

**PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PEMASARAN  
LAPANGAN TENIS FIK UNY BERBASIS APLIKASI ANDROID  
UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI**



**Oleh:**

**Danny Eka Wahyu Saputra**

**NIM 20611251009**

**Tesis ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan  
untuk mendapatkan gelar Magister Olahraga**

**PROGRAM STUDI S-2 ILMU KEOLAHRAGAAN  
PROGRAM MAGISTER FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**2022**

## ABSTRAK

**Danny Eka Wahyu Saputra.** *Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Android Untuk Meningkatkan Promosi.* Tesis. **Yogyakarta: Magister Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta, 2022.**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Merancang dan mengembangkan aplikasi sistem informasi manajemen pemasaran lapangan tenis FIK UNY yang digunakan sebagai media pemasaran untuk meningkatkan promosi lapangan tenis FIK UNY berbasis android, (2) Mengetahui kelayakan dari aplikasi pemasaran manajemen lapangan tenis FIK UNY berbasis android, (3) Mengetahui efektifitas aplikasi pemasaran manajemen lapangan tenis FIK UNY berbasis android untuk digunakan sebagai sarana promosi manajemen lapangan tenis FIK UNY.

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dengan model pendekatan 4 D, yaitu: *define, design, develop, disseminate*. Teknik pengumpulan data diperoleh dari observasi, wawancara, dan angket. Subjek penelitian ini adalah pengguna lapangan tenis FIK UNY yang meliputi pengguna tetap, pelatih selabora, siswa selabora, orang tua siswa selabora, UKM Tenis UNY, pengguna insidental, dan admin manajemen lapangan tenis FIK UNY. Teknik analisis data penelitian diperoleh dari angket yang telah diisi oleh ahli media, ahli materi, dan pengguna lapangan tenis FIK UNY.

Hasil penelitian ini adalah sebuah produk aplikasi manajemen pemasaran lapangan tenis FIK UNY berbasis android. Tingkat kelayakan produk ini diketahui melalui penilaian validasi ahli materi dengan kategori Sangat Layak, sedangkan hasil penilaian validasi ahli media dengan ategori Layak. Produk ini juga melalui tahap uji skala kecil uji skala besar dengan hasil kedua uji skala tersebut dalam kategori Sangat Layak. Hasil uji validitas dengan nilai 0,875 dan uji reliabilitas didapatkan dengan hasil nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,618, jadi dapat disimpulkan bahwa instrument yang telah disusun dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji efektivitas menunjukkan bahwa nilai  $g$  hitung memperoleh hasil 0,5072, dibandingkan dengan nilai  $g$  tabel menunjukkan bahwa tingkat efektivitas penggunaan aplikasi lapangan tenis FIK UNY untuk meningkatkan promosi memperoleh hasil pada kategori Sedang dengan indikator  $0,7 > 0,5072 > 0,3$ .

**Kata Kunci** : pengembangan, sistem informasi, manajemen pemasaran.

## ABSTRACT

**Danny Eka Wahyu Saputra.** Development of Android-Based Information System for Marketing Management of FIK UNY Tennis Court for Improving the Promotion. **Thesis. Yogyakarta: Postgraduate Program of Sports Science, Yogyakarta State University, 2022.**

This research aims to (1) design and develop an android-based marketing information system application for the Faculty of Sports Science (FIK), Yogyakarta State University (UNY) tennis court which is used as a marketing medium to improve the promotion of the tennis court, (2) determine the feasibility of the android-based management marketing application, (3) knowing the effectiveness of the android-based marketing application for FIK UNY tennis court management to be used as a means of promotion.

This research was a development research with a 4D approach model: define, design, develop, disseminate. The data collection techniques were conducted through the observations, interviews, and questionnaires. The research subjects were tennis court users of FIK UNY including the regular users, laboratory coaches, laboratory students, parents of laboratory students, UNY Tennis Students Club, incidental users, and admin of tennis court management of FIK UNY. The research data analysis technique was obtained from a questionnaire that had been filled out by media experts, material experts, and tennis court users of FIK UNY.

The result of this research is an android-based marketing management application product for FIK UNY tennis court. The feasibility level of this product is gained through the validation assessment of the material expert with the Very Eligible category, while the results of the media expert validation assessment with the Eligible category. This product also has been through the small-scale test stage of the large-scale test with the results of the two scale tests in the Very Eligible category. The results of the validity test with a value of 0.875 and the reliability test obtained with the results of the Cronbach's Alpha value of 0.618, so it can be concluded that the instrument that has been compiled is declared valid and reliable. Based on the results of the effectiveness test, it shows that the calculated g value is at 0.5072, compared to the g value table shows that the level of effectiveness of using the FIK UNY tennis court application to increase promotion results in the moderate category with indicators  $0.7 > 0.5072 > 0.3$ .

**Keywords:** development, information system, marketing management

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Danny Eka Wahyu Saputra

NIM : 20611251009

Program Studi : Magister Ilmu Keolahragaan FIK UNY

Judul Tesis : Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Pemasaran  
Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi Android Untuk  
Meningkatkan Promosi.

menyatakan bahwa Tesis ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata tulis karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 22 Juli 2022

Yang Menyatakan



Danny Eka Wahyu Saputra

NIM. 20611251009

HALAMAN PENGESAHAN


PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PEMASARAN  
LAPANGAN TENIS FIK UNY BERBASIS APLIKASI ANDROID  
UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI

Danny Eka Wahyu Saputra  
20611251009

Dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis Fakultas Ilmu Keolahragaan  
Universitas Negeri Yogyakarta

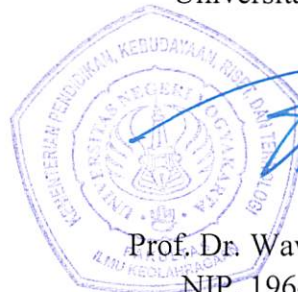
Tanggal: 29 Juli 2022

TIM PENGUJI

Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or. (Ketua Penguji)		2-8-2022
Dr. Sulistiyono, M.Pd. (Sekretaris Penguji)		2-8-2022
Dr. Sigit Nugroho, M.Or. (Pembimbing/ Penguji)		2-8-2022
Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes. (Penguji Utama)		2-8-2022

Yogyakarta, 2 Agustus 2022

Fakultas Ilmu Keolahragaan  
Universitas Negeri Yogyakarta  
Dekan,



Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed.  
NIP. 19640707 198812 1 001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Tugas akhir Tesis ini dipersembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
2. Keluarga saya yaitu Puji Asmawati, Alifia Naufalyn Almahyra, Bapak Panut Sumardi, Ibu Dewi Rintiasih, Bapak Ahmad Yasirudin, Ibu Suratilah yang telah memberikan doa, motivasi, bimbingan, arahan dan masukan selama perkuliahan hingga tersusunnya tugas akhir tesis ini.
3. Teman-teman Prodi Magister Intake Februari 2020 Ilmu Keolahragaan FIK UNY yang telah memberikan dorongan, motivasi, masukan, arahan dan bimbingan sehingga membuat saya terdorong untuk segera menyelesaikan tesis ini sebaik mungkin.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga tugas akhir tesis ini yang berjudul “Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi Android untuk Meningkatkan Promosi” dapat disusun dengan lancar dan sesuai dengan harapan.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada Dr. Sigit Nugroho, M.Or. selaku pembimbing penulisan tesis yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan lancar. Selain itu pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sumaryanto, M.Kes. selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melanjutkan studi di UNY yaitu di Program Magister Ilmu Keolahragaan FIK UNY.
2. Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M. Ed. selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan (FIK) UNY yang telah memberikan persetujuan atas penulisan tugas akhir tesis ini.
3. Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or. selaku Koordinator Program Studi S-2 Ilmu Keolahragaan yang telah memberikan fasilitas dalam pelaksanaan penelitian.

4. Dr. Abdul Alim, M.Or. selaku validator ahli materi, Martono, M.Or. selaku validator ahli media. Yang telah memberikan validasi pada instrument penelitian ini.
5. Dr. Sulistiyono, M.Pd. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Keolahragaan, Prof. Dr. Sumaryanti, M.S. selaku Koordinator Program Studi S-3 Ilmu Keolahragaan, dan Dr. Ali Satia Graha, M.Kes. selaku Koordinator Program Studi D IV Pengobatan Tradisional Indonesia atas arahan, motivasi dan dorongan dalam penyelesaian tesis ini.
6. Seluruh dosen penguji atas saran dan masukan bagi penulisan tugas akhir tesis ini.
7. Manajemen Lapangan Tenis FIK UNY yang telah memberikan izin untuk pelaksanaan penelitian/ pengambilan data penelitian.
8. Pengelola Selabora Tenis UNY yang telah memberikan izin untuk melakukan uji coba instrument penelitian.
9. Seluruh Bapak Ibu Dosen dan Staf Karyawan FIK UNY.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan dari semua pihak diatas menjadi amal yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT sekaligus penulisan tugas akhir tesis ini menjadi informasi yang bermanfaat bagi pembaca atau pihak-pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 22 Juli 2022

Penulis



Danny Eka Wahyu Saputra  
NIM. 20611251009

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi masalah.....	10
C. Pembatasan masalah .....	11
D. Rumusan masalah.....	11
E. Tujuan Pengembangan.....	11
F. Spesifikasi Produk yang Dikembangkan .....	12
G. Manfaat Pengembangan.....	12
H. Asumsi Pengembangan.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
A. Kajian Teori .....	15
1. Sistem Informasi Manajemen .....	15
2. Manajemen Pemasaran.....	27
3. Sistem Informasi Berbasis Android.....	33
4. Promosi.....	42
5. Lapangan Tenis FIK UNY .....	46
B. Kajian Penelitian yang Relevan.....	47
C. Kerangka Pikir .....	50

D. Pertanyaan Penelitian.....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
A. Model Pengembangan .....	54
B. Prosedur Pengembangan .....	55
C. Desain Uji Coba Produk.....	59
1. Desain Uji Coba .....	59
2. Subjek Uji Coba .....	60
D. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data.....	60
E. Teknik Analisis Data.....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN .....</b>	<b>67</b>
A. Hasil Pengembangan Produk Awal.....	67
B. Hasil Uji Coba Produk .....	78
C. Revisi Produk .....	81
D. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	83
E. Hasil Uji Efektivitas Produk.....	87
F. Kajian Produk Akhir.....	88
G. Uji Efektivitas.....	98
H. Pembahasan.....	99
I. Keterbatasan Penelitian .....	102
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>103</b>
A. Simpulan Tentang Produk.....	103
B. Saran Pemanfaatan Produk.....	103
C. Diseminasi dan Pengembangan Produk Lebih Lanjut.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. Kisi-Kisi Penilaian Aplikasi untuk Ahli Materi .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 2. Kisi-Kisi Penilaian Aplikasi untuk Ahli Media .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 3. Kisi-Kisi Penilaian Responden/ Pengguna .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4. Pedoman Penilaian Skor .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 5. Kriteria Kelayakan Media.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 6. Kisi-Kisi Penilaian Aplikasi Responden/ Pengguna.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 7. Kisi-Kisi Angket Penilaian Aplikasi Responden/ Pengguna .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 8. Hasil Uji Validasi Ahli Materi.....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 9. Hasil Uji Validasi Ahli Media .....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 10. Hasil Uji Coba Skala Kecil .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 11. Hasil Uji Coba Skal Besar <i>Pre Test</i> dan <i>Post Test</i> .....</b>	<b>81</b>
<b>Tabel 12. Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabel 13. Hasil Uji <i>Pre Test</i> dan <i>Post Tes</i>.....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 14. Hasil Uji <i>Pre Test</i> dan <i>Post Test</i>.....</b>	<b>98</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian .....	52
Gambar 2. Tahapan Model Pengembangan Media 4D .....	55
Gambar 3. Tabel Hake, 1999 .....	65
Gambar 4. Konsep Media Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY .....	69
Gambar 5. Konsep Tujuan Promosi Aplikasi .....	70
Gambar 6. <i>Dashboard Prototype</i> Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY.....	74
Gambar 7. Tampilan Fasilitas Lapangan Tenis FIK UNY .....	74
Gambar 8. Tampilan Tarif Sewa Lapangan Tenis FIK UNY .....	75
Gambar 9. Tampilan Kontak Lapangan Tenis FIK UNY .....	76
Gambar 10. Tampilan <i>Log In User</i> ke Aplikasi .....	76
Gambar 11. <i>Dashboard User</i> Setelah <i>Log In</i> Aplikasi.....	77
Gambar 12. Tampilan Menu <i>Booking</i> Lapangan .....	77
Gambar 13. Tabel Aiken's V, 1985 .....	83
Gambar 14. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	86
Gambar 15. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	87
Gambar 16. Tampilan Awal Aplikasi .....	89
Gambar 17. Tampilan Halaman Log In dan Daftar Akun Baru .....	90
Gambar 18. Tampilan Halaman Beranda Aplikasi.....	91
Gambar 19. Tampilan Manajemen Lapangan Tenis FIK UNY .....	92
Gambar 20. Tampilan Halaman UKM Tenis UNY .....	92
Gambar 21. Tampilan Halaman Selabora Tenis UNY.....	93
Gambar 22. Tampilan Fasilitas Lapangan Tenis FIK UNY .....	94
Gambar 23. Tampilan Harga Sewa dan Menu <i>Booking</i> .....	95
Gambar 24. Tampilan Menu <i>Booking</i> Lapangan Tenis FIK UNY .....	96
Gambar 25. Tampilan Halaman Saran dan Masukan .....	97
Gambar 26. Tampilan Halaman Pemilihan Bahasa .....	97
Gambar 27. Tabel Hake, 1999 .....	99

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1. Validasi Ahli Materi 1 .....</b>	<b>112</b>
<b>Lampiran 2. Validasi Ahli Materi 2 .....</b>	<b>116</b>
<b>Lampiran 3. Validasi Ahli Media 1 .....</b>	<b>120</b>
<b>Lampiran 4. Validasi Ahli Media 2 .....</b>	<b>124</b>
<b>Lampiran 5. Kuesioner Promosi <i>Pre Test</i> dan <i>Post Test</i>.....</b>	<b>128</b>
<b>Lampiran 6. Kuesioner Uji Skala Kecil .....</b>	<b>130</b>
<b>Lampiran 7. Data Hasil Penilaian <i>Pre Test</i>.....</b>	<b>131</b>
<b>Lampiran 8. Data Hasil Penilaian <i>Post Test</i> .....</b>	<b>132</b>
<b>Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas.....</b>	<b>133</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di era digital seperti sekarang ini, penggunaan teknologi atau sistem informasi sangat diperlukan oleh perusahaan, organisasi, instansi, perkantoran bahkan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang merasakan kemudahan dalam menjalankan administrasi, termasuk bidang administrasi, pelayanan, pemasaran dan promosi. Banyak pengusaha dan instansi pemerintah yang mulai memanfaatkan jejaring sosial/ *online* untuk kegiatan promosi atau untuk menawarkan dan mempromosikan produknya. Perusahaan dapat berkembang secara positif dengan cara membangun hubungan dengan kaum milenial melalui kampanye iklan yang lebih inovatif di media sosial. Mengingat semakin pentingnya media sosial, pemasar mencoba memahami perilaku konsumen untuk merancang strategi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Arora & Sanni, 2018).

