

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
PALCOMTECH PALEMBANG**

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

WEBSITE PT.EKA SUMBER ARTHA PALEMBANG



Diajukan Oleh :

Nopa Puspa Sari

021120042

**Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Mata Kuliah
Praktik Kerja Lapangan dan Syarat Penyusunan Skripsi**

PALEMBANG

2016

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
PALCOMTECH PALEMBANG**

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

NAMA : NOPA PUSPA SARI
NOMOR POKOK : 021120042
PROGRAM STUDI : SISTEM INFORMASI
JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
KONSENTRASI : PEMROGRAMAN & DISAIN
JUDUL PKL : WEBSITE PT.EKA SUMBER ARTHA
PALEMBANG

Tanggal : 02 Februari 2016

Pembimbing,

Mengetahui,
Ketua,



Dini Hari Pratiwi, S.Kom., M.Kom.
NIDN : 0219078701

Benedictus Effendi, S.T., M.T.
NIP : 09.PCT.13


PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
PALCOMTECH PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

NAMA : NOPA PUSPA SARI
NOMOR POKOK : 021120042
PROGRAM STUDI : SISTEM INFORMASI
JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
KONSENTRASI : PEMROGRAMAN & DISAIN
JUDUL PKL : WEBSITE PT.EKA SUMBER ARTHA
PALEMBANG

Tanggal : 12 Februari 2016

Penguji 1,


Herlinda Kasmiati, S.Kom., M.Kom.

NIDN : 0204098901

Tanggal : 12 Februari 2016

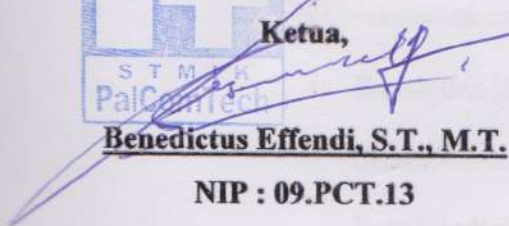
Penguji 2,


Evi Fadilah, S.Kom., M.Kom.

NIDN : 0215108502

Menyetujui,

Ketua,


Benedictus Effendi, S.T., M.T.

NIP : 09.PCT.13

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi semakin hari semakin canggih, termasuk media informasi melalui *website* ternyata teknologi informasi ini membawa dampak yang besar bagi segala aspek, tidak terkecuali perkembangan dunia bisnis dan pemasaran. Sekarang sudah banyak orang yang memanfaatkan *website* sebagai media informasi dan promosi usaha. Hal ini tidak aneh mengingat jumlah pengguna *website* yang terus berkembang pesat dapat menjadi sebuah pasar yang potensial untuk memasuki para pembisnis. Di lain pihak *website* ternyata mempunyai banyak keuntungan baik bagi perusahaan maupun konsumen. Dengan adanya *website* sebagai media informasi dan promosi, merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting untuk menentukan keberhasilan dalam menginformasikan dan mempromosikan usaha.

PT.Eka Sumber Artha Palembang bergerak di bidang penjualan Oli castrol dalam bentuk kemasan. Dalam mempromosikan hal tersebut, masih sebagian konsumen belum mengetahuinya, kendala yang dihadapi konsumen dalam memperoleh informasi masih terbatas. Informasi tersebut berupa profil PT.Eka Sumber Artha dan promosi PT.Eka Sumber Artha ini hanya lewat cerita melalui mulut ke mulut dan brosur, mengakibatkan calon pembeli tidak mendapatkan informasi yang lengkap tentang PT.Eka Sumber Artha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem informasi masih bersifat

menunggu konsumen untuk datang ke PT.Eka Sumber Artha masih kurang efektif. Ditambah persaingan yang ketat dalam bidang yang sama sehingga menuntut adanya strategi informasi yang lebih baik, agar dapat memperluas jangkauan informasi yang *update* sehingga dapat meningkatkan profit perusahaan. PT.Eka Sumber Artha melihat adanya peluang untuk memperkenalkan dan menginformasikan PT.Eka Sumber Artha yang telah di rintis untuk lebih dikenalkan lagi kepada masyarakat melalui *website* yang akan di buat, karena selama ini cara mempromosikan PT.Eka Sumber Artha hanya melalui mulut dan berupa brosur sehingga PT.Eka Sumber Artha, dan konsumen akan mengetahui dan akan datang ke PT.Eka Sumber Artha dan konsumen juga akan bertambah.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada PT.Eka Sumber Artha maka penulis tertarik untuk mengangkat judul skripsi yang berjudul **“WEBSITE PENJUALAN PT.EKA SUMBER ARTHA ”**.

1.2. Ruang Lingkup PKL

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah diungkapkan di atas, yang akan dirancang adalah sistem penjualan berbasis *website* yang membantu perusahaan agar mencapai peningkatan penjualan dari penjualan manual yang di inginkan. Penelitian ini memiliki ruang lingkup Informasi produk dan pemesanan berbasis *website*. Konsumen dapat melihat produk dan memesan sesuai kriteria yang diinginkan. Hal ini mempermudah pelanggan untuk mengetahui informasi produk dan memudahkan dalam pemesanan.

1.3. Tujuan dan Manfaat Praktik kerja lapangan

1.3.1. Tujuan

Tujuan penulis melakukan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini adalah untuk membuat suatu *website* penjualan sebagai media informasi dan promosi PT.Eka Sumber Artha.

1.3.2. Manfaat

1.3.2.1. Manfaat Bagi Penulis

- a. Penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah khususnya pada mata kuliah bidang pemrograman dan desain. dengan penerapan pada sistem informasi.
- b. Menambah pengetahuan yang lebih mendalam tentang Sistem Informasi khususnya dalam perancangan *website*.
- c. Untuk memenuhi persyaratan mata kuliah Praktik Kerja Lapangan (PKL) dengan program desain dan programming pada studi sistem informasi di program sarjana STMIK PALCOMTECH.

1.3.2.2. Manfaat Bagi PT.Eka Sumber Artha

- a. Dengan dibuatnya *website* penjualan PT.Eka Sumber Artha dapat mengakses informasi terbaru mengenai produk dengan tempat atau sarana promosi yang semakin luas dan hampir tidak terbatas.

- b. Dengan adanya *website* dapat meningkatkan omzet pendapatan perusahaan.
- c. Meningkatkan kredibilitas perusahaan PT.Eka Sumber Artha yang akan terkesan maju dan modern. Dengan demikian maka kredibilitas perusahaan akan meningkat.
- d. Meningkatkan visibilitas atau kehadiran perusahaan PT.Eka Sumber Artha

1.3.2.3. Manfaat Bagi Akademik

- a. Bagi akademik laporan ini dapat menjadi bahan perbandingan atau referensi untuk penelitian-penelitian lainnya dimasa yang akan datang.
- b. Lembaga Pendidikan ikut berkontribusi dalam kinerja kerja produksi di Instansi maupun Perusahaan lewat program Praktek Kerja Lapangan.

1.4. Tempat dan Waktu pelaksanaan PKL

1.4.1. Tempat PKL

Adapun lokasi Praktik kerja lapangan pada PT.Eka Sumber Artha yang beralamat di Jl. Tanjung Api-Api ,Pergudangan Griya Bandara Indah Blok G 01,Talang jambe Kec. Sukarami Palembang.

1.4.2. Waktu Pelaksanaan PKL

Waktu pelaksanaan Praktik kerja lapangan ini dilakukan sejak 15 Oktober sampai dengan 31 Desember 2015.

1.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan maka dibutuhkan suatu cara pengumpulan data. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1.5.1. Observasi

Menurut Jogiyanto, (2005:623). Observasi atau pengamatan (*observation*) merupakan salah satu teknik pengumpulan fakta atau data (*fact finding, technique*) yang cukup efektif untuk mempelajari suatu sistem.

Observasi yaitu PT.Eka Sumber Artha ini memerlukan website untuk mempermudah penjualan dan kemungkinan untuk peningkatan penjualan.

1.5.2. Metode Wawancara

Adapun menurut Fathoni (2006: 105), wawancara adalah tehnik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancara.

Maka penulis melakukan wawancara untuk mengetahui data-data yang dapat menjadi faktor untuk meningkatkan penjualan, yaitu dimana penulis mengajukan pembuatan website .

1.5.3. Metode Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006:231), metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya.

Pada metode ini penulis mendapatkan dokumen dokumen yang terkait mengenai profil perusahaan.

1.5.4. Studi Pustaka

Istilah studi pustaka digunakan dalam ragam istilah oleh para ahli, diantaranya yang dikenal adalah landasan teori, kajian pustaka, tinjauan pustaka, dan kajian teoritis. Penggunaan istilah-istilah tersebut, pada dasarnya merujuk pada upaya umum yang harus diakui untuk mendapatkan teori-teori yang relevan dengan topik penelitian (Koesnaedi 2005: 74).

