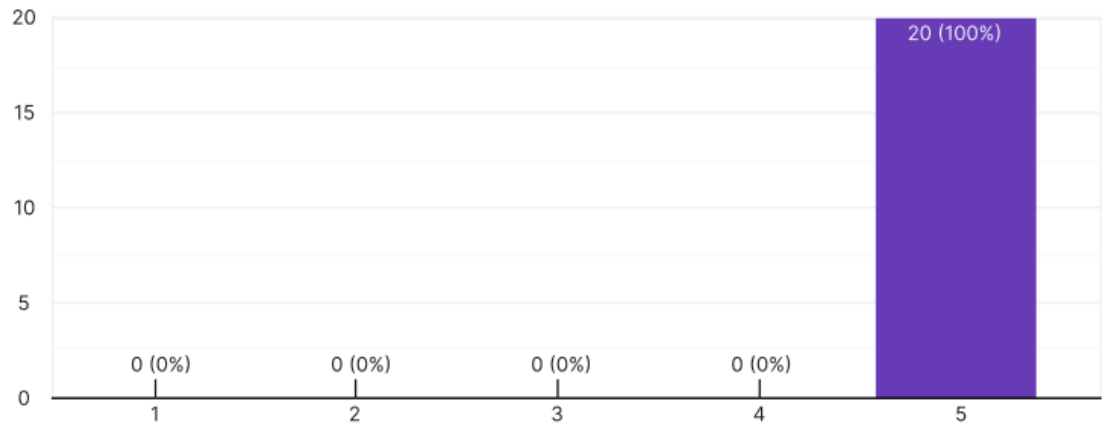
Gambar 37 Hasil kuisisioner UAT pertanyaan 5



Gambar 38 Hasil kuisisioner UAT pertanyaan 6

Apakah proses anda melakukan pemesanan mudah dipahami?

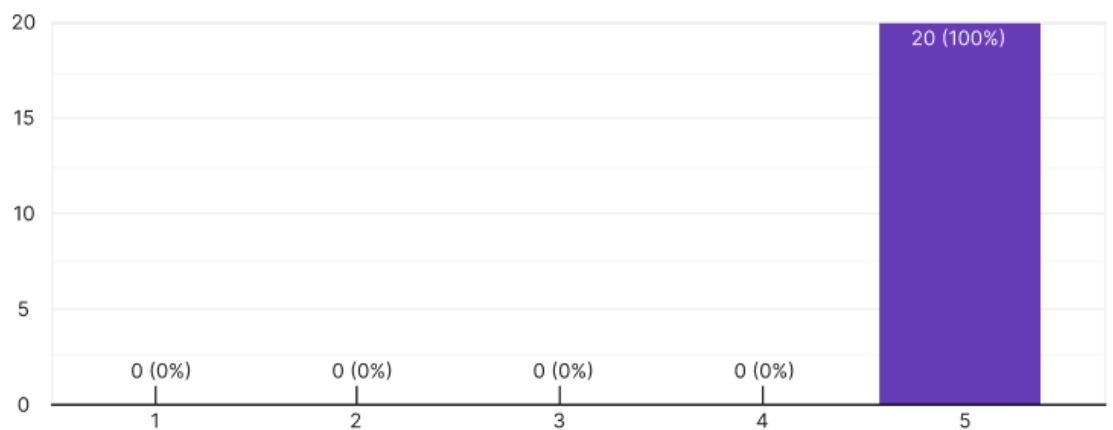
20 jawaban



Gambar 39 Hasil kuisisioner UAT pertanyaan 7

Apakah proses anda pembayaran mudah dilakukan? dimulai dari DP hingga pelunasan.

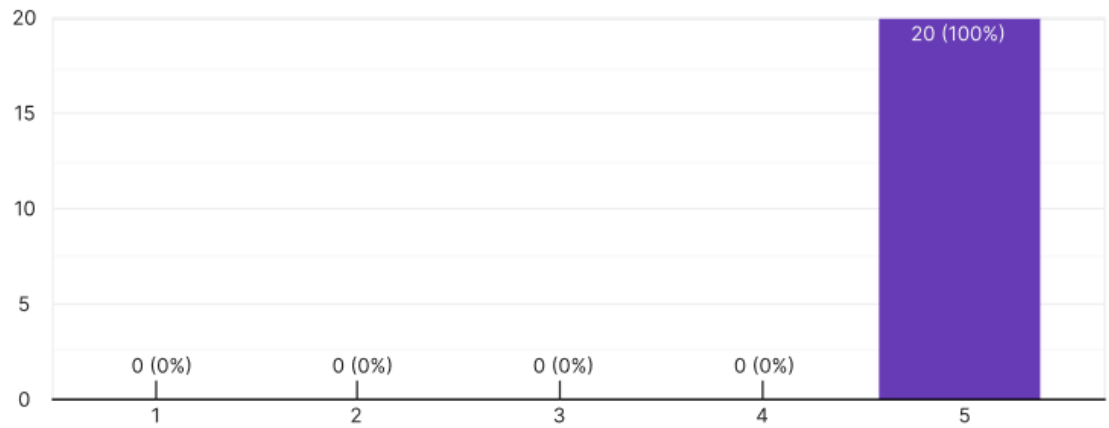
20 jawaban



Gambar 40 Hasil kuisisioner UAT pertanyaan 8

Apakah anda dapat melakukan pembatalan pesanan dengan baik?