Pesatnya pertumbuhan media sosial tidak hanya mengubah dinamika perilaku konsumen tetapi juga mengubah cara bisnis dilakukan (Dwivedi et. al, 2020). Teknologi digital sekarang memainkan peran penting dalam setiap organisasi, termasuk cara promosi yang dilakukan melalui media digital. Menggabungkan pemasaran pada media sosial sebagai bagian dari strategi bisnis secara keseluruhan bisa mendapatkan manfaat besar bagi organisasi (Dwivedi, Kapoor & Chen, 2015). Pemasaran melalui media sosial membantu perusahaan menciptakan kesadaran merek, mempengaruhi sikap konsumen, meningkatkan ekuitas merek dan meningkatkan penjualan. (Kapoor et. al, 2018). Strategi pemasaran digital baik menjual barang atau jasa dapat membantu perusahaan bertahan dalam kondisi

ekstrem akibat pandemi global yang juga mengguncang stabilitas ekonomi di seluruh dunia. Strategi terbaik bagi pelaku bisnis adalah internet *marketing* karena lebih menguntungkan dan efektif di era *new normal* baik memanfaatkan sosial media, aplikasi atau *website* dengan memanfaatkan teknologi *smartphone*.

Salah satu perangkat dari generasi baru dan solusi teknologi yang memiliki tugas utama untuk memfasilitasi kehidupan dan rutinitas sehari-hari dan juga mencerminkan cara berpikir, bekerja dan berperilaku adalah *smartphone* atau ponsel. *Smartphone* menjadi salah satu bentuk perkembangan teknologi membuat transaksi bisnis menjadi lebih mudah dan cepat. Banyak perusahaan menggunakan teknologi untuk merencanakan dan menerapkan bisnis melalui *smartphone* (internet) yang dapat memudahkan konsumen membeli dan menjual produk atau jasa di semua tempat (Tannady et. al, 2018). Konsumen dapat mendapatkan apa yang mereka inginkan tanpa pergi ke toko terdekat dan dapat menemukan apa yang diinginkan tanpa kesulitan melalui layanan internet (aplikasi atau *website*) melalui *smartphone* serta mendapatkan penawaran dengan mudah (Sharma dan Bahl, 2019). Penggunaan aplikasi *smartphone* seperti *WhatsApp* dan *Facebook* telah berkontribusi besar untuk khususnya bisnis *online*. Aplikasi *smartphone* telah memberikan dampak positif pada bisnis *online* yang dapat membantu mengembangkan bisnis kesuksesan. (Jamaluddin et. al, 2014).

*Smartphone* sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, sehingga lebih mudah, efisien dan efektif jika strategi pemasaran atau promosi dilakukan secara digital melalui aplikasi atau *website*, karena masyarakat sangat mengandalkan *smartphone* untuk aktivitas bisnis sehari-hari. Berkat internet, dengan teknologi

informasi yang cepat dan jangkauan yang lebih luas, informasi yang dikirimkan akan lebih mudah diterima dan menjangkau semua lapisan masyarakat. Salah satu kegiatan bagian pemasaran ini akan sangat dimudahkan dengan pemanfaatan teknologi informasi, karena nantinya masyarakat/ konsumen akan dapat memperoleh informasi dengan sangat mudah tanpa harus pergi ke atau ke suatu alamat untuk mencari informasi. Mengingat persaingan yang semakin ketat, dunia usaha berusaha untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, meningkatkan indikator ekonomi, produktivitas dan efisiensi kerja, mengurangi biaya dan mendapatkan manfaat lain melalui penerapan sistem informasi yang terintegrasi (Dmitrij dan Davidavičienė, 2013). Pentingnya sistem informasi telah meningkat secara dramatis selama dekade terakhir karena semakin banyak bisnis yang menerapkannya (Paliulis et al. 2012).

Pesatnya perkembangan sistem informasi membuat pelaku usaha sangat memanfaatkan peran teknologi dalam persaingan. Teknologi saat ini mengarah pada perkembangan komputer dan internet yang sangat pesat, karena komputer dan internet merupakan sarana komputasi yang paling dominan, baik dari sektor jasa hingga tingkat menengah dan tinggi, menggunakan teknologi tersebut. Kemajuan teknologi informasi tidak hanya membantu kehidupan masyarakat menjadi lebih baik setiap hari tetapi juga mendukung bisnis global. Hal-hal yang dulunya mahal dan memakan waktu lama, sekarang bisa diselesaikan dalam waktu singkat (Shaqiri, 2015). Penggunaan teknologi informasi melalui sistem informasi tidak hanya akan meningkatkan kualitas dan ketepatan waktu informasi yang dihasilkan oleh manajemen, tetapi dengan teknologi informasi yang tepat dapat menciptakan

suatu sistem informasi yang akurat, cepat diterima masyarakat dan lebih luas jangkauannya (Yulia Djahir, 2014: 5).

Teknologi informasi menjadi salah satu faktor yang relevan membantu bisnis menembus pasar baru untuk menjadi inovatif dan menghasilkan produk dan layanan baru yang membantu pertumbuhan bisnis dan perusahaan. Revolusi teknologi informasi dan internet memfasilitasi kinerja ekonomi yang luar biasa di sektor bisnis, melalui pertukaran informasi dengan menggunakan internet dan perangkat elektronik memfasilitasi aksesibilitas melakukan bisnis antar perusahaan secara global (Moses Isdory, 2019). Penelitian Hartono (2013: 20) menunjukkan bahwa sistem informasi manajemen berupa sejumlah komponen yang disusun secara terorganisir yang secara bersamaan menghasilkan informasi yang dapat digunakan untuk manajemen suatu organisasi atau perusahaan. Sistem informasi juga mencakup semua kegiatan dalam bisnis atau organisasi seperti teknologi informasi, akuntansi dan manajemen sedangkan teknologi informasi harus mendukung kegiatan sistem informasi seperti terintegrasi dari perangkat keras, perangkat lunak, dan orang-orang yang bertugas untuk pengumpulan dan pemrosesan data menjadi informasi berharga dengan menerapkan daftar prosedur pengumpulan data, sehingga informasi berasal dari data menjadi lebih akurat (Kodrat, dkk, 2015).

Pentingnya sistem informasi yang meningkat baru-baru ini dan telah menjadi kebutuhan vital bagi semua perusahaan publik dan swasta karena meningkatnya kompleksitas fungsi perusahaan (Zayed dan Sinha, 2019). Selain itu, pesatnya perkembangan teknologi dan perkembangan metode produksi, alat dan metode

komunikasi dan transmisi informasi, semuanya telah bekerja untuk proses administrasi dan produksi, jadi, komponen-komponen yang telah disusun telah memfasilitasi dan menyederhanakan prosedur kerja perusahaan dan meningkatkan kinerjanya (Guan dan Wu, 2019). Sistem informasi manajemen salah satu pencapaian terpenting di bidang pekerjaan administrasi, yang bertujuan untuk memberikan informasi yang andal, akurat, relevan, dan lengkap kepada manajer untuk meningkatkan kinerja organisasi (Yaser et. al, 2014).

Penggunaan teknologi/ sistem informasi oleh bagian pemasaran suatu perusahaan sangat diperlukan pasca pandemi Covid 19 beberapa tahun terakhir. Industri olahraga menjadi salah satu bidang usaha yang sangat menjanjikan pasca pandemi Covid 19. Saat ini, olahraga bukan hanya permainan atau hobi, tetapi juga merupakan industri yang telah menciptakan banyak bisnis dalam kombinasi dengan bidang lain seperti teknik medis, psikologi, nutrisi, teknologi informasi, pariwisata, pemasaran, dan lain-lain (Rahimi & Alidoust, 2019). Pemasaran olahraga dapat diklasifikasikan sebagai jenis pemasaran yang berkonsentrasi baik pada promosi acara olahraga atau promosi produk. Pemasaran olahraga tetap menjadi aspek penting dari olahraga global sebagai inovasi karena relevan dengan pertumbuhan bisnis serta kelangsungan hidupnya. Pemasaran olahraga telah dikembangkan untuk mempromosikan acara olahraga dan tim serta promosi produk dan jasa lainnya kepada konsumen (Ajeigbe, 2021).

Kegiatan pemasaran olahraga terdiri dari orang, kegiatan, bisnis dan organisasi dalam memproduksi, memfasilitasi, mempromosikan atau mengatur produk apa pun (sebagai barang, jasa, dan acara) untuk permintaan pendukung

olahraga (Edson dan Alexandre, 2020). Sama halnya dengan fasilitas olahraga yang dikelola oleh Universitas Negeri Yogyakarta. Fasilitas olahraga yang ditawarkan oleh Universitas Negeri Yogyakarta dapat memfasilitasi masyarakat yang akan berolahraga tetapi mempunyai waktu senggang sedikit. Beberapa olahraga yang bisa dimainkan di dalam ruangan adalah bulu tangkis, futsal, *gym*, tenis, basket, senam, yoga, dan lain-lain. Banyak gedung olahraga telah dibangun untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat untuk berolahraga, termasuk Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) yang telah membangun beberapa tempat olahraga dalam ruangan, untuk memfasilitasi kegiatan mahasiswa dan minat masyarakat terhadap olahraga UNY memiliki salah satu fasilitas olahraga yang dapat dibanggakan, yaitu Lapangan Tenis FIK UNY.

Lapangan tenis FIK UNY merupakan salah satu sarana olahraga yang dapat dijadikan pilihan untuk memenuhi kebutuhan latihan masyarakat untuk menjaga kebugaran dan memiliki waktu luang yang terbatas. Salah satu keunggulan lapangan tenis FIK UNY adalah lapangan yang sudah sesuai dengan standar lapangan nasional, adanya struktur organisasi yang bersistem dan merupakan wadah untuk menerapkan aplikasi prinsip hidup sehat, khususnya dengan olahraga tenis. Lapangan tenis FIK UNY juga menampilkan daya tarik tersendiri untuk pengadaan suatu *event* pertandingan karena mempunyai 4 lapangan tenis *indoor* dan 2 lapangan tenis *outdoor* dengan fasilitas tribun penonton dan lampu penerangan lapangan pertandingan apabila akan digunakan dimalam hari.

*Event* yang pernah diadakan di lapangan tenis FIK UNY misalnya turnamen Kedaulatan Rakyat Cup, Kejuaraan Tenis Pasca Sarjana, Piala Rektor UNY dan

lain-lain. Ditunjang dengan adanya fasilitas yang lengkap dan memadai seperti mushola/ tempat beribadah, toilet, ruang ganti, kantin, tempat parkir terpadu, serta adanya tribun yang luas di lapangan *outdoor*, dan dilihat dari letak lapangan tenis FIK UNY yang sangat strategis karena berada dipusat kota dan berada di lingkungan kampus, sekolah, instansi dan perusahaan, banyak potensi yang dapat ditingkatkan dalam pengelolaan lapangan tenis FIK UNY untuk meningkatkan *income generating*. sehingga penonton dijamin merasa nyaman dan puas serta banyak kemudahan menggunakan lapangan tenis FIK UNY. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan merupakan konsep yang sangat penting yang harus dipahami jika ingin tetap kompetitif dan berkembang, dalam lingkungan yang kompetitif saat ini memberikan layanan berkualitas tinggi adalah kunci untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Biljana, 2011).

Pengelolaan lapangan tenis FIK UNY yang baik harus tertata dari segi administratif, kelengkapan, pengorganisasian dan pelayanan. Pengelolaan lapangan tenis FIK UNY itu sendiri akan sangat mempengaruhi minat para pengunjungnya, karena minat latihan seseorang itu tergantung pada kepuasan yang mereka dapatkan saat berkunjung ke lapangan tenis tersebut. Implementasi pengelolaan hubungan yang baik dari manajemen kepada pelanggan akan mempengaruhi kepuasan dan informasi pelanggan karena berbagai alasan. Di sisi lain, menerapkan strategi pengelolaan manajemen pelanggan ini akan berdampak pada kepuasan dan pengetahuan pelanggan. Pengelolaan manajemen pelanggan memastikan konsumen senang dan akan meningkatkan hubungan yang lebih kuat antara manajemen dengan pengguna (Luigi, et. al, 2021). Manajemen lapangan tenis akan

berfungsi secara baik apabila menerapkan pengelolaan manajemen pelanggan dalam upaya membangun hubungan yang baik dengan mengutamakan kebutuhan, kenyamanan dan kepuasan para pengunjungnya, sehingga eksistensi keberadaan lapangan tenis tersebut akan semakin meningkat dan semakin bermanfaat bagi konsumen.

Mempertahankan semua pelanggan yang ada seringkali lebih hemat biaya daripada mencari pelanggan baru, karena biaya untuk mendapatkan pelanggan baru bisa lebih tinggi daripada biaya mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Oleh karena itu, penyedia layanan masih perlu meningkatkan tujuannya tentang bagaimana membangun, mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Loyalitas pelanggan bermakna sebagai manifestasi perilaku pembelian yang memilih suatu produk atau jasa tertentu untuk kesekian kali, atas pertimbangan-pertimbangan khusus yang didapatkan dari proses pembelian sebelumnya. Perusahaan membutuhkan pertimbangan matang yang dapat dijadikan acuan untuk merumuskan strategi konkrit dalam memenangkan persaingan khususnya dalam memperebutkan loyalitas pelanggan (Hernando, dkk., 2021).

Aspek lainnya yang membuat lapangan tenis maju dan berkembang bisa dilihat dari pelayanan yang diberikan, produk yang dihasilkan (paket penawaran), tempat, harga, kenyamanan dan promosi. Suatu perusahaan harus bisa memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu faktor yang tak kalah penting sebagai pertimbangan seorang calon pelanggan akan menggunakan jasa adalah melalui promosi. *Branding* suatu produk perusahaan atau dapat dilihat melalui promosi yang dilakukan. Memiliki pengetahuan dan keterampilan tentang promosi

merupakan salah satu kemampuan yang dibutuhkan untuk sukses dalam persaingan. Bisnis konsumsi dan pelayanan, merek (*brand*) adalah poin utama pembeda antara presentasi kompetitif, sehingga sangat penting untuk kinerja dalam hal keberhasilan perusahaan (Jewel, et. al, 2018). Melalui *branding* perusahaan, promosi manajemen dapat menampilkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki untuk menarik perhatian pelanggan supaya dapat mengambil/ membeli jasa atau produk yang ditawarkan.

Manajemen lapangan tenis FIK UNY juga memberikan beberapa paket penyewaan yang dapat dijangkau harganya baik untuk instansi, mahasiswa, pekerja atau masyarakat umum dengan memperolah fasilitas yang lengkap dan lapangan berstandar nasional. Meskipun Lapangan Tenis FIK UNY memiliki fasilitas berstandar nasional, manajemen pengelolaan data *member* dan pembukuan keuangan masih menggunakan cara konvensional misalnya *database member* masih tersimpan dalam Ms. Excel. *Database member* dalam bentuk Ms. Excel sendiri rawan terjadi kerusakan dan hilang data. Penelitian yang dilakukan oleh Rida & Naim (2017:1) melakukan pencatatan secara manual masih menimbulkan banyak kesalahan. Kesalahan yang sering terjadi salah satunya kehilangan data-data *member*, hilangnya data *member* dikarenakan data tersebut belum di manajemen dengan baik dan masih dilakukan pendataan secara manual.

Selain administrasi, pada pelayanan sewa lapangan pengguna/ calon *member* harus datang ke kantor manajemen Lapangan Tenis Indoor FIK UNY untuk melakukan *booking* lapangan agar bisa menyewa lapangan atau menelepon ke admin manajemen untuk menyewa, hal ini sangat memakan waktu untuk calon *member* yang memiliki waktu terbatas dan kurang praktis mengingat saat ini

pelayanan sudah menggunakan aplikasi dengan sekali klik bisa membeli atau menyewa fasilitas. Publikasi melalui *website* sangat terbatas, setelah mencari informasi di internet informasi penyewaan hanya ditemukan melalui Twitter dan hanya mencantumkan nomor telepon admin dan manager tanpa mencantumkan informasi harga sewa. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang di promosikan merlalui internet sangat minim dan kurang menarik perhatian calon *member*. Dilihat dari hasil pengamatan yang telah dilakukan maka peneliti ingin mengembangkan Sistem Informasi Pemasaran Manajemen Lapangan Tenis Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta Berbasis Android Untuk Meningkatkan Promosi.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang disebutkan di atas dapat dijumpai beberapa permasalahan yaitu:

1. Pengelolaan *database member* pengguna Lapangan Tenis FIK UNY masih konvensional yaitu menggunakan Ms. Excel dan belum terintegrasi secara *online*.
2. Pendaftaran calon *member* masih manual dimana calon *member* harus datang ke Lapangan Tenis FIK UNY untuk melakukan pembayaran dan belum bisa melakukan pendaftaran secara *online*.
3. Tampilan informasi di internet terbatas dan kurang menarik perhatian *member* karena isi konten kurang di *update* dan hanya berisi informasi kontak admin dan manager.