Studi pustaka yang dilakukan penulis yaitu dengan cara mengunjungi perpustakaan dan toko-toko buku untuk mencari refrensi yang berhubungan dengan topik penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Web

Menurut Kadir, (2005:2). *World Wide Web* atau biasa disebut *Website* merupakan salah satu sumber daya internet yang berkembang pesat. Saat ini informasi *website* didistribusikan melalui pendekatan *hyperlink*, yang memungkinkan suatu teks, gambar, ataupun objek yang lain menjadi acuan untuk membuka halaman-halaman *web* yang lain.

Menurut Hidayatullah, (2014:3). *World Wide Web* (WWW) adalah suatu program yang ditemukan oleh *Berners-Lee* pada tahun 1991. Awalnya *Berners-Lee* hanya ingin menemukan cara untuk menyusun arsip-arsip risetnya. Untuk itu beliau mengembangkan suatu system untuk keperluan pribadi. Sistem itu adalah program piranti lunak yang diberi nama *equire*. Dengan program itu, *Berners-Lee* berhasil menciptakan jaringan yang menautkan berbagai arsip sehingga memudahkan pencarian informasi yang di butuhkan. Inilah yang kelak menjadi dasar dari sebuah perkembangan pesat yang dikenal sebagai WWW.

Dapat disimpulkan *website* adalah sebuah tempat di Internet, yang menyajikan informasi dengan berbagai macam format data seperti *text*, *image*, bahkan video dan dapat diakses menggunakan berbagai aplikasi klien sehingga memungkinkan penyajian informasi yang lebih menarik dan dinamis dengan pengelolaan yang terorganisasi.

2.1.1.1 Manfaat *Website*

a. Memperkenalkan Profil Perusahaan

Semakin dikenal profil maka akan terkenal profil tersebut. Sebuah perusahaan atau organisasi tentu mau jika profilnya dikenal luas. Untuk itu memilih *website* sebagai media publikasi profil perusahaan adalah salah satu cara yang inovatif.

b. Mempermudah Komunikasi

Website bisa berkomunikasi dengan mudah. Entah itu dengan *klien*, dengan teman-teman, dengan calon konsumen dan sebagainya. *Website* modern dilengkapi dengan berbagai fitur komunikasi yang memungkinkan berbicara dengan pengelola *website*.

c. Mencari Partner Baru

Banyak perusahaan yang terkadang membutuhkan partner untuk saling bekerja sama, dengan mempublikasikan perusahaan lewat *website* yang dioptimalkan, akan semakin banyak orang yang tahu mengenai keberadaan dan eksistensi perusahaan. Perusahaan bisa menemukan partner bisnis yang cocok dan menguntungkan.

2.1.1.2 Pengertian Penjualan

Menurut Hill (2008:05), penjualan merupakan bagian-bagian penting pemasaran, tetapi pemasaran modern melibatkan lebih banyak hal. Banyak yang mengartikan

pemasaran sama dengan penjualan ataupun periklanan namun sebenarnya makna pemasaran jauh melebihi penjualan meskipun memang benar bahwa penjualan adalah bagian dari pemasaran melibatkan lebih banyak hal.

Pengertian penjualan menurut Mulyadi (2008:202), “Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.”

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati.

2.1.3 Pengertian *E-commerce*

Menurut Pearson (2008 : 59), *E-commerce*, adalah penggunaa jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan *internet* dan komputer dengan *browser Web* untuk membeli dan

menjual produk. Menurut Cashman (2007 : 83) *E-commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti *internet*. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke *internet*, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.

Dengan kata lain e-commerce adalah merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau perahlian hak.

2.1.3.1 Jenis-jenis E-commerce

Kegiatan E-commerce mencakup banyak hal, untuk membedakannya ecommerce dibedakan menjadi 4 bagian:

a. B2B (*Business to Business*)

Hal ini berarti kedua pihak perusahaan melakukan transaksi bisnis dalam menjalankan usahanya.

b. B2C (*Business to Consumer*)

Definisi ini berarti transaksi e-commerce merupakan transaksi di mana para pembeli merupakan konsumen individu.

c. C2C (*Consumer to Consumer*)

Disini konsumen menjual secara langsung satu sama lain melalui iklan elektronik atau situs pelanggan.

d. C2B (*Consumer to Business*)

Dalam kategori ini individu menjual barang-barang atau jasa ke perusahaan.

2.1.3.2 Manfaat Menggunakan E-Commerce

Beberapa manfaat e-commerce yang dapat diperoleh dari pelaksanaannya antara lain adalah sebagai berikut :

- a. *Revenue Stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan, yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
- b. Dapat meningkatkan *Market Exposure* (pangsa pasar).
- c. Menurunkan tingkat biaya operasional (*Operating Cost*)
- d. Melebarkan jangkuan
- e. Meningkatkan *Customer Loyalty*

2.1.4 Pengertian Database

Menurut Connolly (2010:65), *database* adalah sekumpulan data tersebar yang berhubungan secara logis, dan penjelasan dari data ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi dari suatu organisasi.

Menurut Inmon (2005:493), *database* adalah sekumpulan data yang saling berhubungan yang disimpan (biasanya dengan redundansi yang terkontrol dan terbatas) berdasarkan skema. Sebuah *database* dapat melayani *single* atau *multiple applications*.

Menurut Gottschalk (2010:41), *database* adalah sekumpulan data yang terorganisir untuk mendukung banyak aplikasi secara efisien dengan memusatkan data dan mengontrol *data redundant*.

Berdasarkan definisi-definisi yang dijabarkan oleh para ahli di atas, maka dapat disimpulkan *database* adalah sekumpulan data yang saling berhubungan dan terorganisir yang disimpan berdasarkan skema dengan memusatkan data dan mengontrol *data redundant* untuk memenuhi kebutuhan informasi dari suatu organisasi.

2.1.5 Pengertian PHP

Menurut Hidayatullah dan Kawistara, (2014:231). PHP (*PHP Hypertext Preprocessor*) adalah sebuah bahasa *scripting* khususnya digunakan untuk *web development*. Karena sifatnya yang *server side scripting*, maka untuk menjalankan PHP harus menggunakan *web server*.

Menurut Supriyanto, (2007:362). PHP adalah Bahasa *server-side – scripting* yang menyatu dengan HTML untuk membuat halaman *web* yang dinamis. Karena PHP merupakan *server-side-scripting*, maka sintaks dan perintah-perintah PHP akan dieksekusi di server kemudian hasilnya akan dikirimkan ke *browser* dengan format HTML.

Dapat disimpulkan PHP adalah bahasa berbentuk *script* untuk membuat halaman *web* yang dinamis yang ditempatkan di server dan diproses di server dan hasilnya dikirim ke *browser* dengan format HTML.

Bahasa pemrograman PHP adalah bahasa pemrograman yang bekerja dalam sebuah *web server*. Script-script PHP yang dibuat harus tersimpan dalam web server dan dieksekusi atau diproses dalam server tersebut. Beberapa keunggulan yang dimiliki program PHP:

- a. Beberapa server seperti apache, Microsoft IIS, PWS, AOLserver, phttpd, fhhttpd, dan Xitami mampu menjalankan PHP.
- b. Tingkat akses PHP lebih cepat serta memiliki tingkat keamanan yang tinggi.
- c. Beberapa database yang sudah ada, baik yang bersifat free/gratis ataupun komersial sangat mendukung akses PHP, diantaranya MySQL, PostgreSQL, mSQL, Informix, dan Microsoft SQL server.
- d. PHP mampu berjalan di Linux sebagai platform sistem operasi utama bagi PHP, tetapi juga dapat berjalan di FreeBSD, Unix, Solaris, windows, dan yang lainnya (MADCOMS, 2008).

2.1.6 Pengertian *MySQL*

Menurut Raharjo, (2011:21). *MySQL* merupakan *software* RDBMS (atau server *database*) yang dapat mengelola *database* dengan sangat cepat, dapat menampung data dalam jumlah yang sangat besar, dapat diakses oleh banyak *user* (*multi user*), dan dapat melakukan suatu proses secara bersamaan (*multy-headed*).

Menurut Ichwan, (2010:23). *MySQL* adalah *Relational Database Management System* (RDBMS) yang didistribusikan secara gratis

dibawah lisensi GPL(*General Public License*). Dimana setiap orang bebas untuk menggunakan *MySql*, namun tidak boleh dijadikan produk turunan yang bersifat *closed source* atau komersial. *MySql* sebenarnya turunan salah satu konsep utama dalam basis data sejak lama yaitu *SQL (Structured Query Language)*.

Dapat disimpulkan *MySql* adalah merupakan *software* RDBMS (atau *server database*) yang dapat mengelola dan menampung data yang sangat besar pada *database* dengan sangat cepat dan dapat diakses oleh banyak *user* untuk membangun aplikasi *web*.

2.1.7 Pengertian Promosi

Menurut Kotler dkk yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009:172), promosi adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual.

Menurut Cannon dkk, (2005:69). Promosi (*Promotion*) adalah mengomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk memengaruhi sikap dan perilaku.