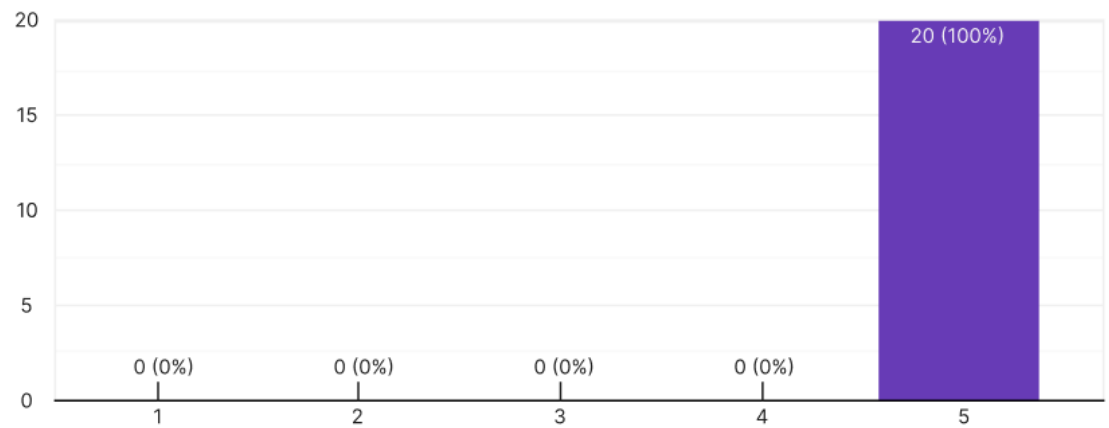
20 jawaban



Gambar 41 Hasil kuisisioner UAT pertanyaan 9

Setelah mencoba website Fajar Buana, apakah anda jadi tertarik untuk menggunakan website ini?

20 jawaban



Gambar 42 Hasil kuisisioner UAT pertanyaan 10

Lampiran 14

Persetujuan Proposal Skripsi

Persetujuan

Nama : NATALICIA MARGATAN
NIM : 825190028
Program Studi : SISTEM INFORMASI
Judul : PERANCANGAN APLIKASI PENJUALAN PAKET WISATA
BERBASIS WEBSITE PADA PT FAJAR BUANA TOUR

Proposal Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 20-September-2022

Pembimbing:
BAGUS MULYAWAN, S.Kom., M.M.
NIK/NIP: 10396060



Pembimbing Pendamping:
NOVARIO JAYA PERDANA, S.Kom., M.T.
NIK/NIP: 10817002



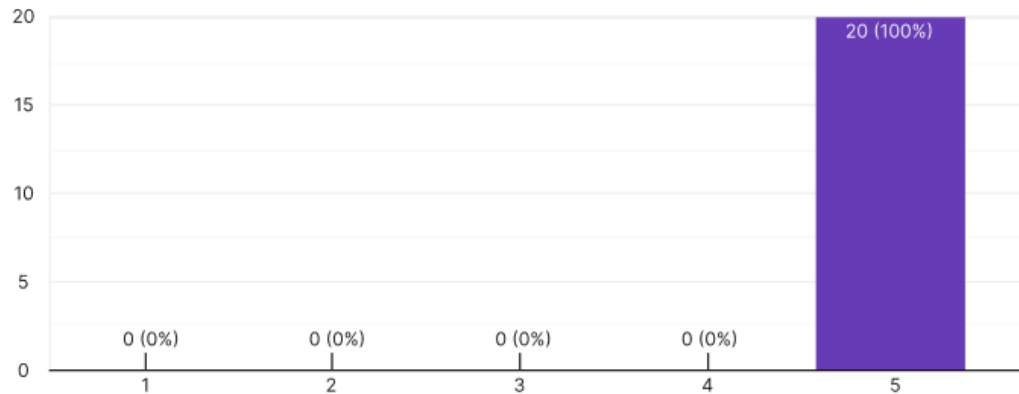
Lampiran 15

Kuisiioner Evaluasi Manfaat Aplikasi

1. Aplikasi ini membantu menampilkan informasi mengenai paket wisata

Setelah mencoba website Fajar Buana, apakah aplikasi ini membantu anda mencari informasi mengenai paket wisata?