### **C. Pembatasan Masalah**

Mengingat luasnya cakupan masalah, keterbatasan waktu dan dana penelitian ini maka penulis perlu membatasi masalah, dalam penelitian ini hanya akan membahas pengembangan Sistem Informasi Manajemen Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan permasalahan yang disebutkan di atas maka rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana rancang-bangun sistem informasi manajemen berbasis aplikasi yang sesuai dengan karakteristik Lapangan Tenis FIK UNY?
2. Bagaimana kelayakan sistem informasi manajemen berbasis aplikasi bagi pengelola dan pengguna Lapangan Tenis FIK UNY?
3. Bagaimana efektivitas sistem informasi manajemen berbasis aplikasi untuk meningkatkan promosi bagi pengguna Lapangan Tenis FIK UNY?

### **E. Tujuan Pengembangan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk merancang dan menampilkan sistem informasi manajemen pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY dalam bentuk aplikasi android.
2. Untuk mengetahui kelayakan penggunaan aplikasi dalam pengelolaan manajemen dan memuat informasi seputar Lapangan Tenis Fakultas Ilmu Keolahragaan UNY.
3. Untuk mengetahui efektivitas penggunaan aplikasi untuk meningkatkan promosi bagi pengguna Lapangan Tenis FIK UNY dan masyarakat.

## **F. Spesifikasi Produk yang Dikembangkan**

Produk yang dihasilkan dari penelitian ini mempunyai spesifikasi sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini berupa layanan informasi manajemen lapangan tenis dalam bentuk aplikasi berbasis android untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat diakses melalui *smartphone* android dengan koneksi internet.
2. Aplikasi berbasis android ini berisi tentang informasi manajemen, informasi fasilitas, layanan penyewaan lapangan, tingkat kepuasan, saran dan masukan bagi manajemen.
3. Aplikasi ini dilengkapi dengan informasi dan fasilitas yang ada di Lapangan Tenis FIK UNY, dan memudahkan layanan penyewaan serta konsultasi secara *online*.
4. Aplikasi ini dapat diakses melalui *smartphone* android.

## **G. Manfaat**

Berdasarkan tujuan diatas maka penelitian ini mempunyai manfaat antara lain:

### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi dari manajemen Lapangan Tenis FIK UNY.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan, referensi, dan dapat mengaplikasikan disiplin ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar akademik dari FIK UNY.

### b. Bagi Manajemen Lapangan Tenis FIK UNY

Membantu karyawan Lapangan Tenis FIK UNY dalam menyampaikan informasi dan melakukan pendataan bagi *member* yang akan menggunakan fasilitas di Lapangan Tenis FIK UNY.

### c. Bagi Masyarakat

Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dari manajemen Lapangan Tenis FIK UNY dengan pelayanan cepat, tepat dan memuaskan.

## H. Asumsi Pengembangan

Produk yang dapat dihasilkan dari penelitian ini adalah aplikasi berupa informasi manajemen Lapangan Tenis FIK UNY berbasis android untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Lapangan Tenis FIK UNY, dalam aplikasi ini akan dipaparkan beberapa fitur, diantaranya:

1. Pengembangan aplikasi sistem informasi manajemen lapangan tenis berbasis aplikasi android untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Lapangan Tenis FIK UNY yang dapat digunakan sebagai media untuk mempermudah bagi karyawan dan masyarakat/ *member* yang membutuhkan informasi ataupun akan menyewa lapangan.

2. Pengembangan aplikasi sistem informasi manajemen lapangan tenis berbasis aplikasi android untuk meningkatkan pelayanan di Lapangan Tenis FIK UNY ini memiliki tingkat kemudahan dan kelayakan yang baik dalam penggunaannya.
3. Pengembangan aplikasi sistem informasi manajemen lapangan tenis berbasis aplikasi android untuk meningkatkan layanan di Lapangan Tenis FIK UNY dapat digunakan oleh seluruh masyarakat dengan mudah, karena banyak masyarakat pengguna *operating sistem* android pada *smartphone* yang dimiliki.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Sistem Informasi Manajemen (SIM)**

Sistem secara etimologis berasal dari kata “*sistema*” yang berarti adanya hubungan antara bagian atau komponen satu dengan lainnya secara teratur dan menyeluruh, sedangkan terminologinya menyatakan bahwa sistem adalah kumpulan dari bagian-bagian yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya (Helmawati, 2015). Kata “*sistema*” kemudian dikembangkan menjadi beraneka macam definisi sesuai bidang ilmu atau bidang kajian masing-masing, namun pada intinya hampir sama yaitu kumpulan dari unsurunsur, komponen atau elemen yang saling berinteraksi dan bekerjasama untuk mencapai tujuan (Taufiq, 2013).

Hasugian (2017: 33) menyatakan sistem adalah suatu rangkaian yang terdiri dari dua atau lebih komponen yang saling berhubungan dan berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan dimana sistem biasanya terbagi dalam sub sistem yang lebih kecil yang mendukung system yang lebih besar, sedangkan Abdurrahman, dkk (2018) pada dasarnya sistem adalah sekelompok unsur yang erat hubungannya dengan unsur yang lainnya, yang berfungsi bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu. Dapat disimpulkan sistem adalah sekelompok elemen-elemen yang terintegrasi dengan tujuan yang sama untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari sejumlah sumber daya manusia, material,

mesin, uang dan informasi. Sumber daya tersebut bekerja sama menuju tercapainya suatu tujuan tertentu yang ditentukan oleh pemilik atau manajemen.

Sistem informasi dapat didefinisikan sebagai seperangkat komponen yang membantu proses pengumpulan dan berbagi informasi dan data dengan bantuan perangkat lunak, perangkat keras, perangkat inti, dan perangkat organ. Nikjoo dkk. (2011) menyatakan sistem semacam ini adalah prinsip dasar untuk pengembangan ekonomi dari berbagai ukuran bisnis, baik kecil maupun besar. Awais et al. (2012) memberikan beberapa definisi lain dari sistem informasi, meng gambarkannya sebagai kombinasi dari teknologi informasi dan sumber daya manusia yang menggunakan teknologi untuk melakukan beberapa tindakan dalam mendukung proses bisnis. Ini juga bisa disebut sebagai lanskap aplikasi. Gagasan "sistem informasi" juga dapat digunakan untuk menggambarkan interaksi antara pengguna, proses algoritmik, informasi, dan teknologi. Selanjutnya, sistem informasi dapat dipahami sebagai bahasa semi formal yang memungkinkan proses pengambilan keputusan yang lebih baik dan mendukung tindakan lainnya. Fungsi utama dari sistem informasi adalah untuk memproses (mengumpulkan, mentransfer, menyimpan, memproses, dan berbagi) informasi.

a. Pengertian Sistem Informasi Manajemen (SIM)

Rochaety, et. al, (2013: 6) Sistem informasi manajemen (SIM) menyediakan informasi bagi pengola pendidikan secara teratur, sehingga bermanfaat untuk melakukan pemantauan dan penilaian kegiatannya.

Proses penyajian informasi dalam manajemen pendidikan di mulai dari pengumpulan, pengolahan, penyimpanan data, sampai informasi diterima oleh pembuat keputusan. Kriteria SIM yang efektif adalah dapat memberikan informasi yang tepat waktu, akurat, dan relevan bagi manajemen. Informasi adalah data yang telah diolah dan siap di gunakan oleh pengambil keputusan, informasi merupakan produk akhir dari suatu sistem, dari pengelolaan sistem di perlukan data-data yang sudah di olah, baik berupa data matematis yang di jadikan dasar bagi pimpinan dalam menentukan langkah ke depan.

Sistem informasi manajemen dapat didefinisikan sebagai sekumpulan subsistem yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama dan membentuk suatu kesatuan, saling berinteraksi dan bekerjasama antara satu bagian dengan yang lainnya dengan cara-cara tertentu untuk melakukan fungsi pengolahan data, menerima masukan (*input*) berupa data-data, kemudian mengolahnya (*processing*) dan menghasilkan keluaran (*output*) beberapa informasi sebagai dasar pengambilan keputusan yang berguna dan mempunyai nilai nyata yang dapat dirasakan akibatnya baik pada saat itu juga maupun dimasa mendatang, mendukung kegiatan operasional, manajerial, dan strategis organisasi, dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada dan tersedia bagi fungsi tersebut guna mencapai tujuan (Setiawan, 2016).

SIM (Sistem informasi manajemen) mempunyai keterkaitan dengan kinerja pegawai. Dengan diadakannya sistem informasi manajemen pada

perusahaan maka, semua pekerjaan akan terorganisir dengan baik. Selain itu SIM juga dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas data secara tepat dan memiliki tenggat waktu yang jelas (*realtime*), dengan begitu dapat memberikan kemudahan dalam bekerja. Pengaplikasian system informasi manajemen bertujuan mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan yaitu sumber daya informasi. Pengelolaan informasi yang baik akan memberikan kemudahan pegawai dalam bekerja. Sehingga, pada akhirnya penerapan system informasi manajemen dapat diharapkan meningkatkan kinerja pegawai dalam bekerja (Siregar, 2017).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi manajemen adalah suatu sistem yang dirancang untuk menyediakan informasi guna mendukung pengambilan keputusan pada kegiatan manajemen dalam suatu organisasi.

#### b. Tahapan-tahapan Sistem Informasi Manajemen

Tahapan-tahapan dalam Sistem Informasi yang dikemukakan oleh Moekijat (2011) adalah sebagai berikut:

##### 1) Bagian Pengumpul Data

Bertugas mengumpulkan data, baik bersifat internal maupun eksternal. Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi (level manajemen), sedangkan data eksternal merupakan data yang berasal dari luar organisasi akan tetapi masih terdapat hubungan dengan perkembangan organisasi.

## 2) Bagian Proses Data

Bertugas memproses data dengan mengikuti serangkaian langkah atau pola tertentu sehingga data di rubah ke dalam bentuk informasi yang lebih berguna. Pada pemrosesan data bisa dilakukan secara manual maupun dengan bantuan mesin. Bagian pemroses data terdiri dari beberapa ahli yang bertugas membentuk data menjadi informasi yang sesuai dengan kebutuhan level-level manajemen. Karena kebutuhan setiap manager berbeda, maka kebutuhan data pada tiap-tiap manager juga berbeda.

## 3) Bagian Pemrograman Data

Apabila SIM sudah memiliki Perangkat komputer, maka bagian pemrogram data disebut *Programmers*, yaitu kelompok ahli yang bertanggung jawab atas penyusunan program untuk diberikan kepada Perangkat komputer. Karena komputer memiliki bahasa sendiri, maka tugas programmer adalah membahasakan data-data yang telah dihimpun sesuai dengan bahasa komputer.

## 4) Bagian Penyimpanan Data

Bagian penyimpanan data bertugas menyimpan data. Penyimpanan data sangat diperlukan, karena tujuan utamanya adalah demi keamanan data. Apabila level-level manajemen membutuhkan data baik data

berupa bahan mentah maupun data yang telah diolah, maka data dapat diambil dan digunakan sesuai dengan kebutuhan manager.

c. Faktor Pendukung dan Penghambat Sistem Informasi Manajemen

Kesuksesan sistem informasi sesuai pendapat O'Brien (2005), antara lain disebabkan oleh:

- 1) Keterlibatan pengguna dalam proses implementasi. Pengguna sistem informasi dalam perusahaan harus terlibat secara keseluruhan dan memahami dengan baik bagaimana sistem informasi diimplementasikan. Pemetaan dari para pengguna sistem informasi yang terlibat juga harus sesuai. Keterlibatan ini juga terkait dengan desain dan operasi sistem yang memiliki prioritas. Desain dan operasi sistem yang mudah dipahami dan digunakan akan membantu para pengguna untuk terlibat penuh dan mengolah data informasi menggunakan sistem informasi dengan optimal.
- 2) Tingkat dukungan manajemen bagi upaya implementasi. Apabila suatu sistem informasi telah didesain dan dioperasikan, maka dibutuhkan dukungan dari manajemen perusahaan agar implementasi dari penggunaan sistem informasi dapat berjalan dimasing masing level manajerial. Dukungan manajemen yang cukup akan membantu dalam kesuksesan suatu sistem informasi

seperti dalam hal dana perawatan perangkat lunak sistem serta pengembangan sistem informasi.

- 3) Kejelasan pernyataan kebutuhan. Kebutuhan akan sistem informasi yang akan digunakan oleh perusahaan harus dijabarkan dengan jelas dan terperinci oleh perusahaan, agar sistem yang didesain sesuai dengan kebutuhan dari perusahaan. Walaupun suatu sistem dikembangkan dengan teknologi yang mutakhir namun tidak dapat digunakan dengan baik maka dapat menyebabkan kerugian. Kejelasan dan kompleksitas dari suatu sistem informasi harus disesuaikan dengan kebutuhan.
- 4) Perencanaan yang tepat. Perencanaan penggunaan sistem informasi yang tepat juga sangat diperlukan dalam implementasi sistem informasi. Tepat dalam penggunaan waktu, dana, dan sumber daya diperlukan rencana yang terperinci.
- 5) Harapan yang realistis. Ekspektasi akan suksesnya suatu sistem informasi dapat berjalan juga harus diimbangi dengan realistis. Agar sistem informasi yang sudah didesain dan diimplementasikan sesuai dengan ekpektasi yang ditentukan pada awal pembuatan sistem informasi tersebut

O'Brien (2005) menyatakan kegagalan dalam penerapan sistem informasi perusahaan disebabkan oleh:

- 1) Kurangnya input dari pengguna sistem informasi. Dalam proses sistem informasi dikarenakan suatu proses memiliki tahapan

*input*, proses, dan *output* (IPO), maka dalam pelaksanaan tahap sistem informasi adalah inputan awal dari sistem informasi dimana suatu hasil keluaran dan proses yang baik berasal dari data masukan yang dilakukan dari awal oleh pengguna. Kekurangan masukan sebagian data walaupun kecil dapat mempengaruhi proses pengolahan sistem informasi.

- 2) Kurangnya dukungan dari pimpinan (manajemen eksekutif). Sistem informasi yang diimplementasikan dalam perusahaan membutuhkan pengawasan pemeliharaan yang baik. Terkadang dana pemeliharaan tersebut membutuhkan dana yang sama besarnya dengan desain awal sistem informasi tersebut, namun bila perawatannya tidak dilakukan maka sistem tersebut tidak dapat berjalan sesuai dengan perkembangan pasar, maka dukungan dari pimpinan secara vertikal kebawah *from top to lowerlevel management* sangat diperlukan. Pimpinan manajemen perusahaan juga harus memahami bagaimana sistem informasi tersebut berfungsi secara optimal bagi perusahaan.
- 3) Tidak lengkapnya pernyataan kebutuhan dan spesifikasi. Ketidakjelasan mengenai pernyataan kebutuhan akan model dan desain sistem informasi kepada pembuat sistem atau vendor dapat menyebabkan ketidaksesuaian program sistem informasi.
- 4) Pernyataan kebutuhan dan spesifikasi yang senantiasa berubah-ubah. Penyampaian kebutuhan dan spesifikasi dari pengguna

kepada pembuat sistem atau vendor dengan berubah ubah. Hal ini dikarenakan kurang perencanaan dan koordinasi yang tepat dari seluruh manajemen perusahaan, sistem seperti apakah yang benar - benar akan dibutuhkan dan berjalan dengan baik dalam jangka waktu yang ditentukan. Desain dan model informasi yang disampaikan oleh perusahaan harus memiliki spesifikasi dalam jangka beberapa tahun kedepan. Agar perubahan atau pengembangan dari sistem lama ke sistem baru sesuai dengan perencanaan waktu yang ditetapkan.