Dapat disimpulkan, promosi adalah unsur bauran promosi yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, kepada *Realation and Publisity* (hubungan masyarakat), *personal selling*, dan *direct marketing* dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

2.1.7.1 Tujuan Promosi


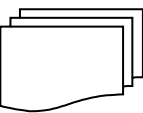
Promosi di rancang semenarik mungkin untuk menjangkau masyarakat luas melalui bermacam-macam media, hal ini bertujuan agar perusahaan dapat berkomunikasi dengan konsumen. Tujuan promosi secara sederhana menurut Kuncoro (2010:134) terbagi menjadi tiga jenis yaitu:



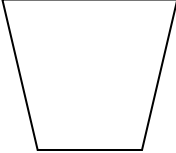
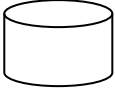


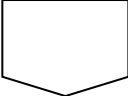
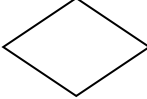
- a. memberikan informasi pelanggan tentang produk atau fitur baru.
- b. mengingatkan pelanggan tentang merek perusahaan.
- c. mempengaruhi pelanggan untuk membeli.

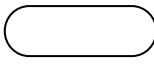
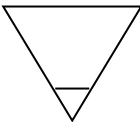
2.1.8 Pengertian *Flowchart*

Menurut Jogiyanto, (2005:796). *Flowchart* adalah bagan alir sistem (*systems flowchart*) bagan yang menunjukkan arus pekerjaan secara keseluruhan dari sistem. Bagan ini menjelaskan urutan-urutan dari prosedur-prosedur yang ada dalam sistem pada tabel 2.1

Tabel 2.1 Simbol-simbol *Flowchart*

No	Nama	Simbol	Keterangan
1.	Dokumen		Dokumen atau laporan, dokumen tersebut dipersiapkan dengan tulisan tangan atau dicetak dengan komputer
2.	Multidokumen		Digambarkan dengan cara menumpukkan simbol dokumen. awal dan akhir dari semua proses.

No	Nama	Simbol	Keterangan
3.	Pengetikan online		Masukkan data melalui peralatan <i>on-line</i> seperti terminal atau personal komputer.
4.	Proses		Fungsi pemrosesan yang dilaksanakan dengan komputer, biasanya menghasilkan perubahan atau data atau informasi.
5.	Proses manual		Pelaksanaan pemrosesan yang dilakukan secara manual.
6.	Disk magnetik		Data disimpan permanen didalam <i>disk</i> magnetis, dipergunakan untuk <i>file</i> utama dan <i>database</i>
7.	Penyimpanan online		Data disimpan didalam <i>file on line temporer</i> melalui media yang dapat diakses secara langsung.
8	Arus dokumen		Arah pemrosesan atau arus dokumen, arus yang normal berada dibawah dan mengarah ke kanan.
9.	<i>Off-page connector</i>		Suatu penanda masuk dari, atau keluar halaman lain.
10.	Keputusan		Langkah mengambil keputusan, dipergunakan dalam sebuah program komputer dengan alir.

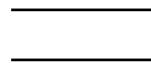

No	Nama	Simbol	Keterangan
11.	Titik terminal		Digunakan untuk menunjukka
12.	Simpanan <i>offline</i>		File non komputer yang diarsip menurut angka.

Sumber : Jogiyanto (2005:796).

2.1.9 Pengertian DFD (*Data Flow Diagram*)

DFD atau *Data Flow Diagram* adalah diagram yang menggunakan notasi-notasi ini untuk menggambarkan arus dari data sistem (Jogyanto, 2005:700) pada tabel 2.2

Tabel 2.2 Simbol–simbol *Data Flow Diagram* (DFD)

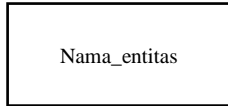
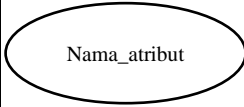
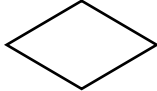

<i>Notasi</i>	<i>Keterangan</i>
	file atau baris data atau penyimpanan (<i>storage</i>): pada pemodelan perangkat lunak yang akan diimplementasikan dengan pemrograman terstruktur, maka pemodelan notasi inilah yang seharusnya dibuat menjadi tabel-tabel basis data yang dibutuhkan, tabel tabel ini juga harus sesuai dengan perancangan tabel-tabel basis data.
	Entitas luar (<i>eksternal entitas</i>) atau masukan (<i>input</i>) keluaran (<i>output</i>) atau orang yang memakain/ berintraksi dengan perangkat lunak yang dimodelkan atau sistem in yang terkait dengan aliran data dari sistem yang dimodelkan.

Sumber Jogiyanto, (2005: 700)

2.1.10 Pengertian DFD (*Data Flow Diagram*)

Menurut Jogiyanto, (2005:144). Database adalah kumpulan file yang saling berkaitan. Pada odeldata relational, hubungan antar file direlasikan dengan kunci relasi (*relation key*) yang merupakan kunci utama dari masing-masing file pada tabel 2.3

Tabel 2.3 Simbol-simbol *Entity Relationship Diagram (ERD)*

Simbol	Deskripsi
<p><i>Entitas/ entity</i></p> 	Entitas merupakan data inti yang akan disimpan: bekal tabel pada basis data; benda yang memiliki data yang dan harus disimpan datanya agar dapat diakses oleh aplikasi komputer; penamaan entitas biasanya lebih ke kata benda dan belum merupakan nama tabel.
<p>Atribut</p> 	<i>Field</i> atau kolom data yang butuh disimpan dalam suatu entitas.
<p>Relasi</p> 	Relasi yang menghubungkan antara entitas; biasanya diawali dengan kata kerja.
<p>Garis</p> 	Garis, sebagai penghubung antara himpunan relasi dengan dan himpunan entitas dengan atributnya relasi.

Sumber : Jogiyanto (2005:796).

2.2 Gambaran Umum Perusahaan

2.2.1 Sejarah Perusahaan

PT.Eka Sumber Artha berdiri pada tanggal 20 April 1989 PT.Eka Sumber Artha adalah perusahaan Distributor Oli Castrol dalam bentuk kemasan dan salah satu distributor utama yang ditunjuk secara resmi untuk *trading Oil Automotive*. PT.Eka Sumber Artha Castrol yang mempunyai pemasaran di seluruh Palembang. Produk kami semua memiliki status kimia global dan telah sesuai di semua lokasi di mana produk digunakan. Otomotif pelumas dikembangkan untuk konsumen, memasok pelumas, dan layanan untuk mobil, sepeda motor, kendaraan komersial, termasuk truk konsumen, pertambangan dan kendaraan pertanian. Saat ini PT.Eka Sumber Artha memiliki karyawan sebanyak 4 (empat) orang, dan untuk pengembangan perusahaan PT.Eka Sumber Artha tersebut mengandalkan bagian *marketing* untuk mencari konsumen, sehingga perusahaan dapat menghasilkan pendapatan yang cukup untuk setiap harinya.

2.2.2 Profil Perusahaan

PT.Eka Sumber Artha adalah perusahaan yang bergerak dibidang oli castrol kemasan . Perusahaan ini memiliki izin usaha perdagangan (SIUP) dan surat izin tempat usaha (SITU);

PT.Eka Sumber Artha berlokasi di Jl. Tanjung Api-Api ,Pergudangan Griya Bandara Indah Blok G 01,Talang jambe Kec. Sukarami Palembang.

2.2.3 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.3.1 Visi Perusahaan

Visi dari perusahaan PT.Eka Sumber Artha adalah membangun perusahaan yang memiliki integritas, loyalitas dan profesional serta berkesinambungan dan menjalankan perusahaan dengan sebaik-baiknya dan menghasilkan hasil penjualan yang bermanfaat bagi para pelanggan.

2.2.3.2 Misi Perusahaan

Misi dari perusahaan PT.Eka Sumber Artha adalah membangun SDM (Sumber Daya Manusia) perusahaan yang berkualitas, menjalankan usaha secara sehat dan disiplin, mengutamakan kenyamanan dan pelayanan konsumen.

