

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3. Landasan Teori Dan Penelitian Terdahulu

3.1. Landasan Teori

3.1.1. Aplikasi

Aplikasi berasal dari kata *application* yang artinya penerapan, lamaran, penggunaan. Menurut Nurcahyo (2012:16), aplikasi adalah program siap pakai yang direka untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna atau aplikasi lain dan dapat digunakan oleh sasaran yang dituju.

Menurut Yuhefizar (2016: 291) aplikasi merupakan program yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan untuk menjalankan kebutuhan tertentu. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa aplikasi ialah sebuah program komputer yang dibuat guna membantu pemakai komputer dalam berinteraksi.

3.1.2. *E-Marketplace*

Menurut Rahmadi, Adam dan Azani (2015:5439), Dalam arti luas *e-marketplace* adalah sebuah sistem informasi antar organisasi dimana pembeli dan penjual di pasar mengkomunikasikan informasi tentang harga dan produk dan mampu menyelesaikan transaksi melalui saluran komunikasi

elektronik. Suatu *e-marketplace* mempresentasikan suatu struktur sosial, konsep ekonomi pasar, dan penggunaan teknologi. *E-marketplace* dapat memberikan peluang untuk melakukan bisnis dan melaksanakan transaksi melalui saluran elektronik, biasanya pada platform yang berbasis internet.

E-marketplace ada dalam berbagai bentuk dan dapat mendukung banyak kebutuhan bisnis yang berbeda. *E-marketplace* dapat melayani pasar vertikal maupun pasar horisontal, dapat dimiliki oleh pembeli, penjual atau bahkan pihak independen, dapat memungkinkan menjadi pasar dengan harga tetap, fleksibel atau kombinasi keduanya, pasar dapat terbuka untuk umum atau hanya terbuka untuk sebagian kalangan. Model *e-marketplace* dapat dikategorikan menjadi empat kategori, diantaranya sebagai berikut :

1. *Consortia*

Kelompok perusahaan dalam suatu industri menjalankan dan memiliki *e-marketplace* dan dapat membeli serta menjual satu sama lain antar perusahaan.

2. *Private*

Satu organisasi memiliki dan menjalankan *e-marketplace* sendiri. Hal ini bisa menjadi menjual sisi *e-marketplace*, dimana organisasi menjual produk kepada pembeli yang

memenuhi syarat atau sisi pembeli dimana pembeli dapat berpartisipasi sebagai pemasok.

3. *Public / Independent*

Suatu organisasi independen dapat memiliki dan menjalankan *e-marketplace* sehingga pihak lain tidak memiliki kepemilikan terhadap *e-marketplace*.

4. *Community*

Kelompok masyarakat atau organisasi pemerintah yang memiliki kepemilikan dan menjalankan *e-marketplace* untuk mendukung masyarakat.

3.1.3. Website

Menurut Hidayat (2010:2), *Website* atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait , yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

Menurut (Agus Hariyanto, 2015), Website adalah “*Web* dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar, data animasi, suara, video dan gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling

terkait, dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*)”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *webiste* adalah halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi yang dapat dilihat saat anda terkoneksi dengan internet.

3.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang sudah dibuat oleh peneliti lain yang digunakan sebagai referensi penulis. Adapun penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1 Hasil Penelitian Terdahulu

JUDUL	NAMA	HASIL PENELITIAN
PERANCANGAN WEB E-COMMERCE DENGAN METODE RAPID APPLICATION DEVELOPMENT (RAD) UNTUK PRODUK UNGGULAN DESA.	Teni Wahyunigrum dan Dwi Januarita	Berdasarkan hasil survey kepada 24 pengusaha mikro di desa Grecol, Kalimantan, Purbalingga pada tanggal 28 Mei 2014 di Balai desa Grecol, terdapat enam prosedur kerja yang berkaitan dengan penjualan, yaitu: pemesanan barang, pengadaan barang, penyiapan dan pengiriman barang, pembayaran, penagihan dan pembayaran ke pemasok. Dalam menjalankan proses bisnisnya, para pemasok/pengrajin/pabrik berinteraksi langsung dengan pembeli, dan penjualan dilakukan secara langsung. Kelemahan dari sistem ini adalah tidak adanya kontrol pelanggan dan pesanan, karena sebagian hanya menggunakan satu dokumen yaitu nota