- 5) Inkompentisi secara teknologi (kurang ahli). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat, menuntut perusahaan agar dapat menganggarkan dana untuk teknologi tersebut. Ketidakmampuan perusahaan untuk mengikuti teknologi yang berkembang dapat juga menyebabkan kegagalan dari penerapan sistem informasi perusahaan

#### d. Komponen Sistem Informasi Manajemen

Darmawan & Fauzi (2013: 27) menyatakan bahwa sistem informasi memiliki 5 komponen utama pembentuk yang dapatdiuraikan sebagai berikut:

- 1) Komponen Perangkat Keras (*Hardware*)

Perangkat keras meliputi piranti fisik seperti computer, printer, alat komunikasi dan jaringan nirkabel.

## 2) Komponen Perangkat Lunak (*Software*)

Software adalah kumpulan program yang digunakan untuk menjalankan aplikasi tertentu pada computer, sedangkan program merupakan kumpulan perintah komputer yang tersusun secara sistematis. Software meliputi pertama, sistem perangkat lunak yang terdiri dari sistem operasi yaitu pengendali hubungan anatar komponen, interpreter yaitu software menerjemahkan bahasa yang dimengerti oleh computer, dan compiler. Kedua adalah aplikasi.

## 3) Komponen Sumber Daya Manusia (*Brainware*)

Sumber daya manusia atau *brainware* merupakan bagian terpenting dalam sistem Informasi manajemen. Sumber daya manusia sebagai pemantau, pengoperasi dan pengguna manajemen sistem informasi manajemen sistem informasi sangat menentukan tingkat kesuksesan organisasi tersebut.

## 4) Komponen Jaringan Komputer (*Netware*)

Komponen jaringan komputer adalah bagian utama yang diperlukan untuk menginstal software untuk membantu dalam membangun jaringan kompute

## 5) Komponen Sumber Data (*Dataware*)

*Data Warehouse* (DW) adalah sebuah sistem repository (tempat penyimpanan), retriive (pengambil) dan consolidate

(pengkonsolidasi) kumpulan data secara periodik yang didesain berorientasi subyek, terintegrasi, bervariasi waktu, dan *non-volatile*, yang mendukung manajemen dalam proses analisa, pelaporan dan pengambilan keputusan.

e. Tujuan Sistem Informasi Manajemen

Rosdiana dan Irfan (2014: 95) menyatakan sistem informasi manajemen memiliki tujuan yang diinginkan oleh manajemen, yakni menyediakan informasi untuk mengambil keputusan dan untuk digunakan dalam perencanaan, pengevaluasian, pengendalian dan perbaikan lanjutan. Menyediakan informasi yang digunakan dalam memperhitungkan produk dan harga pokok jasa. Tujuan Sistem Informasi Manajemen (bidang pendidikan) sesuai pendapat Heryati dan Muhsin (2014: 246) antara lain:

- 1) Mempermudah dalam memberikan akses informasi secara lengkap bagi guru dan siswa mengenai ilmu pengetahuan dan informasi lainnya.
- 2) Meningkatkan pengetahuan dan manfaat dunia informatika bagi siswa dan guru.
- 3) Membantu dalam memberikan informasi kepada seluruh stakeholder yang berperan aktif dilembaga pendidikan secara menyeluruh mengenai pendidikan.
- 4) Memberikan sarana dalam meningkatkan mutu pendidikan.

Gondodiyoto (2007: 124) menyatakan bahwa terdapat 3 tujuan utama dari sistem informasi, yaitu:

- 1) Untuk mendukung fungsi kepengurusan (*stewardship*) manajemen. Kepengurusan merujuk ke tanggung jawab manajer untuk mengatur sumber daya perusahaan secara benar. Sistem informasi menyediakan informasi tentang kegunaan sumber daya ke pemakai eksternal melalui laporan keuangan tradisional dan laporan-laporan yang diminta lainnya. Secara internal, pihak manajemen menerima informasi kepengurusan dari berbagai laporan pertanggungjawaban. Untuk mendukung pengambilan keputusan manajemen. Sistem informasi memberikan para manajer informasi mereka perlukan untuk melakukan tanggung jawab pengambilan keputusan.
- 2) Untuk mendukung kegiatan operasi perusahaan hari demi hari. Sistem informasi manajemen menyediakan informasi bagi personel operasi untuk membantu mereka melakukan tugas mereka setiap hari secara efektif.

f. Manfaat Sistem Informasi Manajemen

Sistem Informasi Manajemen mempunyai keunggulan, yaitu dapat membantu organisasi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperkenalkan inovasi pelayanan, dan membangun sumber-sumber informasi strategis. Rosdian dan Irfan (2014: 98) menjelaskan manfaat sistem informasi manajemen antara lain sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan aksesibilitas data yang tersaji secara tepat dan akurat bagi para pemakai, tanpa harus adanya perantara sistem informasi.
- 2) Menjamin tersedianya kualitas dan keterampilan dalam memanfaatkan sistem informasi secara kritis.
- 3) Mengembangkan proses perencanaan yang efektif.
- 4) Mengidentifikasi kebutuhan akan keterampilan pendukung sistem informasi.
- 5) Menetapkan investasi yang akan diarahkan pada sistem informasi.
- 6) Mengantisipasi dan memahami konsekuensi ekonomis dari sistem informasi dan teknologi baru.
- 7) Memperbaiki produktivitas dalam aplikasi pengembangan dan pemeliharaan sistem.
- 8) Mengolah transaksi, mengurangi biaya, dan menghasilkan pendapatan sebagai salah satu produk atau pelayanan.

## 2. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses menciptakan dan merencanakan pengembangan produk baru, mengiklankan dan mempromosikan produk dan menyebarkan kesadaran tentang produk dengan mengiklankan produk, dan kemudian menjual produk di pasar. Konsep dasar di balik konsep pemasaran ini adalah memproduksi produk oleh organisasi setelah mengetahui kebutuhan dan permintaan pasar yang dituju (Mehek, 2020).

#### a. Pengertian Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Daryanto, 2014: 1). Tjiptono & Diana (2016) mengatakan bahwa pemasaran adalah proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, menyediakan apa yang dikehendaki pelanggan secara efisien dan menguntungkan.

Sunyoto (2015) mengatakan pemasaran adalah proses sosial manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai), sedangkan Priansa (2017) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem total kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan suatu barang yang memuaskan keinginan dan jasa dengan kualitas yang baik kepada pelanggan.

*American Marketing Association* (AMA) mendefinisikan pemasaran adalah aktivitas, rangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan pertukaran penawaran yang bernilai pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas (Kotler & Keller, 2016: 27), sedangkan Kotler dan Armstrong (2012: 5) menyatakan pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun

yang kuat hubungan pelanggan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai gantinya.

Berdasarkan pengertian pemasaran menurut pakar ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial serta aktivitas rangkaian intitusi dalam menawarkan suatu produk dan jasa.

#### b. Fungsi Manajemen Pemasaran

Adapun fungsi pemasaran yang dikemukakan Sudaryono (2016: 50) sebagai berikut:

##### 1) Fungsi Pertukaran

Dengan adanya pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen. Baik dengan menukar uang dengan produk maupun menukar produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali. Pertukaran merupakan salah satu dari empat cara orang mendapatkan suatu produk.

##### 2) Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati konsumen yang membutuhkan dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

### 3) Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan risiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk.

#### c. Konsep Manajemen Pemasaran

Darmanto & Wardaya (2016) menyatakan bahwa konsep pemasaran terdiri dari lima konsep pemasaran, yaitu:

- 1) Konsep produksi menyatakan bahwa tugas manajemen adalah meningkatkan efisiensi produksi dan menurunkan harga.
- 2) Konsep produk menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur inovatif terbaik karena itu hanya diperlukan sedikit usaha promosi
- 3) Konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk organisasi kecuali organisasi mengadakan penjualan dalam skala besar dan usaha promosi.
- 4) Konsep pemasaran menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan target pasar dan menghantarkan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing.

- 5) Konsep pemasaran berwawasan sosial menyatakan bahwa menghasilkan kepuasan pelanggan dan kesejahteraan sosial jangka panjang adalah kunci untuk mencapai tujuan perusahaan dan memenuhi tanggung jawabnya.

d. Bauran Pemasaran Jasa

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya perlu memahami dan mengetahui kebutuhan, keinginan pasar, mampu membaca situasi pasar serta menjalankan fungsi-fungsi pemasaran tersebut dengan baik karena dengan demikian tujuan dari perusahaan untuk mendapatkan laba dan memiliki konsumen yang loyal akan dapat tercapai (Andika, 2012). Pemasaran memiliki inti yang menjadi perhatian setiap pemasar yaitu bauran pemasaran, dimana bauran pemasaran merupakan variabel-variabel yang dapat dikontrol perusahaan dan dapat digunakan untuk mempengaruhi pasar. Bauran pemasaran juga sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk dari perusahaan.

Kotler dan Armstrong (2015: 76) menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran produk, harga, tempat dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan di target pasar. Unsur-unsur bauran pemasaran jasa dijelaskan oleh Lupiyoadi (2013: 92) adalah sebagai berikut:

1) Produk (*Product*)

Keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Produk merupakan sesuatu yang bisa di jual ke pasar untuk memperoleh ketertarikan dari konsumen agar produk yang ditawarkan terjual, dalam rangka memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

2) Harga (*Price*)

Harga merupakan suatu nilai atau kualitas yang dapat ditukarkan konsumen dengan suatu produk atau jasa untuk mendapatkan manfaat yang sama dengan pengorbanan yang dikeluarkan.

3) Tempat (*Place*)

Kegiatan dari suatu perusahaan untuk menyediakan suatu produk, dan untuk target pelanggannya. Meliputi transportasi, lokasi, pergudangan, dan lain sebagainya.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan untuk membujuk dan menjelaskan manfaat dari suatu produk agar konsumen tertarik untuk membeli.

Keempat konsep bauran pemasaran tersebut memiliki hubungan dan pengaruh antara konsep yang satu dengan lainnya, maka dari itu upaya

untuk mendapatkan suatu strategi pemasaran harus menuju pada layanan yang efektif dan kepuasan pelanggannya.

### 3. Sistem Informasi Berbasis Android

#### a. Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang merupakan gabungan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi yang bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan (Jogiyanto, 2005).

Dermawan dan Fauzi (2013, 13) menyatakan sistem informasi adalah kumpulan dari subsistem yang saling berhubungan yang bekerja secara harmonis satu sama lain untuk mencapai satu tujuan, yaitu pengolahan data menjadi informasi yang berguna. Subsistem adalah pengelompokan beberapa komponen yang lebih kecil, cara pengelompokannya bergantung pada interpretasinya. Dalam sistem informasi, jika suatu elemen tidak ada, sistem informasi tidak akan terwujud terlepas dari bagaimana pengelompokan dilakukan. Komponen-komponen sistem informasi sebagai berikut:

- 1) Perangkat keras (*Hardware*)
- 2) Perangkat lunak (*Software*)
- 3) Manusia (*Brainware*)
- 4) Prosedur (*Procedure*)

5) Basis data (*Database*)

6) Jaringan komunikasi (*Communication network*)

b. Komponen Sistem Informasi

Sistem informasi terdiri dari komponen yang dikenal sebagai blok bangunan, termasuk blok *input*, blok model, blok *output*, blok teknologi, blok database, dan blok kontrol. Sebagai suatu sistem, keenam blok tersebut saling berinteraksi membentuk satu kesatuan untuk mencapai tujuan (Sutabri, 2012: 47). Komponen sistem informasi disebut blok bangunan dan mencakup blok *input*, blok model, blok *output*, blok teknologi, blok database, dan blok kontrol (Kusnendi, 2014: 21).

1) Blok *Input*

Masukan mewakili data yang masuk ke dalam sistem informasi. Masukan dapat berupa data seperti dokumen-dokumen dasar.

2) Blok Model

Blok ini terdiri dari kombinasi prosedur, logika, dan model matematik yang akan memanipulasi data masukan dan data yang tersimpan di basis data dengan cara yang sudah ditentukan untuk menghasilkan keluaran yang diinginkan.

### 3) Blok *Output*

Blok ini menghasilkan keluaran yang merupakan informasi yang berkualitas dan dokumentasi yang berguna untuk semua tingkatan manajemen serta semua pemakai sistem.

### 4) Blok Teknologi

Blok ini digunakan untuk menerima masukan, menjalankan model, menyimpan dan mengakses data, menghasilkan dan mengirimkan keluaran, dan membantu pengendalian dari sistem secara keseluruhan.

### 5) Blok Database

Basis data merupakan kumpulan data yang saling berkaitan dan berhubungan satu sama lain, tersimpan di perangkat keras komputer dan menggunakan perangkat lunak untuk memanipulasinya. Data perlu disimpan dalam basis data untuk keperluan penyediaan informasi lebih lanjut.

### 6) Blok Kontrol

Blok kendali dirancang untuk meyakinkan bahwa bila terlanjur terjadi kesalahan-kesalahan dapat langsung cepat diatasi.

## c. Tipe Sistem Informasi

Janto (2016, 16) menyatakan sistem informasi dapat diklasifikasikan menjadi 3 kategori, yaitu:

### 1) Sistem Pendukung Operasi

Sistem pendukung operasi menciptakan berbagai produk informasi untuk penggunaan internal atau eksternal dalam suatu organisasi, peran sistem *input output* model database, diproses informasi teknologi kontrol pendukung operasi adalah untuk memproses transaksi bisnis, mengontrol proses industri, mendukung komunikasi bisnis dan memperbarui database perusahaan secara efisien.

### 2) Sistem Pendukung Manajemen

Sistem pendukung manajemen merupakan sistem informasi yang berfokus pada penyediaan informasi dan dukungan untuk pengambilan keputusan yang efektif untuk para manajer. Sistem informasi manajemen memberikan informasi dalam bentuk laporan dan menampilkannya untuk manajer.

### 3) Sistem Informasi yang Lain

Beberapa kategori sistem informasi yang lain, diantaranya adalah:

#### a) Sistem Pakar

Sistem pakar dapat memberikan saran bagi ahli untuk tugas operasional seperti diagnosis atau keputusan manajerial.

#### b) Sistem Manajemen Pengetahuan

Sistem manajemen pengetahuan adalah sistem informasi berbasis pengetahuan yang mendukung penyebaran pengetahuan.

#### c) Sistem Informasi Strategis

Sistem informasi strategis menerapkan teknologi informasi untuk produk, jasa, atau proses suatu organisasi untuk membantu mendapatkan keuntungan strategis.

#### d. Aplikasi Android

Android adalah suatu perangkat lunak (*software*) yang dapat digunakan pada *mobile device* yang saat ini berkembang dalam dunia teknologi dan bermanfaat dalam berbagai lini kehidupan manusia mulai dari komunikasi sampai media sosial. Ada banyak pengertian android menurut beberapa ahli salah satunya Hermawan S, (2011: 1), android merupakan sistem operasi yang dikembangkan untuk perangkat *mobile* berbasis Linux. Ardiansyah (2011: 20) mengatakan android adalah sistem operasi untuk telepon seluler yang berbasis linux, android menyediakan platform terbuka bagi para pengembang (*developer*) untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri sehingga dapat digunakan oleh berbagai macam piranti penggerak.