2.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Wewenang

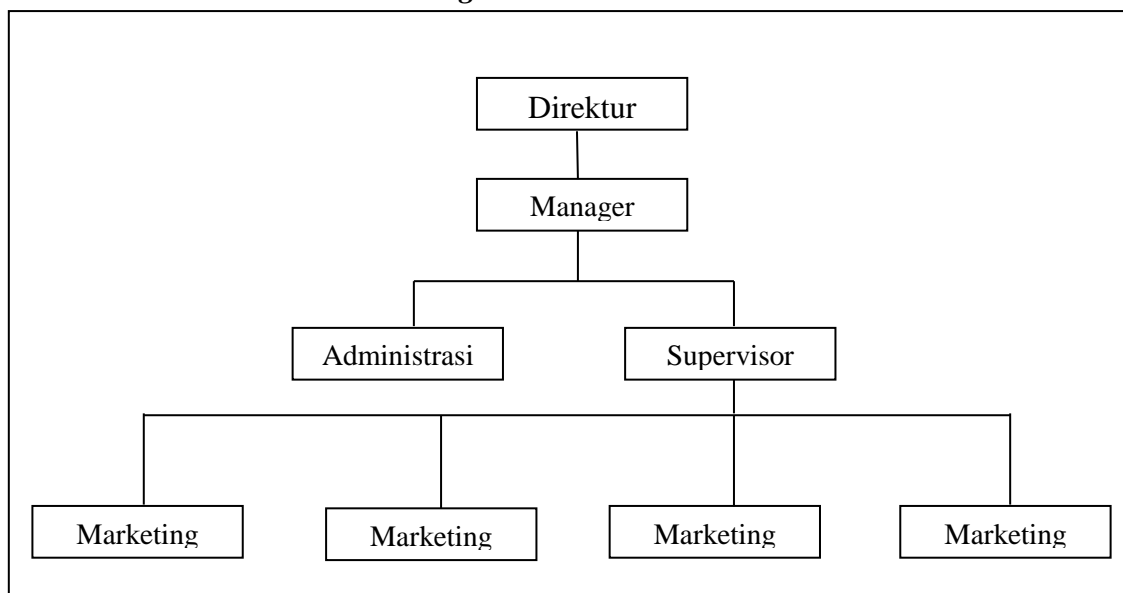
2.3.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah pengakuan organisasi akan adanya kebutuhan untuk mengkoordinasikan pola interaksi para anggota organisasi. Dalam interaksinya anggota organisasi yang membentuk suatu susunan atau hubungan antara bagian-bagian dalam suatu kerja

perusahaan atau organisasi dan menunjukkan berbagai tingkat aktivitas yang berkaitan satu dengan yang lainnya sampai dengan ke tingkatan tertentu, juga untuk menjabarkan hirarki organisasi, struktur wewenang dan tanggungjawab masing-masing.

Bagian dalam organisasi sehingga setiap anggota dapat mengetahui dengan jelas serta pasti dari mana ia menerima perintah dan kepada siapa ia harus melaporkan serta untuk mempertanggung jawabkan terhadap pekerjaan yang telah ia kerjakan. Struktur organisasi juga merupakan bentuk komunikasi antara sesama anggota-anggota dalam organisasi *terbagi menjadi beberapa struktur yang dapat dilihat pada gambar 2.1*

Struktur organisasi PT.Eka Sumber Artha



Sumber : PT.Eka Sumber Artha

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT.Eka Sumber Artha

2.3.2 Uraian Tugas Wewenang

Berdasarkan tugas pokok dan fungsi sebagaimana dimaksud pada struktur organisasi PT.Eka Sumber Artha adalah sebagai berikut :

a. Direktur

1. Memimpin perusahaan dengan membuat kebijakan-kebijakan perusahaan.
2. Memilih, menentukan, mengawasi pekerjaan karyawan
3. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan dan melaporkan laporan pada pemegang saham.
4. Bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan dunia luar perusahaan.
5. Menetapkan strategi-strategi strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan.

b. Manager

1. Bertanggung jawab atas semua kegiatan di PT.Eka Sumber Artha.
2. Bertanggung jawab atas semua kegiatan disetiap masing masing bagian.
3. Bertanggung jawab dalam segala hal termasuk berhasilnya tidak suatu perusahaan.
4. Melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan.

5. Menilai prestasi kerja karyawan, berdasarkan hasil kerja yang dicapai sebagai bahan pemberian bonus.

c. Administrasi

1. Pelaksanaan, administrasi, pembukuan, kearsipan kepegawaian karyawan di lingkungan perusahaan.
2. Merancang dan menjalankan kebijakan karyawan serta program kompensasi untuk karyawan.
3. Memberikan kenyamanan karyawan/ pekerja dalam hal tempat tinggal juga dalam bekerja.
4. Menyusun dan menyampaikan laporan pelaksanaan tugas.

d. Supervisor

1. Menyampaikan kebijakan yang disampaikan oleh jabatan di atasnya kepada seluruh bawahan dan groupnya
2. Mengatur kelompok kerja pada grup yang dipegangnya
3. Memberikan tugas pada subordinatannya
4. Melaksanakan tugas, proyek, dan pekerjaan secara langsung
5. Memberikan training pada subordinate
6. Memimpin dan memotivasi subordinate atau bawahannya.

e. Marketing.

1. Melaksanakan kegiatan dalam promosi, produk perusahaan ke konsumen.
2. Mendata sejauh mana hasil dari penjualan produk.
3. Membangun sarana prasarana perusahaan yang diberikan
4. Produk.

2.3.3 Uraian Kegiatan

Selama menjalani Praktik Kerja Lapangan pada PT.Eka Sumber Artha. Penulis ditempatkan sebagai analisis pengembangan pemasaran agar penjualan oli castrol terjual.

Dari pekerjaan tersebut maka penulis menganalisa untuk perancangan dan pembuatan *website* PT.Eka Sumber Artha, agar perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat untuk melihat produk yang di pasarkan oleh PT.Eka Sumber Artha dan juga dapat meningkatkan target penjualan oli castrol.

BAB III

LAPORAN KEGIATAN

3.1 Hasil Pengamatan

PT Eka Sumber Artha adalah perusahaan yang bergerak dibidang penyediaan oli castrol kemasan yang melayani pembelian oli. dalam sisi promosi, PT Eka Sumber Artha terbilang cukup manual yaitu dengan menggunakan brosur. Promosi ini biasanya dilakukan oleh marketing dengan cara menawarkan oli castrol kemasan kepada masyarakat, setelah marketing meberikan penawaran tersebut maka marketing mengajak pelanggan ke lokasi oli castrol yang di pasarkan, dan apabila sesuai dengan keiinginan pelanggan maka marketing menyarankan membawa persyaratan yang sudah ditentukan oleh PT Eka Sumber Artha .

Awalnya media promosi ini berjalan dengan efektif. Akan tetapi, seiring berkembangnya zaman ditambah dengan kemajuan teknologi cara promosi ini berubah menjadi kurang efektif. Banyak perusahaan penyedia oli kemasan melakukan promosi dengan membangun jembatan antar muka antara pelanggan dan perusahaan melalui *website*.

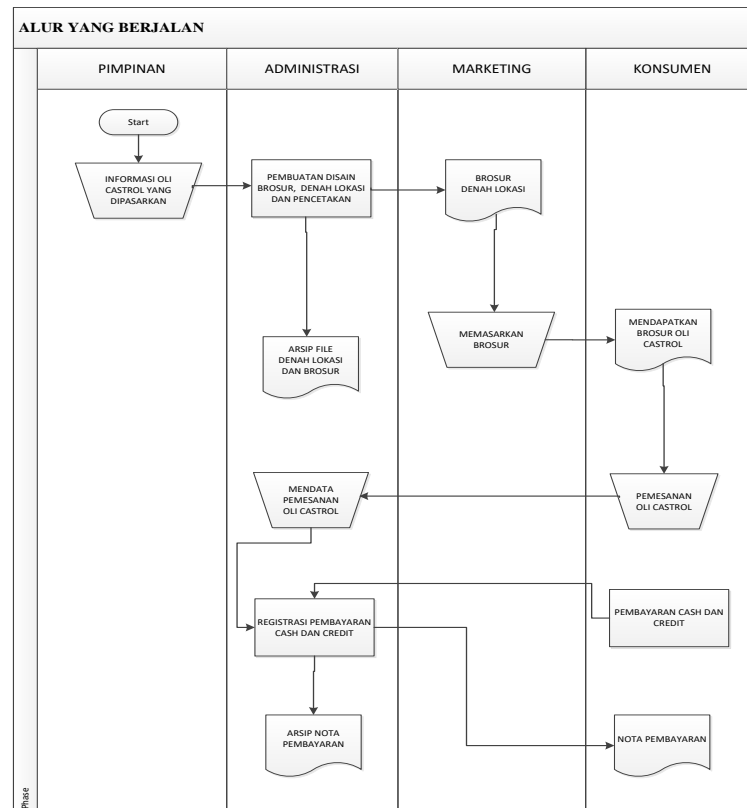
Karena permasalahan inilah, maka PT Eka Sumber Artha harus memiliki jembatan anatar muka seperti *website* yang akan membantu perusahaan dalam mempromosikan produk yang mereka tawarkan.

3.1.1. Prosedur Yang Berjalan

Prosedur yang berjalan di PT.Eka Sumber Artha saat ini adalah sebagai berikut :

- a. Supervisor memberikan masukan kepada marketing tentang penjualan Oli Castrol.
- b. Konsumen yang sudah mendapatkan informasi mengenai Oli Castrol langsung menghubungi marketing untuk meminta penjelasan tentang cara pembayaran dan pemesanan.
- c. Marketing mencari konsumen dan memberikan penjelasan kepada pelanggan mengenai harga,jenis barang dan kegunaannya .
- d. Administrasi menginput data konsumen yang membeli oli castrol secara tunai, *credit* dan juga *credit* berjangka.