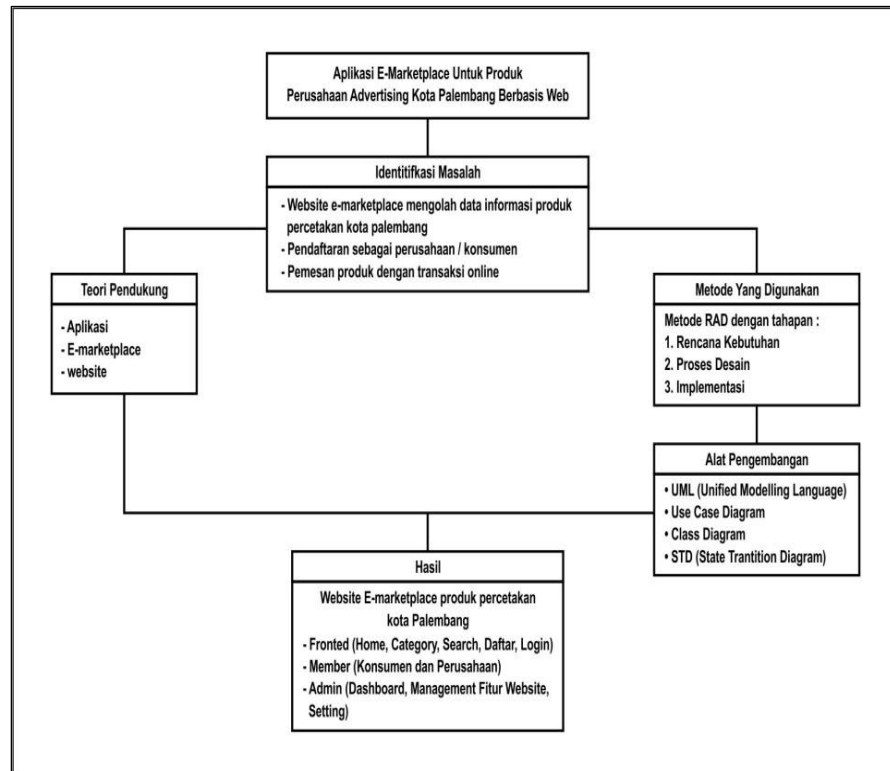
JUDUL	NAMA	HASIL PENELITIAN
		penjualan, dan sebagian lain tidak menggunakan dokumen apapun.
E-MARKETPLACE BATIK	Berlian Kusuma Riasti, Sahirul Alim Tri Bawono dan Eksan Setyawan	Hasil penelitian yang didapat ada beberapa hal yaitu kebutuhan system, desain program, hasil pengujian. Kebutuhan system berupa table kebutuhan system analisis (berbentuk kebutuhan fungsional system). Desain program menggunakan UML (diagram yang digunakan <i>Use Case</i> dan <i>Class Diagram</i>). Hasil pengujian berupa table pengujian fungsionalitas dari form-form yang diperoleh dari analisis kebutuhan system.
ANALISIS SISTEM INFORMASI E-MARKETPLACE PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) KERAJINAN BAMBU DUSUN BRAJAN	Emha Tufiq Luthfi, Hanafi Al Fatta, Hartatik, Hastari Utama	Hasil penelitian sistem ini mampu mengola semua kebutuhan fungsional, sistem ini mampu mengolah penjualan produk yang dilakukan penjualan, memproses pesanan dan transaksi.
REKAYASA E-MARKETPLACE UNTUK KELOMPOK USAHA PEMUDA BINAAN DINAS PEMUDA DAN OLAHRAGA PROVINSI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN DAN PENJUALAN PRODUK UMKM	Ajib Susanto, Wijanarto, Ibnu Utomo WM	<i>E-Marketplace</i> UMKM yang dihasilkan dengan konsep CMS (<i>Content Management System</i>) yang memberikan kemudahan dalam mengolah toko <i>online</i> yang didalamnya terdapat fasilitas pengelolaan produk melayani penjualan dan melakukan promosi produk terhubung ke facebook, twitter, blog, dll.

JUDUL	NAMA	HASIL PENELITIAN
pMODEL APLIKASI E-MARKET SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN TUKAR MENUKAR INFORMASI ANTARA PENJUAL DAN PEMBELI	Frans Richard Kodong, Wilis Kaswidjanti, Arif Setiyawan	Hasil penelitian yang di dapat ialah aplikasi e-marketplace sebagai sarana promosi dan pertukaran informasi antar penjual dan pembeli. Dan aplikasi ini menggunakan metode <i>GRAPLLE</i>

Berdasarkan hasil penelitian diatas terdapat perbandingan dengan penelitian penulis yaitu sebagai berikut :

1. Media yang dengan mengirim materi kepada perusahaan percetakan.
2. Website *e-marketplace* yang akan penulis buat tidak hanya untuk pengunjung serta konsumen saja melainkan perusahaan percetakan juga dapat mendaftar pada website tersebut.
3. Penelitian diatas dengan penelitian yang penulis buat sama-sama menggunakan metode RAD (*Rapid Application Development*).
4. Website *e-marketplace* yang akan penulis buat juga dapat di buka pada *smartphone*.

3.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 3.1 Kerangka Berfikir

1. Aplikasi *E-Marketplace* untuk produk perusahaan *Advertising* kota Palembang berbasis *web*.
2. Identifikasi masalah yaitu:
 - a. Website E-Marketplace mengolah data informasi produk percetakan kota Palembang
 - b. Pendaftaran sebagai perusahaan / konsumen
 - c. Pemesanan produk dengan transaksi online

3. Teori pendukung :
 - a. Aplikasi
 - b. *E-Marketplace*
 - c. *Website*
4. Metode yang digunakan ialah metode RAD dengan tahapan:
 - a. Rencana kebutuhan
 - b. Proses desain
 - c. Implementasi
5. Alat pengembangan:
 - a. UML
 - b. *Use Case Diagram*
 - c. *Class Diagram*
 - d. *STD (State Transition Diagram)*
6. Hasil *Website E-Marketplace* produk percetakan kota Palembang:
 - a. *Fronted (Home, Catagory, Search, Daftar, Login)*
 - b. *Member (Perusahaan dan Konsumen)*
 - c. *Admin (Dashboard, Management Fitur Website, Setting)*