Satya Putra & Aritonang (2014: 2) menyatakan android adalah sebuah sistem operasi khusus untuk *smartphone* dan tablet. Sistem operasi dapat diilustrasikan sebagai *platform* antara *device* (piranti) dan penggunaannya,

sehingga pengguna dapat berinteraksi dan menjalankan aplikasi yang tersedia pada *mobile device*. Lutfiansyah (2016: 24), mengatakan bahwa sistem operasi android ini bersifat *open source* sehingga *programmer* berbondong-bondong untuk membuat aplikasi maupun memodifikasi sistem ini. Programmer memiliki peluang yang sangat besar untuk terlibat mengembangkan aplikasi android karena alasan *open source* tersebut. Sebagian besar aplikasi yang terdapat dalam *Play Store* bersifat gratis dan ada juga beberapa yang berbayar.

#### e. Komponen Aplikasi Android

Dewi, dkk, (2018: 102), struktur aplikasi android atau aplikasi secara mendasar ditulis dalam bahasa pemrograman Java. Kode Java dikompilasi bersama dengan *resource* file yang dibutuhkan oleh aplikasi. Dimana prosesnya di *package* oleh *tools* yang dinamakan *apttools* kedalam paket android. Sehingga menghasilkan file dengan ekstensi apk. File apk ini yang disebut dengan aplikasi, dan nantinya dapat dijalankan pada peralatan mobile. Gian (2015: 32-33) membagi empat komponen pada aplikasi android, yaitu:

##### 1) *Activities*

*Activity* merupakan satu halaman antar muka yang bisa digunakan oleh *user* untuk berinteraksi dengan aplikasi. Bisaanya dalam satu *activity* terdapat *button*, *spinner*, *list view*, edit

*text*, dan sebagainya. Satu aplikasi dalam android dapat terdiri atas lebih dari satu *activity*.

## 2) *Service*

*Services* merupakan komponen aplikasi yang dapat berjalan secara *background*, misalnya digunakan untuk memuat data dari server database. Selain itu, aplikasi pemutar musik atau radio juga memanfaatkan servis supaya aplikasinya bisa tetap berjalan meskipun pengguna melakukan aktivitas dengan aplikasi lain

## 3) *Broadcast Receiver Broadcast Receiver*

Fungsi komponen ini sama seperti bahasa terjemahannya yaitu penerima pesan. Kasus baterai lemah merupakan kasus yang sering dialami handphone android. Sistem android dirancang untuk menyampaikan “pengumuman” secara otomatis jika baterai habis. Apabila aplikasi yang dibuat dilengkapi dengan komponen *broadcast receiver*, maka *user* dapat mengambil tindakan menyimpan kemudian menutup aplikasi atau tindakan yang lain.

## 4) *Content Provider Content Provider*

Komponen ini digunakan untuk mengelola data sebuah aplikasi, misalnya kontak telepon. Siapapun bisa membuat aplikasi android dan dapat mengakses kontak yang tersimpan pada sistem android. Oleh karena itu, agar dapat mengakses kontak, *user* memerlukan komponen *contact provider*.

f. Kotlin

Leiva (2017), menyatakan Kotlin adalah bahasa pemrograman berbasis Java Virtual Machine (JVM) yang dikembangkan oleh JetBrains. Kotlin merupakan bahasa pemrograman yang pragmatis untuk android yang mengkombinasikan *object oriented* (OO) dan pemrograman fungsional. Kotlin juga bahasa pemrograman yang interoperabilitas yang membuat bahasa ini dapat digabungkan dalam satu project dengan bahasa pemrograman Java. Kotlin telah diberi dukungan penuh dari Google, Android Studio 3.0 segera diluncurkan dan akan mendukung bahasa pemrograman Kotlin.

Beberapa keuntungan yang mungkin akan didapatkan jika pengembangan aplikasi beralih menggunakan Kotlin untuk mengembangkan aplikasi diatas platform JVM adalah sebagai berikut (Panchal dan Patel, 2017):

- 1) Dapat mengatasi *NullPointerException* yang umumnya terdapat pada Java.
- 2) Penulisan kode lebih ringkas dan mudah dibaca dibandingkan kode yang ditulis dengan menggunakan bahasa Java.
- 3) Mudah dipelajari
- 4) Dukungan ide untuk mempermudah dalam pemrograman

Kotlin versi 1.0 secara resmi dirilis pada bulan Februari 2016. Dalam mengembangkan aplikasi android, Kotlin menawarkan beberapa fitur yaitu:

#### 1) Kompatibilitas

Kotlin sepenuhnya kompatibel dengan JDK 6, sehingga Kotlin dapat berjalan pada perangkat android versi lama. Kotlin juga sepenuhnya didukung di android Studio dan kompatibel dengan android *build system*.

#### 2) Performa

Sebuah aplikasi Kotlin dapat berjalan secepat Java, karena memiliki struktur *bytecode* yang sangat mirip. Dengan dukungan Kotlin untuk fungsi inline, kode menggunakan lambda sering berjalan lebih cepat daripada kode yang sama yang ditulis di Java.

#### 3) Interoperabilitas

Kotlin 100% dapat beroperasi dengan Java, memungkinkan programmer untuk menggunakan semua android *Library* dalam aplikasi, termasuk pengolahan anotasi, sehingga databinding dan Dagger dapat bekerja.

#### 4) *Footprint*

Kotlin memiliki runtime library yang sangat padat/tersusun rapat, yang ke depannya dapat dikurangi melalui penggunaan

ProGuard, dalam aplikasi nyata, *runtime* pada Kotlin hanya menambahkan beberapa ratus metode dan kurang dari 100K untuk ukuran dari file .apk.

#### 5) Waktu Kompilasi

Kotlin mendukung kompilasi yang efisien, sehingga sementara ada beberapa tambahan *overhead* untuk clean build, pembangunan bertahap ini biasanya sama cepat atau lebih cepat daripada dengan Java.

#### 6) *Learning Curve*:

Untuk pengembang Java, memulai menggunakan Kotlin sangat mudah. *Automated Java to Kotlin converter* yang terdapat dalam plugin Kotlin membantu pengembang Java pada langkah pertama. Terdapat juga Kotlin Koans yang menawarkan panduan dalam penggunaan Bahasa pemrograman ini.

### 4. Promosi

#### a. Pengertian Promosi

Promosi merupakan suatu upaya dalam menginformasikan atau menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen agar membeli atau mengkonsumsinya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan (Kotler dan Keller, 2012: 519), sedangkan Gitosudarmo (2014; 159 - 160) mengemukakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar

mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka yang kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut, selanjutnya definisi lain Peter dan Olson (2014: 204) menyatakan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan pemasar untuk menyampaikan informasi mengenai produknya dan membujuk konsumen agar mau membelinya.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah kegiatan menginformasikan mengenai produk dan jasa kepada konsumen agar dapat dikenal dan membujuk konsumen untuk dapat membeli produk dan jasa.

#### b. Tujuan Promosi

Tujuan utama promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan. Assauri (2013) mengemukakan tujuan dan sasaran promosi sangat tergantung pada kiat dan strategi pemasaran yang harus terasah pada pasar sasaran yang dibidik, yang tetap harus terjaga atau terpilih serta harus terus dapat dikembangkan .Untuk itu perusahaan harus mempunyai kemampuan untuk terjaganya pelanggan yang loyal, dan hal ini menjadi arah kebijakan yang difokuskan oleh pemasaran strategi. Tujuan promosi Setiyaningrum, dkk (2015: 224) diantaranya yaitu:

### 1) Menginformasikan (*informing*)

Promosi yang *informative* berusaha mengubah kebutuhan yang sudah ada menjadi keinginan atau memberi stimulasi minat pada sebuah produk baru. Hal ini terutama terjadi pada tahap dini dari daur hidup sebuah produk. Orang secara khas tidak akan membeli sebuah produk atau jasa atau mendukung sebuah organisasi bila sebelum diketahui maksud dan keuntungannya bagi mereka.

### 2) Membujuk (*persuading*)

Persuasi bisaanya menjadi tujuan promosi utama bila produk memasuki tahap pertumbuhan dari daur produknya. Pada saat itu, pasar tertuju (*target market*) sudah harus mempunyai kesadaran atau pengetahuan akan produk tersebut mengenai cara memenuhi keinginannya.

### 3) Mengingatkan (*reminding*)

Promosi digunakan juga untuk mempertahankan merek dalam benak orang. Bentuk promosi ini terutama dilakukan pada tahap kedewasaan daur hidup produk. Asumsinya adalah pasar tujuan telah diyakinkan mengenai kebaikan barang atau jasa yang ditawarkan. Tujuannya untuk mengingatkan kembali keberadaan produk tersebut di tengah pasar.

### c. Fungsi Promosi

Laksana (2019: 129) promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Agar dapat melakukan optimalisasi program promosi yang sedang dijalankan maupun yang akan segera dijalankan, pelaku bisnis wajib memahami terlebih dahulu fungsi dari promosi.

Ada beberapa fungsi promosi yang akan sangat membantu pelaku bisnis dalam mengembangkan usahanya. Berikut fungsi promosi yang dilakukan perusahaan (Ardhy, 2013), yaitu:

#### 1) Menarik perhatian konsumen.

Melalui promosi diharapkan konsumen akan menaruh perhatian pada produk yang ditawarkan. Mengenalkan produk agar konsumen tertarik perlu dilakukan promosi.

#### 2) Menciptakan daya tarik pada diri konsumen.

Proses ini menjadi inti dari promosi. Sesuatu yang menarik dari suatu produk adalah hal yang harus diangkat dan ditonjolkan dalam promosi itu. Meski setiap produk pasti ada kelebihan dan kekurangannya. Kelebihan juga lebih ditonjolkan untuk membangun citra positif dari produk tersebut dan membangun kepercayaan pelanggan.

### 3) Mengembangkan rasa keingintahuan konsumen.

Agar konsumen tertarik untuk semakin memiliki sesuatu, kembangkan rasa penasarannya. Ketika rasa penasaran dan ingin tahu semakin besar, konsumen akan cenderung mencari tahu akan informasi-informasi yang berhubungan dengan hal yang ingin diketahui. Produsen harus memberikan informasi yang sangat menarik.

## 5. Lapangan Tenis Fakultas Ilmu Keolahragaan UNY

Lapangan Tenis Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta atau yang disebut dengan Lapangan Tenis UNY merupakan fasilitas olahraga cabang tenis lapangan kebanggaan UNY yang berstandar nasional. Lapangan Tenis FIK UNY sendiri terletak di Jl. Colombo Yogyakarta No.1, Karang Malang, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Lapangan Tenis FIK UNY mempunyai letak yang sangat strategis karena berada di tengah kota, dekat dengan banyak kampus dan instansi/ perusahaan. Lapangan tenis FIK UNY mempunyai 6 lapangan yang terdiri dari 4 lapangan tenis indoor dan 2 lapangan tenis outdoor, dan fasilitas tambahan seperti mushola, ruang ganti, tribun penonton, kantin parkir yang memadai dan akses jalan yang luas dan mudah.

Memiliki fasilitas yang lengkap membuat lapangan tenis FIK UNY sering dijadikan lokasi untuk berbagai macam kejuaraan seperti LPTK Cup, KR Cup, Rektor UNY Cup, kegiatan O2SN, PORMA, PORDA dan POPDA serta

kejuaraan nasional lainnya. Selain untuk digunakan sebagai fasilitas yang dapat disewa untuk umum, lapangan tenis FIK UNY juga digunakan untuk kegiatan perkuliahan dan kegiatan Selabora Tenis untuk memandu bakat anak yang berkonsentrasi di cabang tenis lapangan.

## **B. Kajian Penelitian yang Relevan**

1. Keith Francis Ratumbuisang, Yosua Fitzgerald Ratumbuisang, Mario Tulenan Parinsi (2022) dalam penelitian yang berjudul *Developing e-market Information System Android Based in Minahasa Regency*. Penelitian ini bertujuan untuk membuat sebuah inovasi yaitu aplikasi Sistem Informasi E-Market berbasis android yang membantu meningkatkan perekonomian masyarakat di masa pandemi COVID-19, sekaligus memberikan alternatif penjualan digital saat memasuki masa new normal. Pada penelitian ini juga dilakukan pengujian tingkat kelayakan dari perangkat lunak yang telah dibuat. Metode penelitian ini adalah *Design and Build* dengan menggunakan metode pengembangan sistem dengan model Waterfall. Pengujian perangkat lunak dilakukan melalui pengujian *black box*, *McCall's Quality Factor* sebagai indikator untuk mengetahui tingkat kelayakan perangkat lunak dengan skala pengukuran menggunakan Skala Likert. Wawancara dan angket merupakan teknik pengumpulan data, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. *Output* wajib yang ditargetkan untuk penelitian ini adalah mengembangkan sistem informasi *E-Market* di Minahasa.

2. Cahyani, Hartono, Sakinah, Putra, Setyawati dan Undang (2021) dalam penelitiannya yang berjudul *BD-Print: An Android based for bilingual digital promotion of integrated tourism in Garut Selatan*. Penelitian ini dilakukan untuk merancang sebuah aplikasi BD-Print berbasis android untuk membantu pengembangan potensi daerah sektor pariwisata di Garut Selatan. Pengembangan sistem BD-Print akan menggunakan pendekatan *System Development Life Cycle* dengan metode Waterfall. Aplikasi ini telah melalui beberapa proses seperti perencanaan, analisis sistem, pembuatan, implementasi, pengujian dan pengembangan. Hasil dari percobaan adalah:
  - 1) Program aplikasi yang dibuat dengan menggunakan android berjalan dengan baik.
  - 2) Fitur-fitur yang ada pada program aplikasi berjalan dengan baik seperti menu utama menampilkan pilihan menu lainnya, menu login, menu wisata yang menampilkan beberapa pilihan destinasi wisata yang tersedia, dan mapping yang menampilkan rute dari lokasi saat ini menuju lokasi objek wisata tujuan.
  - 3) Aplikasi BD-Print ini sangat cocok sebagai referensi bagi wisatawan yang akan berlibur tanpa didampingi oleh pemandu wisata.
3. Rizaldy Rezki Aprianto (2019) dalam penelitiannya yang berjudul *Rancang Bangun Pengecekan Dan Pemesanan Lapangan Futsal Di Kota Makassar Berbasis Web*. Penelitian ini disebutkan bertujuan untuk mempermudah pelanggan dalam memperoleh informasi mengenai lapangan futsal dan melakukan pemesanan lapangan futsal. Dalam melakukan penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian Kualitatif. Dimana

penelitian ini merupakan penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Adapun metode perancangannya menggunakan *Unified Modeling Language* (UML). Analisis yang dilakukan mencakup analisis sistem yang sedang berjalan dan analisis sistem yang diusulkan. Sistem ini mencakup beberapa konten yaitu beranda, lapangan futsal, daftar lapangan, login. Dengan membuat aplikasi dapat sangat membantu pihak terlibat antara lain pemilik atau pengelola lapangan untuk mengatur dengan baik jadwal penyewaan secara *online* melalui *website* dan pelanggan dapat mencari lapangan futsal tanpa harus datang ke tempat penyewaan yang tentu membutuhkan biaya kurang lebih 10.000 dan waktu sekitar 1 jam.

4. Bambang Eka Setiawan (2019) dalam penelitiannya yang berjudul Rancang Bangun Aplikasi Manajemen Lapangan Futsal Berbasis Web (Studi Kasus Mareno Futsal). Penelitian ini disebutkan bertujuan untuk menghasilkan aplikasi manajemen lapangan futsal berbasis web yang menangani proses pemesanan lapangan, pengelolaan data pemesanan, dan pembuatan informasi. Model pengembangan yang digunakan adalah dengan menggunakan metode penelitian SDLC model waterfall yang terdiri dari *analyze, design, implementation* dan *testing*. Hasil penelitian ini adalah (1) hasil uji coba *black box* menunjukkan bahwa sistem menyatakan hasil sukses pada keseluruhan uji coba, (2) aplikasi dapat melakukan proses pencatatan jadwal dan penyewaan lapangan futsal, melakukan pemesanan atau pembatalan secara *online*, memberikan informasi histori pesanan, total

pendapatan ataupun pembuatan laporan, (3) aplikasi memberikan informasi untuk mengetahui perkembangan usaha melalui grafik pada dashboard aplikasi.