Adapun mekanisme alur yang berjalan pada PT Eka Sumber Artha pada tabel 3.1



Gambar 3.1. Alur yang berjalan pada PT.Eka Sumber Artha

3.2 Evaluasi dan Pembahasan

3.2.1 Evaluasi

PT.Eka Sumber Artha adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan oli castrol kemasan . Pada saat ini promosi pada awalnya tidak memiliki kendala, akan tetapi seiring berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi promosi yang dilakukan PT.Eka Sumber Artha ini kalah saingan dengan perusahaan oli yang telah menggunakan *website*.

Untuk Meningkatkan promosi pada PT.Eka Sumber Artha diharuskan memiliki jembatan antar muka seperti *website*.

3.2.2 Identifikasi Masalah.

Tabel 3.1. Masalah yang ada di PT.Eka Sumber Artha.

Masalah	Penyebab Masalah
Promosi yang kurang <i>efektif</i>	Promosi masih menggunakan Brosur

Tabel 3.2. Titik Keputusan yang dilakukan di PT.Eka Sumber Artha.

Penyebab	Titik Keputusan	Lokasi
Promosi Masih Menggunakan Brosur	Membuat jembatan antar muka seperti <i>website</i> sebagai media promosi	Administrasi

3.2.3 Pembahasan

Dengan adanya masalah yang terjadi di PT.Eka Sumber Artha maka penulis mengusulkan pembuatan jembatan antar muka berupa *website* yang menghubungkan antara pelanggan dengan PT.Eka Sumber Artha. Adapun usulan aliran data yang diajukan oleh penulis yaitu :

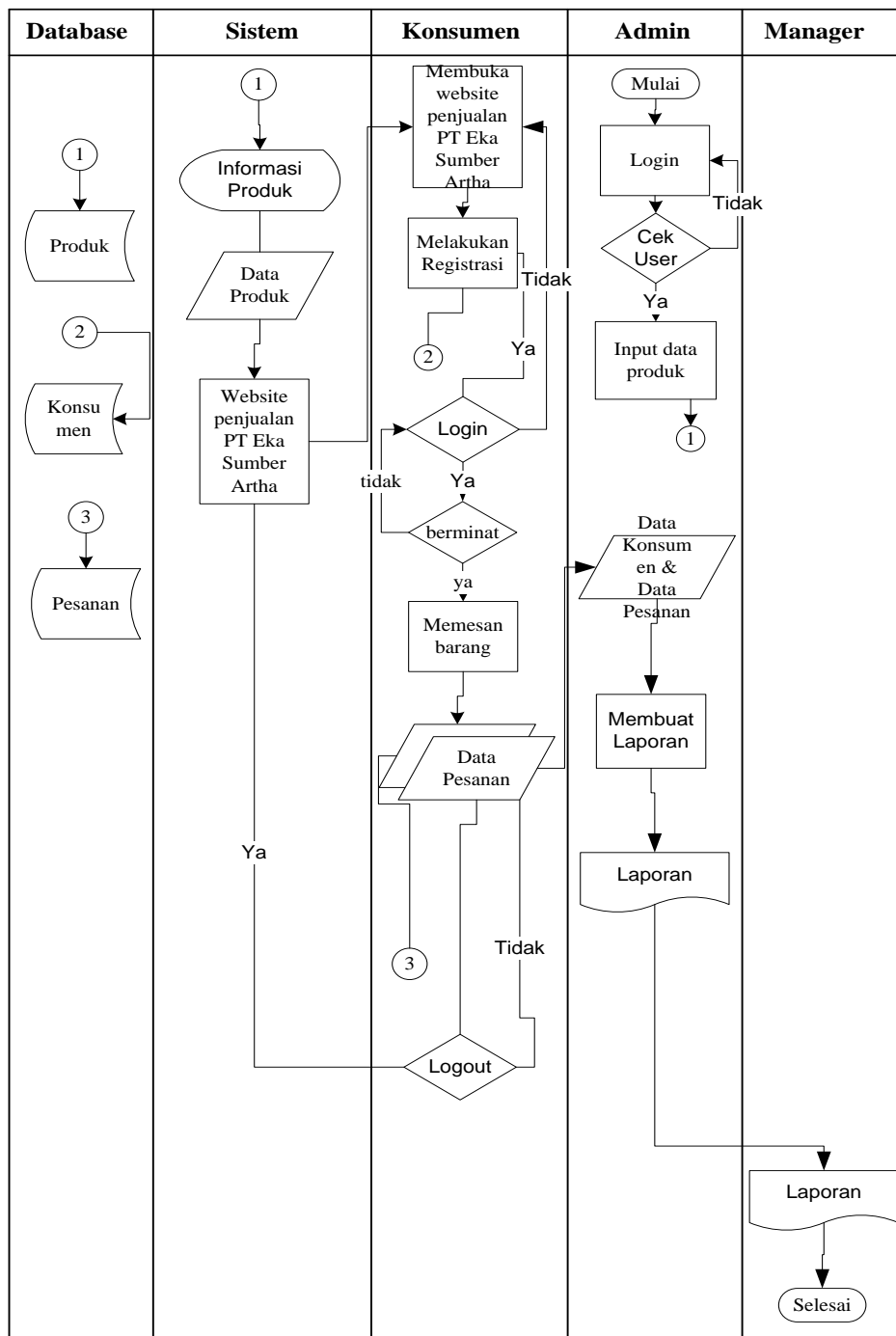
3.2.3.1 Diagram Aliran Data

Berdasarkan hasil penelitian penulis memberikan gambaran arus data terhadap sistem yang diajukan:

1. Flowchart

Flowchart disini berisikan tentang bagan alir yang diajukan pada tabel

3.2



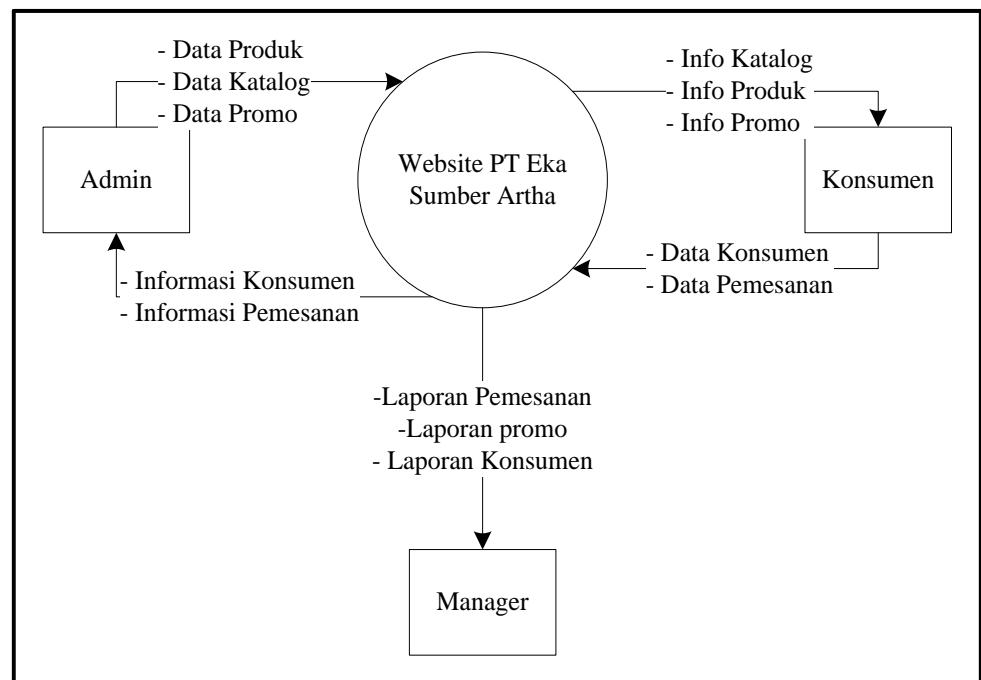
Gambar 3.2. Sistem bagan alir yang diajukan

2. Data Flow Diagram (DFD)

DFD atau *Data Flow Diagram* adalah diagram yang menggunakan notasi-notasi ini untuk menggambarkan arus dari data sistem (Jogiyanto, 2005:700). Berdasarkan analisis penelitian, peneliti memberikan gambaran arus data terhadap sistem yang akan direncanakan sebagai berikut :

A. Diagram Konteks

Diagram konteks adalah diagram yang menggambarkan bagian besar dari aliran arus data promosi, dapat dilihat pada gambar 3.3 berikut ini :



