

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan Perkembangan teknologi berlangsung dengan kecepatan yang luar biasa. Teknologi merupakan penerapan ilmu pengetahuan yang menghasilkan solusi praktis yang kompleks, mendorong kemajuan manusia ke tingkat yang lebih tinggi. Semua ini merupakan hasil dari pemikiran manusia yang terus berkembang, mencerminkan perkembangan media dan perangkat yang digunakan oleh seluruh masyarakat. Evolusi ilmu teknologi ini dapat dipelajari dan dijelajahi dalam konteks Al-Qur'an yang membahas tentang alam material, fenomena alam, dan mendorong manusia untuk memahami dan memanfaatkan alam ini. Pembahasan ini memberikan dasar bagi penelitian dan eksplorasi yang berujung pada perkembangan ilmu teknologi. Al-Qur'an juga menekankan penciptaan alam semesta oleh Allah SWT untuk kemaslahatan umat manusia ditekankan dan ditegaskan beberapa kali di seluruh Al-Qur'an.

Dalam Al-Qur'an surat Al-Jasiyah Ayat 13, menjelaskan tentang memanfaatkan alam materi dan fenomenanya:

وَسَخَّرَ لَكُم مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ

Artinya : "Dan Dia menundukkan apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi untukmu semuanya (sebagai rahmat) dari-Nya. Sungguh, dalam hal yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang berpikir". (QS. Al-Jasiyah Ayat :13)

Unit Marketing dan Promosi UM Metro adalah Unit yang bertanggung jawab untuk mengelola proses penerimaan mahasiswa baru (PENMARU) di Universitas Muhammadiyah Metro. Dalam rangka meningkatkan efisiensi serta efektivitas dalam proses penerimaan mahasiswa baru, Unit Marketing dan Promosi UM Metro telah mengadopsi teknologi informasi. Salah satu aspek kunci dalam proses penerimaan ini adalah kegiatan Visitasi, yang merupakan kunjungan atau sosialisasi ke sekolah-sekolah tingkat atas atau SMA setara. Tujuan utama dari Visitasi adalah untuk mempromosikan Universitas Muhammadiyah Metro kepada calon mahasiswa baru.

Kegiatan Visitasi dapat dilakukan melalui dua pendekatan. Pertama, sekolah-sekolah dapat mengajukan permintaan kunjungan ke Unit Marketing dan Promosi untuk mengunjungi sekolah mereka. Kedua, tim dari Unit Marketing dan

Promosi UM Metro dapat mengambil inisiatif dengan mengajukan permintaan kunjungan ke sekolah yang menjadi target potensial. Selama Visitasi, tim dari Unit Marketing dan Promosi biasanya mengumpulkan data mengenai siswa-siswi kelas 12 dan berinteraksi dengan para guru di sekolah tersebut. Setelah selesai melakukan kunjungan, tim ini akan membuat laporan dan melakukan evaluasi terhadap kegiatan Visitasi yang telah dilakukan.

Penggunaan teknologi informasi oleh Unit Marketing dan Promosi UM Metro bertujuan untuk memperbaiki dan mempercepat proses-proses yang terkait dengan penerimaan mahasiswa baru, terutama dalam pelaksanaan kegiatan Visitasi. Hal ini membantu meningkatkan efisiensi dan memastikan bahwa pesan tentang Universitas Muhammadiyah Metro dapat disampaikan dengan lebih efektif kepada calon mahasiswa baru potensial.

Dalam pelaksanaannya, kendala-kendala sering muncul saat melakukan Visitasi. Misalnya, jadwal kunjungan yang sering tumpang tindih, memaksa seluruh anggota tim untuk terlibat dalam lapangan, beberapa sekolah yang tidak mengizinkan pelaksanaan sosialisasi, serta lambatnya proses penginputan data siswa dan guru karena masih dilakukan secara manual dengan mengetik data satu per satu ke dalam Microsoft Excel. Semua kendala ini berdampak pada keterlambatan dalam proses evaluasi dan penyusunan laporan hasil Visitasi oleh Unit Marketing dan Promosi UM Metro.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis akan mengembangkan sebuah sistem Visitasi berbasis website yang diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengatasi masalah-masalah di atas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul "**RANCANG BANGUN SISTEM VISITASI BERBASIS WEBSITE PADA UNIT MARKETING DAN PROMOSI UM METRO.**"

## **B. Rumusan Masalah**

Berikut merupakan beberapa rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti:

1. Bagaimana merancang *website* Unit Marketing dan Promosi UM Metro?
2. Bagaimana mengimplementasikan metode SDLC pada perancangan *website* Unit Marketing dan Promosi UM Metro?