20 jawaban

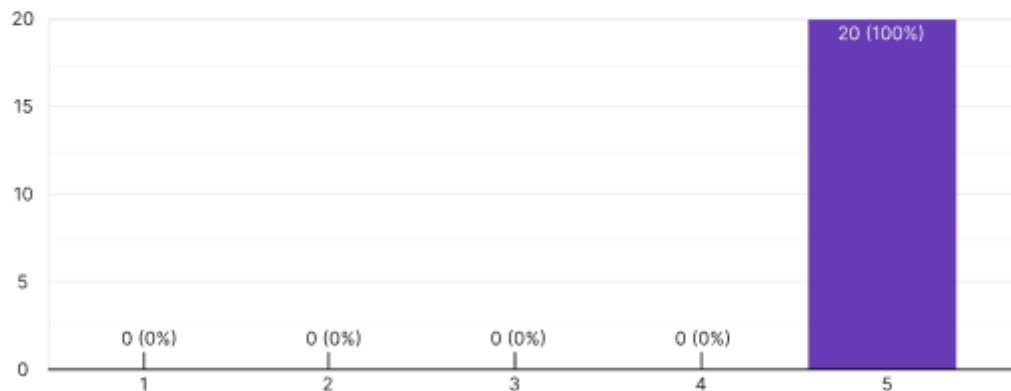


Gambar 43 Pernyataan 1 Evaluasi Manfaat Aplikasi

2. Aplikasi ini membantu konsumen dalam pemesanan paket wisata

Setelah mencoba website Fajar Buana, apakah aplikasi ini membantu anda dalam melakukan pemesanan paket wisata?

20 jawaban

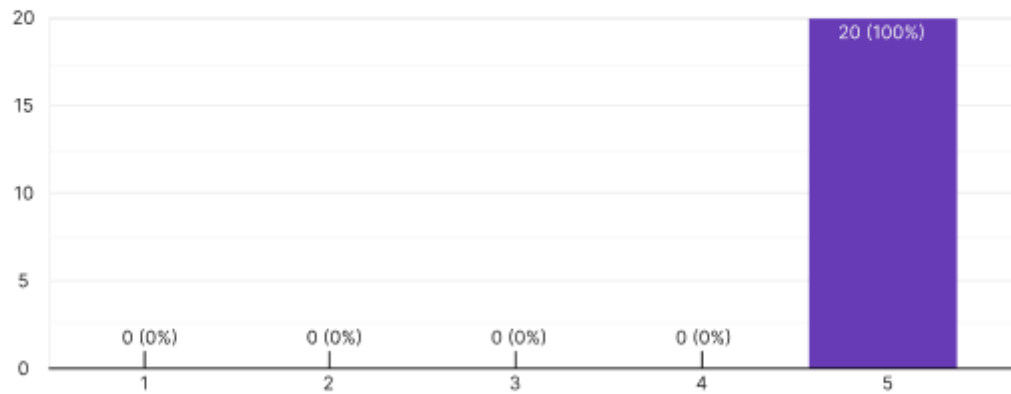


Gambar 44 Pernyataan 2 Evaluasi Manfaat Aplikasi

3. Aplikasi ini membantu konsumen dalam melakukan pembayaran.

Setelah mencoba website Fajar Buana, apakah aplikasi ini membantu anda dalam melakukan pembayaran?

20 jawaban

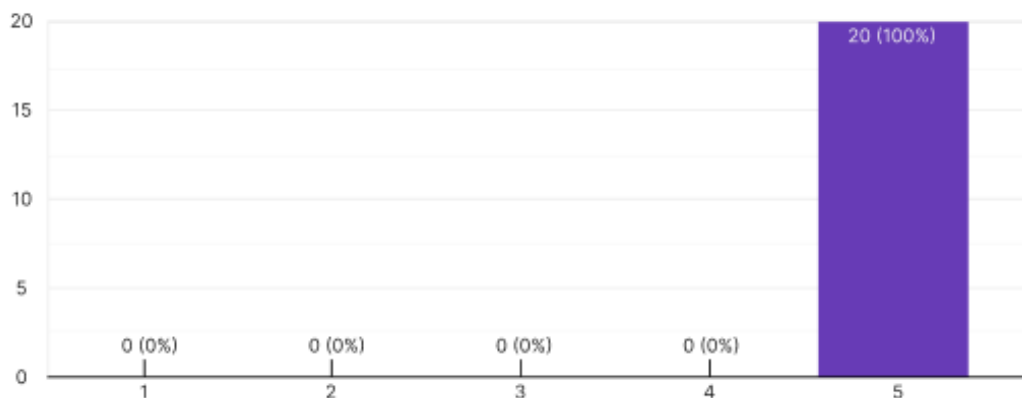


Gambar 45 Pernyataan 3 Evaluasi Manfaat Aplikasi

4. Aplikasi ini membantu perusahaan dalam memasarkan paket wisata

Dengan dibuatnya website ini, apakah anda jadi mengetahui tentang paket wisata yang dijual oleh Fajar Buana?

20 jawaban



Gambar 46 Pernyataan 4 Evaluasi Manfaat Aplikasi