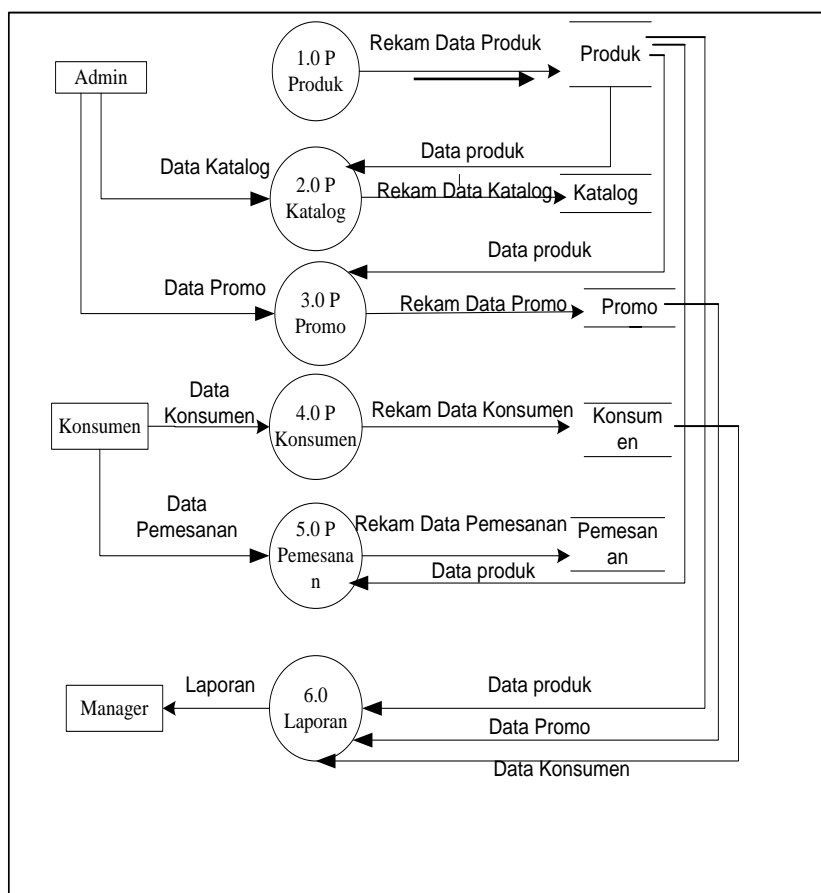
Gambar 3.3. Diagram konteks

Diagram konteks diatas menjelaskan bahwa *website* penjualan pada PT.Eka Sumber Artha memiliki 2 (dua) entitas yaitu konsumen adalah orang yang berperan sebagai pengunjung *website* PT.Eka Sumber Artha,

administrasi adalah orang yang bertanggung jawab menginput data produk.

B. Diagram Level 0

Diagram level 0 adalah diagram yang menunjukkan semua proses utama yang menyusun keseluruhan sistem. Diagram ini dapat dilihat pada gambar 3.4 sebagai berikut :



Gambar 3.4. Diagram level 0

- Proses 1.0P adalah aktivitas dimana administrasi menginput data produk. Proses ini direkam pada *database produk*.
- Proses 2.0P adalah aktivitas dimana konsumen menginput data identitas konsumen. Proses ini direkam pada *database katalog*.

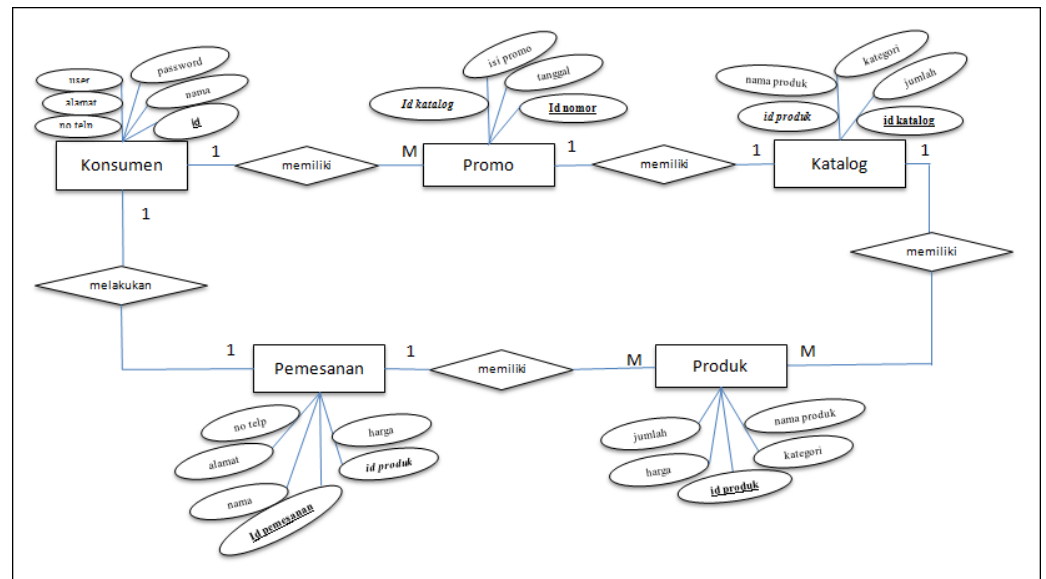
- c. Proses 3.0P adalah aktivitas dimana promo menginput data untuk promo. Proses ini direkam pada *database* promo.
- d. Proses 4.0P adalah aktivitas dimana konsumen memesan barang yang ditawarkan oleh PT. Eka Sumber Artha, dan konsumen mendapatkan informasi produk perusahaan. Proses ini direkam pada *database* konsumen.
- e. Proses 5.0P adalah aktivitas dimana pemesanan memesan barang yang ditawarkan oleh PT. Eka Sumber Artha, Proses ini direkam pada *database* pemesanan.
- f. Proses 6.0P adalah aktivitas dimana semua data dibuat menjadi laporan untuk kemudian dilaporkan kepada manager.

3.2.3.2 Hubungan Antar Data

Hubungan antar data yang penulis gunakan disini berupa ERD (*Entity Relationship Diagram*) himpunan relasi yang masing-masing dilengkapi dengan atribut-atribut yang berisi komponen-komponen himpunan entitas.

1. *Entity Relationship Diagram* (ERD)

Berikut ini adalah gambar *Entity Relationship Diagram* (ERD) yang berisi komponen-komponen himpunan *entitas* dan himpunan relasi yang masing-masing dilengkapi dengan atribut-atribut pada gambar 3.5 :



Gambar 3.6. Entity Relationship Diagram (ERD)

Diagram ERD pada gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Tabel identitas, berfungsi menyimpan data konsumen.
- Tabel produk, berfungsi menyimpan data produk, tabel produk ini hanya admin yang dapat memiliki akses (mengelola data).
- Tabel pembelian adalah tabel yang berisi mengenai transaksi pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk PT Eka Sumber Artha.

3.2.3.3 Struktur Tabel

Basis data digunakan untuk melakukan transformasi dari diagram ERD yang terdiri dari himpunan relasi kedalam bentuk tabel. Desain tabel yang digunakan untuk menentukan struktur dari tabel-tabel yang akan dibuat berisikan nama-nama *field*

type field, dan ukurannya, dimana tabel-tabel tersebut digunakan untuk menampung data. Adapun desain tabel yaitu :

1. Tabel Konsumen

Tabel Konsumen digunakan untuk menampung data identitas konsumen, yang menggunakan ini hanya administrasi pada tabel 3.1

Nama *table* : konsumen

Primary Key : id konsumen

Tabel 3.1. Tabel Konsumen

No	Field Name	Type	Width	Keterangan
1	<u>Id konsumen</u>	Integer	5	Id Konsumen
2	Nama_Konsumen	Varchar	25	Nama Konsumen
4	Password	Varchar	15	Password konsumen
5	User	Varchar	25	User Konsumen
6	No_Telp	Varchar	50	Nomor telp Konsumen
7	Alamat	Text	25	Alamat Konsumen

2. Tabel Promo

Tabel Promo digunakan untuk menampung data Promo pada tabel 3.2

Nama *table* : promo

Primary Key : id nomor

Foreign Key : id_katalog

Tabel 3.2. Tabel Promo

No	Field Name	Type	Width	Keterangan
1	<u>Id nomor</u>	Integer	15	Id_nomor Promo

No	Field Name	Type	Width	Keterangan
2	<i>Id_Katalog</i>	Integer	10	Id_katalog Promo
3	Tanggal	<i>Varchar</i>	25	Tanggal Promo
4	Isi Promo	<i>Varchar</i>	25	Isi Promo

3. Tabel Katalog

Tabel pembelian digunakan untuk menampung data Katalog pada tabel

3.3

Nama *table* : Katalog

Primary Key : id_Katalog

Foreign Key : id_Produk

Tabel 3.3. Tabel Katalog

No	Field Name	Type	Width	Keterangan
1	<u><i>Id_Katalog</i></u>	Integer	10	Id_katalog Katalog
2	<i>id_Produk</i>	Integer	10	Id_Produk Katalog
3	Nama_Produk	Varchar	25	Nama Produk Konsumen
4	Kategori	Varchar	25	Kategori Konsumen
5	Jumlah	Int	25	Jumlah

4. Tabel Produk

Tabel identitas digunakan untuk menampung data produk pada tabel 3.4

Nama *table* : produk

Primary Key : id_Prooduk

Tabel 3.4. Tabel Produk

No	Field Name	Type	Width	Keterangan
1	<u>Id_Produk</u>	Integer	15	Id_Produk
2	Nama_produk	Varchar	25	Nama produk
3	Kategori	Varchar	25	Kategori
4	Harga	Int	25	Harga
5	Jumlah	Int	25	Jumlah