5. Muhammad Wahyu Hidayatullah (2019) dalam penelitiannya yang berjudul *Aplikasi Booking Lapangan Futsal Di Prima Futsal Berbasis Android*. Penelitian ini disebutkan bertujuan untuk menentukan sistem yang sedang berjalan, membuat desain sistem, analisis dan pengujian sistem dan untuk mengimplementasikan penyewaan dan penjadwalan lapangan berbasis android. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *waterfall* yang terdiri dari *Analysis, Design, Code, dan Test*. Hasil dari penelitian ini adalah (1) aplikasi booking lapangan futsal berbasis android, (2) Aplikasi ini dapat membantu mengelola data booking dan penjadwalan lebih cepat dalam pembuatan laporan di Prima Futsal.

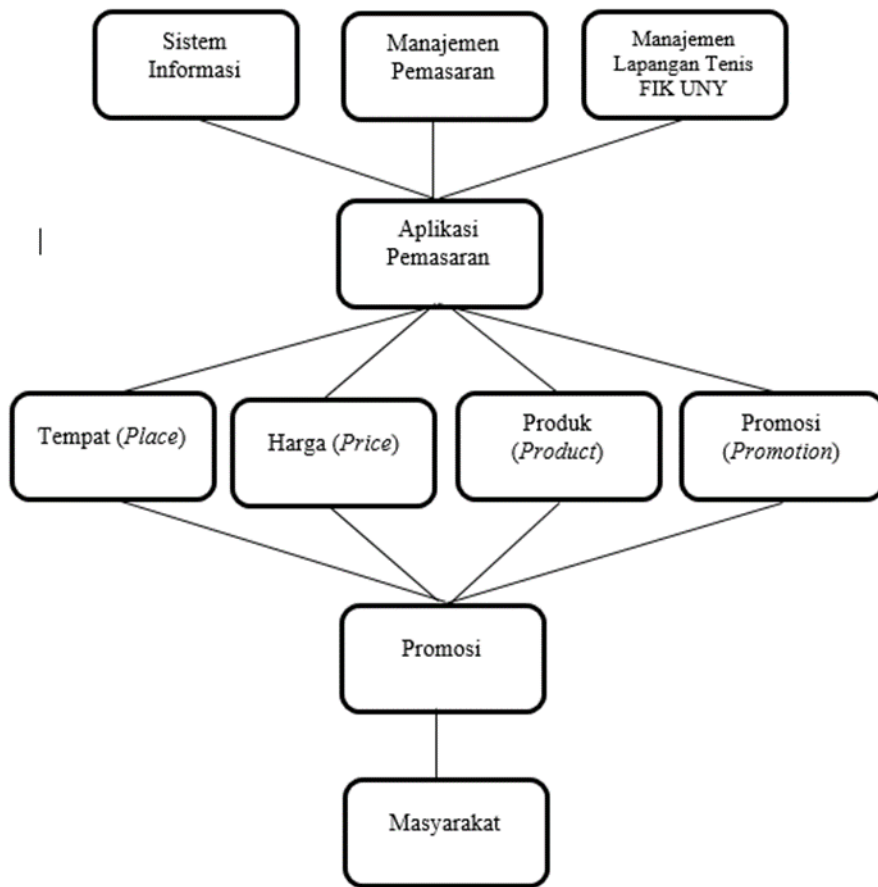
### **C. Kerangka Pikir**

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dijabarkan peneliti akan membuat kerangka pikir tentang sistem informasi manajemen lapangan tenis FIK UNY berbasis aplikasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Seperti kita ketahui kepuasan dan loyalitas yang diberikan oleh pelanggan lapangan tenis di FIK UNY tidak terlepas dari perbaikan pelayanan dari manajemen, dimana di dalam proses peningkatan kualitas pelayanan tersebut salah satunya dengan penggunaan media aplikasi sistem informasi manajemen lapangan tenis FIK UNY.

Permasalahan yang ditemui di lapangan diantaranya kurangnya informasi tentang manajemen lapangan tenis FIK UNY khususnya dalam hal penyewaan

lapangan yang dipublikasikan. Apabila kita mencari informasi secara *online* hanya akan menemukan informasi nomor telepon karyawan lapangan tenis dan nomor telepon manager lama di media social Twitter. Kurangnya update dan publikasi informasi inilah membuat calon pelanggan kesulitan mencari informasi penyewaan lapangan tenis FIK UNY. Hal ini tentunya menjadi sebuah masalah apabila di era digitalisasi sekarang ini industry jasa belum memanfaatkan teknologi informasi khususnya internet untuk melakukan pemasaran dan publikasi informasi untuk menarik calon pelanggan.

Dari uraian diatas peneliti mencoba menjawab permasalahan tersebut dengan melakukan pengembangan sistem informasi manajemen lapangan tenis FIK UNY, media dikembangkan dengan menggunakan sistem komputer untuk menciptakan aplikasi android yang memuat segala informasi tentang manajemen lapangan tenis FIK UNY dan cara melakukan penyewaan lapangan. Penggunaan aplikasi sistem informasi manajemen lapangan tenis FIK UNY ini diharapkan mampu memberikan kemudahan dan kepraktisan kepada pelanggan dalam proses mencari informasi dan penyewaan lapangan tenis di FIK UNY sehingga pelayanan yang diberikan dan dirasakan pelanggan semakin baik dan mudah. Kerangka pikir dari penelitian ini dibuat dalam bentuk bagan sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir Penelitian

#### D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan kajian teori, kajian penelitian yang relevan, kerangka berpikir, kerangka konseptual pada beberapa subbab di atas, dikemukakan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana rancang-bangun sistem informasi manajemen pemasaran berbasis aplikasi android yang sesuai dengan karakteristik Lapangan Tenis FIK UNY?

2. Bagaimana kelayakan sistem informasi manajemen pemasaran berbasis aplikasi android bagi pengelola dan pengguna Lapangan Tenis FIK UNY?
3. Bagaimana efektivitas sistem informasi manajemen pemasaran berbasis aplikasi android untuk meningkatkan promosi Lapangan Tenis FIK UNY?

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Model Pengembangan**

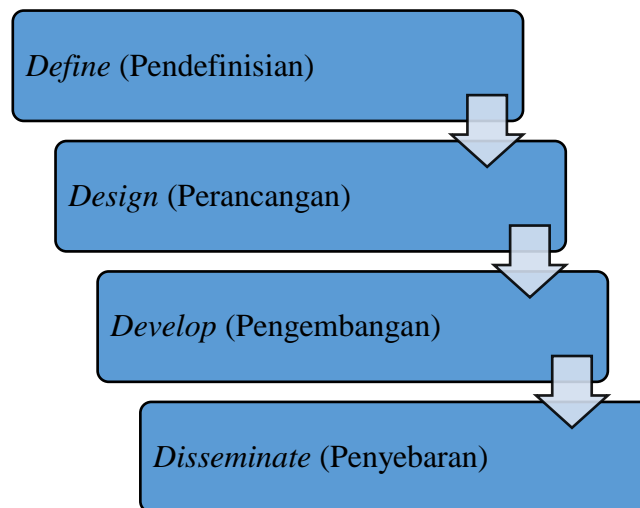
Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pengembangan atau sering dikenal dengan sebutan *Research and Development (R&D)*. Mulyatiningsih (2011) memberikan pengertian mengenai penelitian dan pengembangan yaitu bertujuan untuk menghasilkan produk baru melalui proses pengembangan, sedangkan Sugiyono (2013) menjelaskan metode penelitian dan pengembangan adalah metode yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut. Penelitian pengembangan lebih diarahkan pada usaha untuk menghasilkan sebuah produk tertentu kemudian diuji keefektifannya sehingga siap digunakan secara nyata di lapangan.

Penelitian ini menggunakan model pengembangan Model 4 D yang merupakan salah satu metode penelitian dan pengembangan. Model 4 D dikembangkan oleh S. Thiagarajan, Dorothy S. Semmel, dan Melvyn I. Semmel pada tahun 1974. Metode dan model ini dipilih karena bertujuan untuk menghasilkan produk berupa media/aplikasi pemasaran. Produk yang dikembangkan kemudian diuji kelayakannya dengan validitas dan uji coba produk untuk mengetahui sejauh mana peningkatan promosi setelah menggunakan media/aplikasi pemasaran. Sesuai namanya, model 4D terdiri dari 4 tahapan utama yaitu:

1. *Define* (Pendefinisian).
2. *Design* (Perancangan).
3. *Develop* (Pengembangan).
4. *Disseminate* (Penyebaran).

## B. Prosedur Pengembangan

Tahap yang digunakan untuk melakukan penelitian meliputi tahap *Define* (Pendefinisian), *Design* (Perancangan), *Develop* (Pengembangan), dan *Disseminate* (Penyebaran). Tahapan penelitian dapat dilihat pada Lampiran berikut:



Gambar 2. Tahapan Model Pengembangan Media 4D.

Secara rinci prosedur penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

### 1. Pendefinisian (*Define*)

Tahap pendefinisian berguna untuk menentukan dan mendefinisikan kebutuhan-kebutuhan di dalam proses perancangan media serta mengumpulkan berbagai informasi yang berkaitan dengan produk yang akan dikembangkan.

Dalam tahap ini dibagi menjadi beberapa langkah yaitu:

#### a) Analisis Awal (*Front-end Analysis*).

Analisis awal dilakukan untuk mengetahui permasalahan dasar dalam pengembangan media pemasaran. Pada tahap ini dimunculkan fakta-fakta

dan alternatif penyelesaian sehingga memudahkan untuk menentukan langkah awal dalam pengembangan media pemasaran yang sesuai untuk dikembangkan

b) Analisis Pengguna (*User Analysis*).

Analisis pengguna sangat penting dilakukan pada awal perencanaan. Analisis pengguna dilakukan dengan cara mengamati karakteristik pengguna lapangan tenis. Analisis ini dilakukan dengan mempertimbangkan kebiasaan, tipe pengguna dan pengalaman dalam memperoleh informasi serta bagaimana cara pengguna memesan/ *booking* lapangan.

c) Analisis Konsep (*Concept Analysis*).

Analisis konsep bertujuan untuk menentukan isi materi dalam media pemasaran yang dikembangkan. Analisis konsep dibuat dalam peta konsep materi pemasaran yang nantinya digunakan sebagai sarana pembuatan aplikasi pemasaran dengan cara mengidentifikasi dan menyusun secara sistematis bagian-bagian utama materi pemasaran.

d) Analisis Tujuan Media Pemasaran (*Analysis of Marketing Media Objectives*)

Analisis tujuan dilakukan untuk menentukan konsep promosi yang akan dikembangkan, yaitu dengan menuliskan tujuan promosi peneliti dapat mengetahui materi apa saja yang akan ditampilkan dalam media pemasaran, menentukan konten yang akan ditampilkan, dan akhirnya menentukan konsep akhir dari aplikasi yang akan dikembangkan.

## 2. Perancangan (*Design*)

Setelah mendapatkan permasalahan dari tahap pendefinisian, selanjutnya dilakukan tahap perancangan. Tahap perancangan ini bertujuan untuk merancang suatu media pemasaran yang dapat digunakan dan sesuai dengan karakteristik pengguna di lapangan tenis FIK UNY. Tahap perancangan ini meliputi:

### a) Penyusunan Tes (*Criterion-Test Construction*)

Penyusunan Tes pada tahap ini berdasarkan penyusunan tujuan pemasaran yang menjadi daya tarik pengguna antara lain daya Tarik tampilan aplikasi, kelengkapan informasi yang ditampilkan, dan kegunaan aplikasi bagi pengguna.

### b) Pemilihan Media (*Media Selection*)

Peneliti menyiapkan *prototype* yang dikembangkan dengan mengacu pada konsep yang sudah dipersiapkan dari awal untuk pengembangan media pemasaran lapangan tenis FIK UNY.

### c) Pemilihan Format (*Format Selection*)

Pemilihan format dilakukan pada langkah awal agar format yang dipilih sesuai dengan materi yang akan disampaikan kepada pengguna mengenai pemasaran lapangan tenis. Pemilihan bentuk penyajian disesuaikan dengan media pemasaran yang digunakan. Pemilihan format dalam pengembangan ini dengan mendesain isi materi informasi yang akan disajikan (konten) meliputi informasi lapangan tenis, fasilitas, layanan/ program latihan, harga

sewa, serta saran dan masukan yang akan digunakan untuk merancang isi aplikasi, membuat desain aplikasi yang meliputi desain *layout*, Lampiran, dan tulisan.

d) Desain Awal (*Initial Design*)

Desain awal (*initial design*) yaitu rancangan media aplikasi yang telah dibuat kemudian diberi masukan oleh dosen pembimbing, Masukan dari dosen pembimbing akan digunakan untuk memperbaiki media aplikasi. Kemudian melakukan revisi setelah mendapatkan saran perbaikan media aplikasi dari dosen pembimbing dan nantinya rancangan ini akan dilakukan tahap validasi. Rancangan ini berupa *prototype* dari media aplikasi.

3. Pengembangan (*Develop*).

Tahap pengembangan ini bertujuan untuk menghasilkan media aplikasi pemasaran yang sudah direvisi berdasarkan masukan ahli dan uji coba kepada pengguna lapangan tenis FIK UNY. Terdapat dua langkah dalam tahapan ini yaitu sebagai berikut:

a) Validasi Ahli (*Expert Appraisal*)

Validasi ahli ini berfungsi untuk memvalidasi konten materi dan media dalam aplikasi pemasaran sebelum dilakukan uji coba dan hasil validasi akan digunakan untuk melakukan revisi produk awal. Media aplikasi pemasaran yang telah disusun kemudian akan dinilai oleh dosen ahli materi dan dosen ahli media, sehingga dapat diketahui apakah media aplikasi pemasaran tersebut layak diterapkan atau tidak. Hasil dari validasi ini

digunakan sebagai bahan perbaikan untuk kesempurnaan media aplikasi pemasaran yang dikembangkan. Setelah draf I aplikasi divalidasi dan direvisi, maka dihasilkan draf II. Draft II aplikasi selanjutnya akan diujikan kepada pengguna lapangan tenis FIK UNY dalam tahap uji coba lapangan terbatas.

b) Uji Coba Produk (*Development Testing*)

Setelah dilakukan validasi ahli materi dan ahli media kemudian dilakukan uji coba lapangan terbatas untuk mengetahui hasil penerapan media aplikasi pemasaran untuk meningkatkan promosi. Hasil yang diperoleh dari tahap ini berupa media aplikasi pemasaran yang telah direvisi.

4. Penyebaran (*Disseminate*)

Setelah uji coba terbatas dan instrument telah direvisi, tahap selanjutnya adalah tahap diseminasi. Tujuan dari tahap ini adalah menyebarluaskan media aplikasi pemasaran. Penelitian ini hanya dilakukan diseminasi terbatas, yaitu dengan menyebarluaskan dan mempromosikan produk akhir media aplikasi secara terbatas kepada pengguna lapangan tenis FIK UNY.

### **C. Desain Uji Coba Produk**

1. Desain Uji Coba

Uji coba produk dilakukan melalui 2 tahapan, yaitu uji coba skala kecil dan uji coba skala besar. Arikunto (2013:254) menyatakan uji coba skala kecil dapat dilakukan terhadap 4 atau 5 responden, yaitu dapat mengambil dari populasi

atau di luar populasi yang memiliki ciri-ciri sama dengan populasi. Tujuan uji coba skala kecil adalah untuk: (1) Mengetahui tingkat kepahaman instrument, (2) Memperoleh pengalaman melaksanakan pengumpulan data, (3) Mengidentifikasi masalah yang mungkin dijumpai, dan (4) Mengetahui perkiraan waktu pelaksanaan. Setelah melakukan uji coba skala kecil maka akan diperoleh umpan balik yang dapat digunakan sebagai acuan revisi.