### C. Batasan Masalah

Peneliti mengupayakan pembahasan dalam penelitian ini untuk tidak menyimpang dari fokus penelitian dan pembahasan yang lebih meluas dengan sebagai berikut:

1. Penggunaan bahasa pemrograman *PHP* dan *Javascript* dalam merancang sistem *website*, serta penggunaan *MySQL* dan *phpMyAdmin* untuk mengelola *database*. *Text editor* yang digunakan adalah *Visual Code Studio*.
2. Pembangunan sistem akan mencakup beberapa komponen utama, seperti Database Sekolah, Sistem Penjadwalan, Sistem Absensi, dan Laporan hasil Visitasi.
3. Sistem yang dikembangkan akan digunakan oleh dua kelompok pengguna utama, yaitu Staf Admisi UM Metro dan siswa-siswi SMA/SMK/MA.
4. Proses pembangunan *website* akan mengikuti pendekatan terstruktur dan menggunakan metode *SDLC (System Development Life Cycle)*. Selain itu, pengujian sistem akan melibatkan teknik pengujian black box dan pengujian beta testing.

### D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk merancang *website* visitasi Unit Marketing dan Promosi UM Metro dengan mengimplementasikan metode *SDLC*.

### E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, berikut merupakan penjabaran dari kegunaan penelitian ini:

#### 1. Bagi Staf Unit Marketing dan Promosi

Memudahkan proses penjadwalan, absensi dan pembuatan laporan hasil dari visitasi Unit Marketing dan Promosi UM Metro.

#### 2. Bagi Penulis

Merupakan salah satu hal yang harus dilakukan untuk menyelesaikan program studi sarjana S1 ilmu komputer.

#### 3. Bagi Program Studi

Sebagai acuan untuk pengembangan penelitian sejenis dan tambahan dalam bidang yang sama.

## **F. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode analisis *kualitatif* untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Metode ini memfokuskan pada informasi berbentuk kata-kata daripada angka. Beberapa teknik kualitatif yang digunakan meliputi investigasi, observasi, studi sejarah singkat, analisis lokasi geografis objek, penelaahan visi dan tujuan, serta eksplorasi struktur organisasi.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun beberapa teknik dalam pengambilan data secara kualitatif yakni:

### **1) Observasi (*Observation*)**

Peneliti mengumpulkan informasi dengan tetap memperhatikan subjek yang dimaksud. Dokumen yang ada juga digunakan dalam proses pengumpulan dokumen, dan ini dilakukan dengan meninjau catatan laporan dan kertas yang disimpan di Unit Marketing dan Promosi UM Metro.

### **2) Wawancara (*Interview*)**

Teknik wawancara digunakan untuk mengumpulkan catatan tentang latar belakang berdirinya lembaga dan lokasi penelitian ini; secara khusus, anggota Unit Marketing dan Promosi Metro UM diwawancarai.

### **3) Dokumentasi (*Documentation*)**

Pada metode ini peneliti mendapatkan dokumen tertulis dan *file* dokumen Unit Marketing dan Promosi UM Metro yaitu : Visi dan Misi, struktur organisasi, dokumen sekolah, siswa dan siswi, data staf dan data sarana dan prasarana.

## **H. Sistematika Penulisan**

Skripsi ini ditulis dengan 5 bagian sistematika penulisan, dimaksudkan agar tidak meleset dari apa yang digariskan. diantaranya sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini memberikan konteks untuk masalah yang dihadapi, serta rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan, kegunaan, metodologi, metodologi *SDLC*, dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN LITERATUR**

Bab ini berisi tentang kajian literatur yang mendasari penulisan dari skripsi ini. Dan untuk kajian literatur ini mendukung variabel terkait dan bebas.

### **BAB III GAMBARAN UMUM ORGANISASI**

Bab ini menjelaskan Informasi tentang analisis sistem yang sedang berlangsung, termasuk sejarah singkatnya, lokasi, struktur organisasi, manajemen, peran, dan wewenang, serta bagan alur ke dalam analisis sistem dan dokumen yang sedang berlangsung.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas Pelaksanaan hasil dan pembahasan sesuai dengan desain pada bab sebelumnya serta pengkajian *system* yang telah dilakukan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bagian bab penutup menyajikan kesimpulan yang dicapai selama perancangan dan pembuatan sistem serta gagasan tentang pengembangan sistem yang terdapat di Unit Pemasaran dan Promosi UM Metro.

### **DAFTAR LITERATUR**

### **LAMPIRAN**