5. Tabel Pemesanan

Tabel pemesanan digunakan untuk menampung data pemesanan pada tabel 3.5

Nama *table* : pemesanan

Primary Key : id_pemesanan

Foreign Key : *id_produk*

Tabel 3.5. Tabel Pemesanan

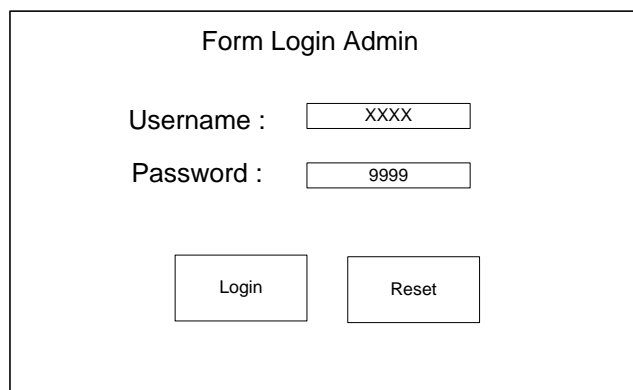
No	Field Name	Type	Width	Keterangan
1	Id_Pemesanan	<i>integer</i>	<i>10</i>	<i>Nomor pembelian</i>
2	Id_Produk	Integer	15	Id_Produk
3	Nama_produk	Varchar	25	Nama produk
4	Alamat	Text	25	Alamat Konsumen
No	Field Name	Type	Width	Keterangan
5	No_Telp	Varchar	50	Nomor telp Konsumen
6	Harga	<i>Int</i>	<i>25</i>	<i>Harga</i>

3.2.3.4 Desain Tampilan

1. Desain Input

A. Desain Tampilan Halaman Login Admin

Desain login adalah bagian yang muncul pada saat administrasi melakukan login. Seperti yang terlihat pada gambar 3.7 ini dibawah ini :

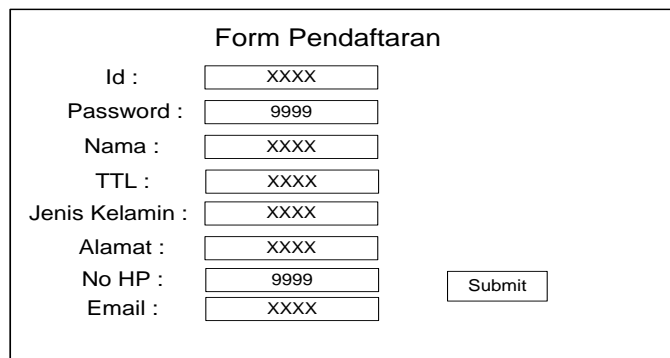


The image shows a login form titled "Form Login Admin". It contains two input fields: "Username" with the placeholder text "XXXX" and "Password" with the placeholder text "9999". Below the input fields are two buttons: "Login" and "Reset".

Gambar 3.7. Desain Tampilan Halaman Login Admin

B. Desain Tampilan Pendaftaran Konsumen

Desain input data konsumen adalah bagian yang muncul pada saat konsumen melakukan pendaftaran. Seperti yang terlihat pada gambar 3.8 ini dibawah ini :

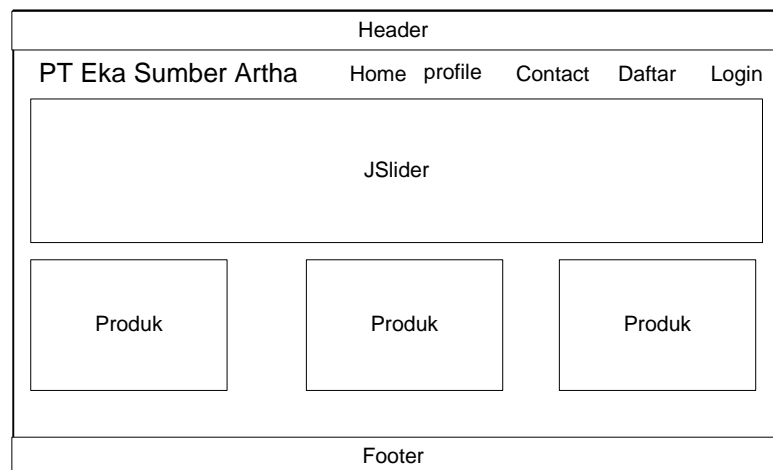


The image shows a registration form titled "Form Pendaftaran". It contains eight input fields: "Id" (XXXX), "Password" (9999), "Nama" (XXXX), "TTL" (XXXX), "Jenis Kelamin" (XXXX), "Alamat" (XXXX), "No HP" (9999), and "Email" (XXXX). A "Submit" button is located to the right of the "No HP" and "Email" fields.

Gambar 3.8. Desain Tampilan Form Pendaftaran

A. Desain Tampilan Halaman Awal

Desain tampilan halaman awal . Seperti yang terlihat pada gambar 3.9 ini dibawah ini :



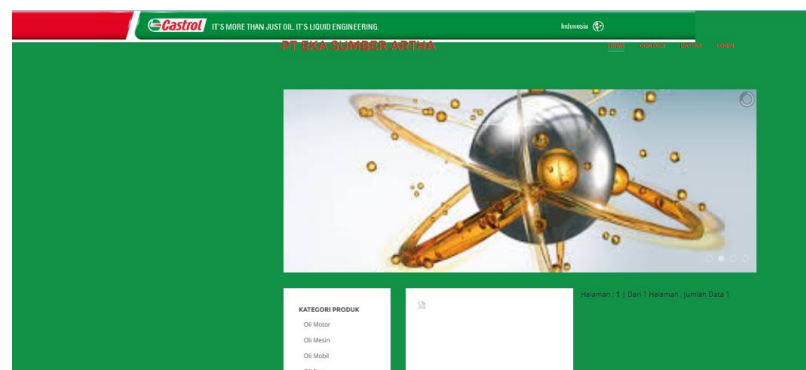
Gambar 3.9. Desain Tampilan Halaman Awal

A. Desain Tampilan *website* PT.Eka Sumber Artha Layar

Menu utama PT.Eka Sumber Artha

Menu utama adalah bagian muka pada *website* yang akan muncul pertama pada saat konsumen melihat *website* tersebut.

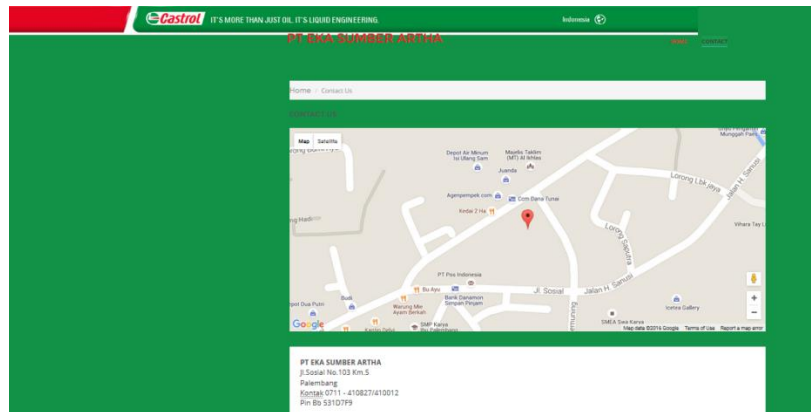
Seperti yang terlihat pada gambar 3.10 ini dibawah ini :



Gambar 3.10. Menu utama (Tampilan awal)

B. Layar Menu Contact PT.Eka Sumber Artha

Pada menu antar muka ini menampilkan alamat perusahaan lengkap dengan peta lokasi dan juga akses yang dapat menuju ke kantor. Seperti yang terlihat pada gambar 3.11 ini :



Gambar 3.11. Menu *contact*

C. Layar Menu Daftar PT.Eka Sumber Artha

Pada menu Daftar Konsumen adalah bagian yang muncul pada saat konsumen melakukan pendaftaran maka data tersebut tersimpan di database admin sebagai data konsumen. Seperti yang terlihat pada gambar 3.12 ini :

Gambar 3.12. Menu Daftar Konsumen

D. Layar Menu Promosi PT.Eka Sumber Artha

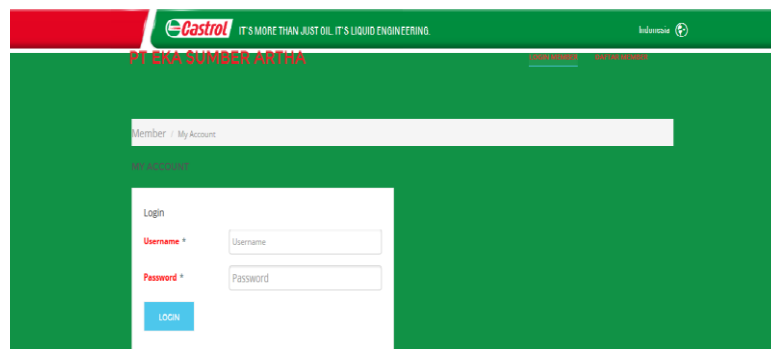
Menu Promosi adalah untuk menampilkan promosi barang pada konsumen setiap bulannya, Seperti yang terlihat pada gambar 3.13 ini dibawah ini :