Uji coba selanjutnya adalah uji coba skala besar, yaitu dapat dilakukan terhadap 15 sampai 50 responden. Dalam uji coba skala besar media ini ditujukan kepada masyarakat/ *member*/ calon pengguna fasilitas lapangan tenis FIK UNY. Kemudian data hasil uji coba skala besar akan dianalisis untuk mengetahui kelayakan media aplikasi system informasi manajemen tersebut.

Desain uji coba merupakan tahap dilaksanakannya evaluasi pengembangan media sistem pemasaran yang melalui beberapa validator yaitu uji coba validitas ahli media, materi, dan uji coba hasil penggunaan aplikasi sistem informasi pemasaran menggunakan aplikasi yang telah dikembangkan melalui pengisian angket validasi untuk memperoleh data kualitatif dan kuantitatif.

## 2. Subjek Uji Coba

Subjek pada penelitian ini adalah masyarakat/ *member*/ calon pengguna fasilitas lapangan tenis FIK UNY.

## **D. Teknik dan Pengumpulan Data**

### **a. Teknik Pengumpulan Data**

Mengumpulkan data merupakan pekerjaan yang penting dalam meneliti.

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, peneliti menggunakan beberapa metode yaitu: (1) Observasi, (2) Wawancara, (3) Angket. Observasi yang dilakukan adalah observasi partisipatif, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung dan ikut terlibat apa yang dilakukan sumber data. Pada metode observasi ini peneliti mengamati berbagai aspek yang dibutuhkan dalam menemukan permasalahan yang ada di manajemen lapangan tenis FIK UNY. Aspek tersebut meliputi proses pendaftaran, pembukuan data *member*, dan informasi manajemen lapangan tenis FIK UNY yang dipublikasikan di internet serta sistem *booking* lapangan.

Wawancara dilakukan untuk mengetahui secara mendalam terhadap permasalahan yang ditemukan. Sugiyono (2016: 317) menyatakan wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Wawancara dalam penelitian pengembangan ini dilakukan kepada manajemen, karyawan, dan pengguna di lapangan tenis FIK UNY mengenai kendala masyarakat dalam mendapatkan informasi dan melakukan penyewaan lapangan secara efektif dan efisien.

Metode angket dilakukan untuk mengevaluasi sistem informasi manajemen lapangan tenis FIK UNY berbasis android yang telah dikembangkan. Angket ini ditujukan untuk ahli media, ahli materi, dan juga masyarakat. Angket untuk ahli media dan ahli materi ditujukan untuk mengetahui tingkat kualitas media dan kesesuaian materi. Angket untuk masyarakat ditujukan untuk mengetahui kelayakan dari sistem informasi manajemen lapangan tenis FIK UNY berbasis

android.

## **b. Instrument Penelitian**

Instrument penelitian bertujuan untuk mengukur dan mengetahui kelayakan aplikasi layanan kesehatan yang dikembangkan. Sugiyono (2017: 156), instrument penelitian merupakan alat ukur seperti tes, kuisioner, pedoman wawancara, dan pedoman observasi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian, dalam hal ini adalah instrument untuk penelitian dan pengembangan.

Instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam pengujian terhadap pengembangan produk ini adalah dengan menggunakan instrument nontes. Instrument dibuat dalam bentuk angket terstruktur. Angket yang disusun akan dibagikan kepada ahli media, ahlimateri, dan calon *member* atau sebagai responden.

Kuisioner dipilih karena subjek relatif banyak sehingga dilakukan secara serentak dan waktu yang singkat. Kuisioner ahli dititikberatkan kepada produk awal atau desain produk, sedangkan kuisioner untuk responden bertujuan untuk menilai pada kenyamanan pada penggunaan produk. Kuisioner disusun meliputi tiga jenis sesuai peran dalam pengembangan ini, angket tersebut meliputi: (1) Angket untuk ahli materi, (2) angket untuk ahli media, (3) angket untuk responden pada tahap validasi produk dan uji coba.

Kisi-kisi instrument penelitian serta indikator sebagai berikut:

### 1) Kisi-kisi Angket Ahli Materi

Kisi-kisi instrument untuk ahli materi tahap draf dan produk mencakup

aspek informasi atau konten yang terdiri dari 10 butir kisi. Kisi-kisi dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1. Kisi-Kisi Penilaian Aplikasi untuk Ahli Materi

No	Aspek yang dinilai	Butir	Jumlah
1	Aspek Kelayakan Isi (Konten)	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	10
Jumlah			10

## 2) Kisi-kisi angket ahli media

Kisi-kisi instrument untuk ahli media terhadap draf dan produk mencakup aspek tampilan, aspek fungsi, dan aspek penggunaan yang terdiri dari 18 butir. Kisi-kisi dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 2. Kisi-Kisi Penilaian Aplikasi untuk Ahli Media

No	Aspek	Butri	Jumlah
1	Desain dan Fungsi	1, 2, 3, 4, 5	5
2	Penggunaan	6, 7, 8, 9, 10	5
Jumlah			10

## 3) Kisi-kisi Penilaian Responden

Pada uji coba lapangan, responden menilai produk yaitu berupa aplikasi, instrument untuk responden terhadap produk berupa aplikasi mencakup 3 aspek yaitu aspek kegunaan, aspek informasi, dan aspek tampilan.

Tabel 3. Kisi-kisi Penilaian Aplikasi Responden/ Pengguna

No	Aspek	Butir	Jumlah
1	Fitur Aplikasi	1, 2, 3	3
2	Tempat ( <i>Place</i> )	4, 5, 6	3
3	Harga ( <i>Price</i> )	7, 8	2
4	Produk ( <i>Product</i> )	10, 11, 12	3
5	Promosi ( <i>Promotion</i> )	13, 14, 15, 16	4
		Jumlah	15

#### 4) Uji Efektivitas

Uji efektifitas dilakukan dengan menggunakan instrument yang berbentuk angket. Angket tersebut berisi butir-butir pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh responden. Angket (kuisisioner) menurut Sugiyono (2013: 199), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengembangan instrument tersebut didasarkan atas konstruksi teori yang telah disusun sebelumnya, kemudian atas dasar teori tersebut dikembangkan indikator-indikator variabel yang selanjutnya dijabarkan dalam butir-butir pernyataan. Menghitung uji efektifitas dapat menggunakan rumus sebagai berikut (Hake, 1999):

$$g = \frac{\text{Skor Post test} - \text{Skor Pre test}}{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Pre test}}$$

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *g*, kemudian dikonversikan ke dalam kalimat untuk menilai tingkat efektifitas media. Berikut ini adalah tabel pedoman kriteria tingkat efektifitas media (Hake, 1999):

Normalized Gain Score	Level
$g > 0.7$	High
$0.7 > g > 0.3$	Medium
$g < 0.3$	Low

Gambar 3. Tabel Hake, 1999

### E. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian dilakukan setelah pengumpulan data selesai untuk mengetahui penilaian dari produk yang telah dikembangkan. Data penelitian diperoleh dari angket yang telah diisi oleh ahli media, ahli materi, dan *member* atau pengguna lapangan tenis FIK UNY. Menurut Arikunto (2013:278), terdapat tiga langkah dalam melakukan analisis data, yaitu: (1) Persiapan, (2) Tabulasi, dan (3) Penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian.

Kegiatan yang dilakukan dalam langkah persiapan meliputi mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi, mengecek kelengkapan data, dan juga mengecek macam isian data. Pada tahap tabulasi, kegiatan analisis data dapat berupa pemberian skor terhadap item-item yang perlu diberikan skor. Pada penelitian pengembangan ini, instrument yang digunakan disusun dengan skala Likert dengan interval 1 sampai 5. Untuk memperoleh data kuantitatif maka masing-masing alternatif jawaban kemudian diberi skor sebagai berikut:

Tabel 4. Pedoman Penilaian Skor

<b>Kriteria</b>	<b>Skor</b>
Sangat Layak	5
Layak	4
Cukup Layak	3
Kurang Layak	2
Tidak Layak	1

(Sumber: Riduwan, 2012)

Setelah skor ditentukan maka data diterapkan dalam perhitungan untuk menilai kelayakan dalam bentuk persentase, secara ringkas dapat digambarkan dengan rumus berikut (Purwanto, 2009):

$$\text{Persentase Kelayakan (\%)} = \frac{\text{Skor yang Diperoleh}}{\text{Skor Maksimal Ideal}} \times 100$$

Persentase kelayakan yang didapat kemudian dikonversikan ke dalam kalimat untuk menilai kelayakan media. Berikut ini adalah tabel pedoman kriteria persentase kelayakan media (Arikunto, 2010 :35):

Tabel 5. Kriteria Kelayakan Media

<b>Presentase</b>	<b>Kriteria</b>
81-100 %	Sangat Layak
61-80 %	Layak
41-40 %	Cukup Layak
21-40 %	Kurang Layak
<21 %	Tidak Layak

(Sumber: Riduwan, 2012)

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN**

### **A. Hasil Pengembangan Produk Awal**

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem informasi manajemen pemasaran Manajemen Lapangan Tenis FIK UNY berbasis android sehingga memudahkan pengguna/ calon pengguna (masyarakat) untuk mengetahui informasi terkait lapangan tenis FIK UNY meliputi fasilitas di lapangan, program latihan yang tersedia dan bagaimana memesan lapangan menggunakan aplikasi. Langkah-langkah pengembangan penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

#### 1. Pendefinisian (*Define*)

Tahap pendefinisian bertujuan untuk menentukan dan mendefinisikan kebutuhan-kebutuhan di dalam proses perancangan media serta mengumpulkan berbagai informasi yang berkaitan dengan produk yang akan dikembangkan. Dalam tahap ini dibagi menjadi beberapa langkah yaitu:

##### a. Analisis Awal (*Front-end Analysis*).

Berdasarkan hasil observasi dan analisis yang telah dilaksanakan, manajemen lapangan tenis FIK UNY belum memaksimalkan jaringan internet/ *online* untuk melakukan promosi fasilitas dan layanan yang ada di lapangan tenis FIK UNY. Pencarian tentang lapangan tenis FIK UNY hanya ditemukan dalam akun sosial media Twitter yang tidak *diupdate* karena masih menampilkan informasi nomor hp manager lapangan tenis yang lama dan informs yang ditampilkan juga terbatas

mengingat sekarang telah banyak masyarakat menggunakan *smartphone* untuk digunakan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Banyaknya pengguna lapangan tenis atau masyarakat sudah menggunakan *smartphone* dapat dilihat sebagai peluang untuk membuat media atau aplikasi yang bertujuan memasarkan/mempromosikan lapangan tenis FIK UNY dengan harapan dapat meningkatkan promosi lapangan tenis dan mengenalkan fasilitas berstandar nasional yang dimiliki FIK UNY melalui olahraga tenis kepada masyarakat luas.

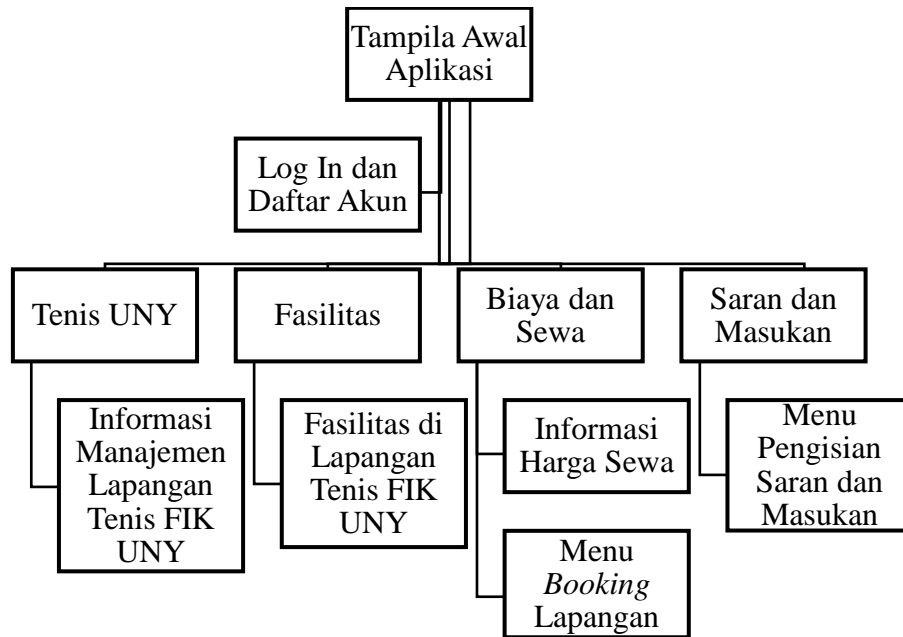
b. Analisis Pengguna (*User Analysis*).

Analisis pengguna merupakan observasi dan analisis yang dilakukan kepada pengguna lapangan tenis FIK UNY untuk mengetahui latar belakang, kecenderungan melakukan penyewaan lapangan tenis FIK UNY dan harapan yang diinginkan untuk memudahkan pengguna dalam proses penggunaan lapangan tenis FIK UNY mengingat setiap pengguna harus datang ke kantor pengelola lapangan tenis terlebih dahulu atau melakukan telepon kepada admin untuk melakukan penyewaan lapangan.

c. Analisis Konsep (*Concept Analysis*).

Pada tahap analisis konsep dilakukan identifikasi, dirincikan dan disusun konsep untuk melengkapi bagian-bagian dari media yang akan dikembangkan, selanjutnya konsep disusun secara sistematis dan dikaitkan dengan konsep-konsep lain yang relevan. Hasil analisis ini

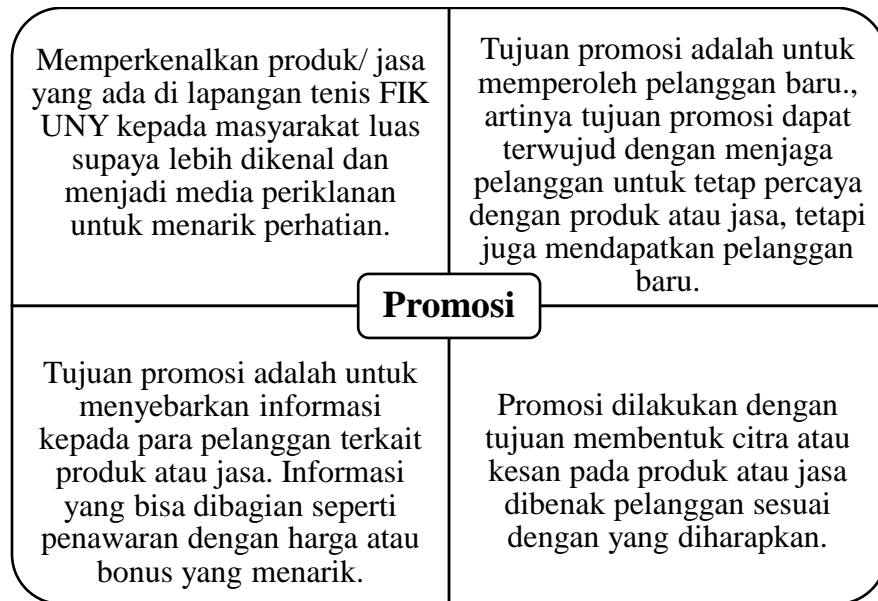
akan membentuk suatu peta konsep awal seperti berikut:



Gambar 4. Konsep Media Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY

d. Analisis Tujuan Media Pemasaran (*Analysis of Marketing Media Objectives*)

Pada tahap analisis tujuan media pemasaran, peneliti akan menentukan konsep promosi yang akan dikembangkan, yaitu dengan menuliskan tujuan promosi peneliti dapat mengetahui materi apa saja yang akan ditampilkan dalam media pemasaran, menentukan konten yang akan ditampilkan, dan akhirnya menentukan konsep akhir dari aplikasi yang akan dikembangkan.