Gambar 3.13. Promosi

E. Layar Menu *Login* PT.Eka Sumber Artha


Menu input login adalah bagian yang muncul pada saat administrasi melakukan login, Seperti yang terlihat pada gambar 3.14 ini dibawah ini :



Gambar 3.14. Login

F. Layar Admin Data PT.Eka Sumber Artha

Menu *admin* data adalah untuk menyimpan data yang di input maupun output dan berupa kategori barang,harga oli,stok barang,dan nama barang, Seperti yang terlihat pada gambar 3.15 ini dibawah ini :

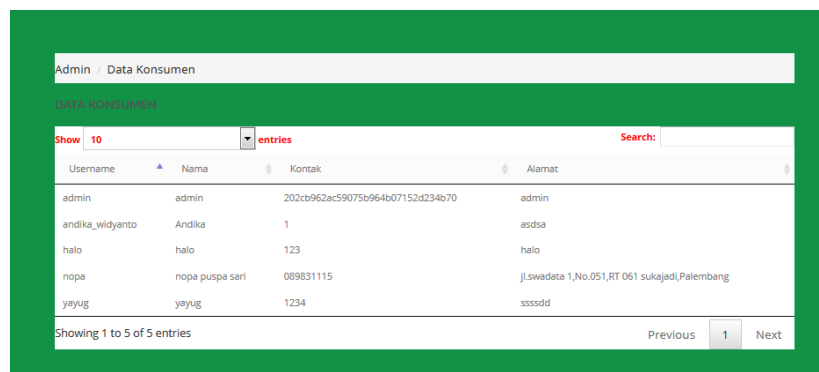


Gambar	Kategori	Nama oli	Keterangan	Harga	Stok	Pilihan
	Oli Motor	asdas	asd	Rp.25.000,00	20	✕ ⊞ +

Gambar 3.15. Admin Data

G. Layar Data Konsumen PT.Eka Sumber Artha

Menu data konsumen adalah data yang tersimpan ketika konsumen mengisi menu pendaftaran . Seperti gambar gambar 3.15 ini :

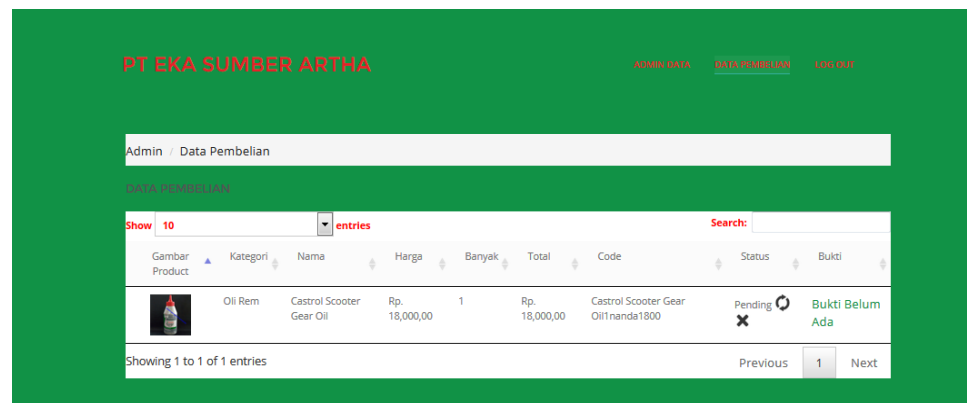


Username	Nama	Kontak	Alamat
admin	admin	202cb962ac59075b964b07152d234b70	admin
andika_widyanto	Andika	1	asdsa
halo	halo	123	halo
nopa	nopa puspa sari	089831115	Jl.swadeta 1,No.051,RT 061 sukajadi,Palembang
yayug	yayug	1234	ssssdd

Gambar 3.15. Data Konsumen

H. Layar Data Pembelian PT.Eka Sumber Artha

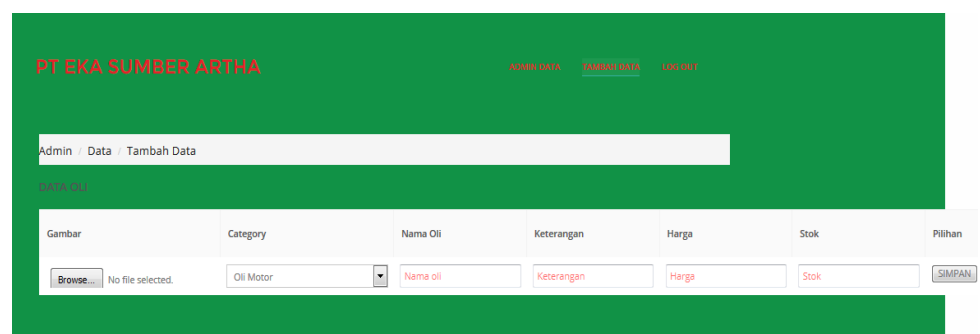
Menu data pembelian adalah untuk menampilkan data pemesanan dari konsumen, seperti gambar yang terlihat pada gambar 3.16 ini :



Gambar 3.16. Data Pembelian

I. Layar Tambah Data PT.Eka Sumber Artha

Menu tambah data adalah data tambahan baru yang di input oleh admin, Seperti yang terlihat pada gambar 3.17 ini :



Gambar 3.17 . Data Pembelian

BAB IV

PENUTUP

4.1. Simpulan

Berikut ini adalah kesimpulan yang didapat pada saat pengembangan website pada PT.Eka Sumber Artha.

1. Dengan adanya website, semua laporan penjualan tidak perlu lagi di buat secara manual, Karena di website sudah ada data laporan penjualan secara otomatis.
2. Dari beberapa penelektatan dan penelitian, penulis menyarankan, dengan adanya *Website* Penjualan sebagai jembatan antar muka dalam pemasaran produknya, dapat membantu bagi perusahaan dalam. Sehingga kebutuhan perusahaan akan pasar penjualan oli castrol tercapai.

4.2 . Saran

Berikut ini adalah saran yang dapat di berikan PT.Eka Sumber Artha.

1. Sistem yang baik harus dibuktikan dengan berjalannya waktu semakin banyak data yang diolah dan ditampung maka kemampuan sistem baru lah dapat diuji. Sebaiknya pihak manajemen melakukan pengujian berkala dan melakukan analisis dari hasil uji coba tersebut.
2. Sistem pembayaran masih melalui transfer bank manual dan Verifikasinya masih menggunakan cara yang manual. Sistem yang

dikembangkan belum tersedia sistem pembayaran virtual seperti, visa, credit card, dan debit card dikarenakan penerapannya masih terkendala jalur birokrasi yang rumit (kerjasama dengan berbagai pihak seperti bank dan paypal). Jika ada penelitian yang ingin meneliti dengan tema yang hampir sama sebaiknya menambahkan metode pembayaran virtual ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kadir Abdul. 2005. *Pemrograman WEB denganASP* .CV Andi Offset:YogyakartaSupriyanto
- Aji. 2007. *PengantarTeknologiInformasi*.SalembaInfotek :jakarta
- Raharjo Budi. 2011. *BelajarOtodidakMembuat Database MenggunakanMySql*.Informatika Bandung:Bandung
- Cannon, Perreault, McCarthy. 2007. *PemasaranDasar*.SalembaEmpat :Jakarta
- Hartono, Jogiyanto 2005. *AnalisisdanDisainSistemInformasi* .CV Andi Offset :Yogyakarta
- Hery, Koesnaedi 2005. *Tips TrikAmpuhMenulisScripsi, TesisdanDisertasi* .Grafika:Yogyakarta
- JauhariKhairulKawistara, PriyantoHidayatullah 2014. *Pemrograman Web*.InformatikaBandung :Bandung
- IchwanM . 2010. *Pemrograman Basis Data Delhi 7 danMySql*.InformatikaBandung:Bandung
- SarwokoJimmy, (12;2014). *Perancangan website untukmengetahuikepribadianseseorang*, UNIKOM, diaksestanggal 16 juni 2015
- Susanto, Azhar. 2005. *SistemInformasiAkuntansiKonsepdanPengembanganBerbasisKomputer*. LinggaJaya :Bandung

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1. Form Topik dan Judul. (*fotocopy*)
2. Lampiran 2. Surat Balasan Dari Tempat PKL. (*fotocopy*)
3. Lampiran 3. Form Absensi PKL. (*fotocopy*)
4. Lampiran 4. Form Kegiatan Harian PKL. (*fotocopy*)
5. Lampiran 5. Form Nilai PKL. (*fotocopy*)
6. Lampiran 6. Form Konsultasi. (*fotocopy*)
7. Lampiran 7. Form Surat Pengajuan Ujian PKL. (*fotocopy*)
8. Lampiran 8. Surat Pernyataan Ujian Laporan PKL (*fotocopy*)
9. Lampiran 9. Bukti Wawancara PKL