Gambar 5. Konsep Tujuan Promosi Aplikasi.

## 2. Perancangan (*Design*)

Setelah melaksanakan tahap pendefinisian, selanjutnya dilakukan tahap perancangan. Tahap perancangan ini bertujuan untuk merancang suatu media pemasaran yang dapat digunakan dan sesuai dengan karakteristik pengguna di lapangan tenis FIK UNY. Tahap perancangan ini meliputi:

### a. Penyusunan Tes (*Criterion-Test Construction*)

Penyusunan tes dilakukan berdasarkan analisis konsep dan penjabaran tujuan pengembangan aplikasi. Berdasarkan hasil penjabaran pada tahap analisis tujuan, memperoleh kisi-kisi pernyataan yang akan diisi oleh responden, yaitu:

Tabel 6. Kisi-kisi Penilaian Aplikasi oleh Responden/ Pengguna

No	Aspek	Butir	Jumlah
1	Fitur Aplikasi	1, 2, 3	3
2	Tempat ( <i>Place</i> )	4, 5, 6	3
3	Harga ( <i>Price</i> )	7, 8	2
4	Produk ( <i>Product</i> )	10, 11, 12	3
5	Promosi ( <i>Promotion</i> )	13, 14, 15, 16	4
		Jumlah	15

Tabel 7. Kisi-kisi Angket Penilaian Aplikasi oleh Responden/ Pengguna

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
	<b>Fitur Aplikasi</b>					
1	Desain aplikasi pemasaran berbasis android yang digunakan menarik.					
2	Penggunaan komposisi warna, tulisan, dan gambar pada aplikasi sudah tepat sehingga dapat terbaca dengan jelas.					
3	Aplikasi manajemen pemasaran lapangan tenis FIK UNY berbasis android mudah untuk diinstal pada handpone android, mudah dipelajari, dan digunakan.					
	<b>Tempat/ Lokasi (<i>Place</i>)</b>					
4	Menggunakan aplikasi dapat mempermudah menemukan lokasi lapangan tenis FIK UNY.					
5	Menggunakan aplikasi membantu memutuskan pemilihan tempat penyewaan lapangan tenis FIK UNY.					
6	Menggunakan aplikasi memberikan informasi sarana dan prasarana tempat parkir.					
	<b>Harga (<i>Price</i>)</b>					
7	Menggunakan aplikasi membantu memberikan informasi harga sewa lapangan tenis FIK UNY.					

8	Menggunakan aplikasi membantu memberikan informasi biaya program latihan di lapangan tenis FIK UNY.					
	<b>Produk (Product)</b>					
9	Menggunakan aplikasi membantu memberikan informasi fasilitas yang dimiliki lapangan tenis FIK UNY.					
10	Menggunakan aplikasi membantu memberikan pilihan lapangan tenis FIK UNY yang akan disewa (lapangan <i>indoor</i> atau lapangan <i>outdoor</i> ).					
11	Menggunakan aplikasi memberikan informasi program Latihan di lapangan tenis FIK UNY untuk anak usia dini hingga dewasa.					
	<b>Promosi (Promotion)</b>					
12	Menggunakan aplikasi membantu mempermudah penyewaan lapangan tenis FIK UNY.					
13	Menggunakan aplikasi membantu memperoleh informasi seputar lapangan tenis FIK UNY.					
14	Menggunakan aplikasi memberikan kemudahan untuk mengenal layanan lapangan tenis FIK UNY.					
15	Menggunakan aplikasi dapat membantu manajemen dalam upaya meningkatkan pelanggan.					

b. Pemilihan Media (*Media Selection*)

Pemilihan media dilakukan untuk mengidentifikasi media yang tepat yang sesuai dengan konsep awal pengembangan media. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media aplikasi pemasaran untuk manajemen lapangan tenis FIK UNY sebagai upaya untuk meningkatkan promosi lapangan tenis FIK UNY. Media ini diharapkan dapat membantu manajemen dalam kegiatan promosi layanan lapangan

tenis dan mempermudah pengguna/ masyarakat dalam mengakses informasi terkait lapangan tenis dan untuk melakukan pemesanan lapangan.

c. Pemilihan Format (*Format Selection*)

Pengembangan media dalam penelitian ini adalah media pemasaran manajemen lapangan tenis FIK UNY. Tahap pengembangannya, format yang dipilih adalah pengembangan aplikasi sesuai dengan perkembangan dan masukan dari pengguna, artinya penelitian ini disesuaikan dengan karakteristik pengguna lapangan tenis yang sebagian besar berlatar belakang pekerja ataupun mahasiswa yang tidak banyak waktu untuk mendatangi manajemen lapangan tenis FIK UNY untuk memesan lapangan atau untuk memperoleh informasi terkait program latihan.

Pemilihan format diharapkan dapat membantu pengguna lebih memudahkan dalam proses sewa lapangan, memudahkan masyarakat umum mengetahui program latihan dan fasilitas yang ditawarkan dan sebagai upaya meningkatkan promosi lapangan tenis FIK UNY di media sosial/ *online*.

d. Desain Awal (*Initial Design*)

Desain awal aplikasi yang akan dikembangkan untuk membantu meningkatkan promosi lapangan tenis FIK UNY adalah sebagai berikut:

## 1) Tampilan Awal

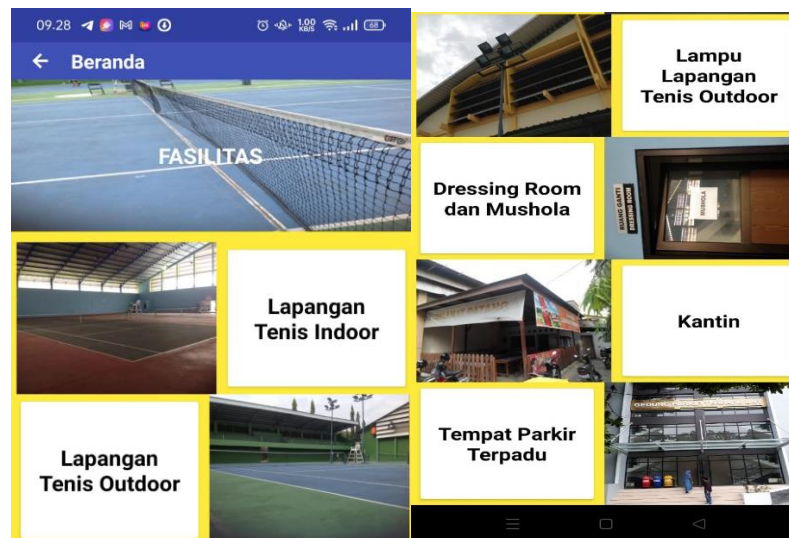
Tampilan awal aplikasi akan menampilkan 4 menu yaitu Tennis UNY, Fasilitas, Tarif Sewa, dan Kontak.



Gambar 6. *Dashboard Prototype* Pemasaran Lapangan Tennis FIK UNY

## 2) Fasilitas

Tampilan menu Fasilitas akan menampilkan informasi dan foto fasilitas lapangan tenis yang diperoleh oleh pengguna lapangan.



Gambar 7. Tampilan Fasilitas Lapangan Tennis FIK UNY

### 3) Tarif Sewa

Tampilan halaman Tarif Sewa berisi informasi harga sewa lapangan tenis FIK UNY.



INDOOR		
NO	MACAM PEMAKAIAAN	TARIF
1	Member	Rp 60.000.-
2	Insidental	Rp 90.000.-
3	Event	Rp 110.000.-

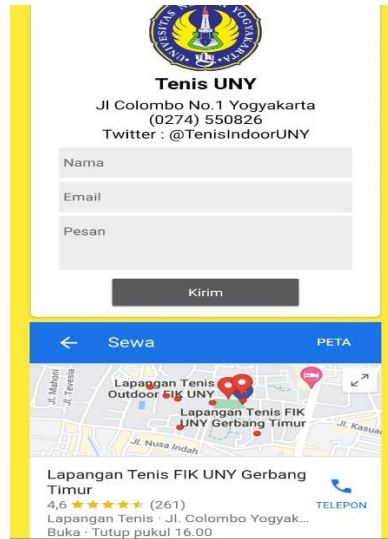
OUTDOOR TANPA LAMPU		
NO	MACAM PEMAKAIAAN	TARIF
1	Member	Rp 40.000.-
2	Insidental	Rp 50.000.-
3	Event	Rp 60.000.-

OUTDOOR DENGAN LAMPU		
NO	MACAM PEMAKAIAAN	TARIF
1	Member	Rp 60.000.-
2	Insidental	Rp 70.000.-
3	Event	Rp 100.000.-

Gambar 8. Tampilan Tarif Sewa Lapangan Tenis FIK UNY

### 4) Kontak

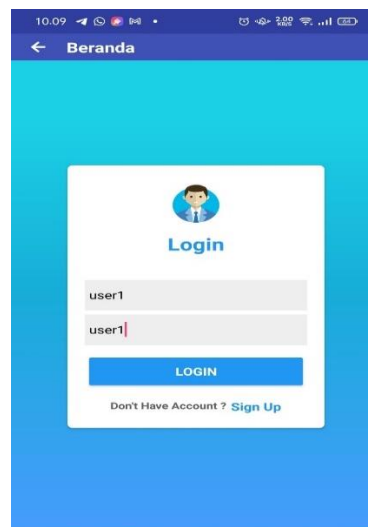
Tampilan halaman Kontak berisi tentang saran dan masukan pengguna kepada majamenen lapangan tenis dan lokasi/ alamat lapangan tenis FIK UNY.



Gambar 9. Tampilan Kontak Lapangan Tenis FIK UNY

#### 5) *Log in User*

Tampilan halaman *Log in User* berisi informasi tentang pengguna yang akan log in ke aplikasi atau akan membuat akun baru.



Gambar 10. Tampilan *Log In User* Ke Aplikasi.

#### 6) Tampilan Menu Pengguna

Tampilan Menu Pengguna akan menampilkan beranda pada saat

pengguna sudah *log in* ke aplikasi.



Gambar 11. *Dashboard User Setelah Log In Aplikasi.*

#### 7) Tarif Pemilihan Sewa Lapangan

Tampilan halaman Tarif Pemilihan Sewa Lapangan berisi tentang pengguna yang akan memesan lapangan beserta trif yang diberikan.



Gambar 12. Tampilan Menu *Booking* Lapangan.

## B. Hasil Uji Coba Produk

Setelah proses pembuatan desain dan mengembangkan *prototype*, langkah selanjutnya adalah uji validasi pada aplikasi oleh Validator Ahli Materi dan Validator Ahli Media agar kesesuaian materi yang ditampilkan dalam aplikasi sesuai dengan pengembangan aplikasi yang dilakukan.

### 1. Validasi Ahli (*Expert Appraisal*)

Penelitian pengembangan aplikasi manajemen pemasaran ini dilakukan 2 tahap uji validasi, yaitu validasi ahli materi dan validasi ahli media.

- a. Validasi Ahli Materi penelitian ini adalah Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or. dan Dr. Abdul Alim, M.Or. dengan hasil validasi sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Validasi Ahli Materi

Validator	Aspek	Nilai yang Diperoleh	Nilai Maksimal	Persentase
Ahli Materi 1	Aplikasi Android	48	50	96 %
Ahli Materi 2	Aplikasi Android	47	50	94 %
Rata-rata				95 %

Hasil validasi ahli materi 1 pada aspek aplikasi android diperoleh hasil 96 % dengan kategori Sangat Layak, selanjutnya hasil validasi ahli materi 2 diperoleh hasil 94 % dengan kategori Sangat Layak. Dilihat dari keseluruhan hasil rata-rata penilaian validasi ahli materi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan aplikasi pada penelitian ini memperoleh penilaian sebesar 95 % dengan kategori Sangat Layak.

- b. Validasi Ahli Media penelitian ini adalah Dr. Sulistiyono, M.Pd. dan Martono, M.Or. dengan hasil validasi sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Validasi Ahli Media

Validator	Aspek	Nilai yang Diperoleh	Nilai Maksimal	Persentase
Ahli Media 1	Aplikasi Android	44	50	88 %
Ahli Media 2	Aplikasi Android	40	50	80 %
Rata-rata				84 %

Hasil validasi ahli media 1 pada aspek aplikasi android diperoleh hasil 88 % dengan kategori Sangat Layak, selanjutnya hasil validasi ahli materi 2 diperoleh hasil 80 % dengan kategori Layak. Dilihat dari keseluruhan hasil rata-rata penilaian validasi ahli media tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan aplikasi pada penelitian ini memperoleh penilaian sebesar 84 % dengan kategori Sangat Layak.

- c. Uji Coba Pengguna

Pengujian aplikasi android dilakukan sebanyak 2 kali uji coba yaitu uji coba skala kecil dan uji coba skala besar. Hasil dari uji coba tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Uji Coba Skala Kecil

Uji coba kelompok kecil bertujuan untuk mengetahui hasil produk awal yang telah divalidasi oleh ahli materi dan media dengan subjek dalam skala kecil. Subjek akan menggunakan aplikasi pemasaran manajemen lapangan tenis FIK UNY dan setelahnya

akan memberikan penilaian terhadap aplikasi tersebut untuk dilakukan revisi sehingga akan lebih baik dan dapat dilakukan uji coba kembali dalam skala besar. Uji coba kelompok kecil ini melibatkan pengguna lapangan tenis FIK UNY, siswa dan orang tua Selabora Tennis UNY yang berjumlah 10 orang.

Tabel 10. Hasil Uji Coba Skala Kecil

Hasil Penilaian Angket Promosi Uji Skala Kecil							
No	Responden	Jumlah	Jumlah Aspek				
			Fitur Aplikasi	Tempat (Place)	Harga (Price)	Produk (Product)	Promosi (Promotion)
1	Responden 1	69	13	14	9	15	18
2	Responden 2	70	14	14	10	14	18
3	Responden 3	72	14	14	10	14	20
4	Responden 4	65	13	13	10	12	17
5	Responden 5	67	13	13	9	13	19
6	Responden 6	66	13	14	9	13	17
7	Responden 7	70	13	13	9	15	20
8	Responden 8	69	14	14	10	14	17
9	Responden 9	70	14	14	10	14	18
10	Responden 10	66	12	14	10	13	17
<b>Jumlah</b>		<b>684</b>	<b>133</b>	<b>137</b>	<b>96</b>	<b>137</b>	<b>181</b>
<b>Skor Maksimal</b>		<b>750</b>	<b>150</b>	<b>150</b>	<b>100</b>	<b>150</b>	<b>200</b>
<b>Persentase (%)</b>		<b>91,2</b>	<b>19,44</b>	<b>20,03</b>	<b>14,0351</b>	<b>20,03</b>	<b>26,461988</b>

Uji coba skala kecil dilakukan terhadap 10 responden, hasil penilaian rata-rata keseluruhan menghasilkan penilaian sebesar 91,2 % dengan kategori Sangat Layak untuk dilakukan pengembangan aplikasi pemasaran lapangan tenis FIK UNY ini untuk media penunjang promosi manajemen.

## 2) Uji Coba Skala Besar

Uji coba skala besar dilakukan oleh 50 responden (*pre test* dan *post test*) dengan menilai beberapa aspek. Hasil penilaian secara

keseluruhan *pre test* dan *post test* adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Skala Besar *Pre Test* dan *Post Test*

No	Aspek	<i>Skor Pre Test</i>	Persentase <i>Pre Test</i> (%)	<i>Skor Post Test</i>	Persentase <i>Post Test</i> (%)
1	Fitur Aplikasi	615	19,65	681	19,77
2	Tempat ( <i>Place</i> )	626	20,01	686	19,92
3	Harga ( <i>Price</i> )	415	13,26	462	13,41
4	Produk ( <i>Product</i> )	635	20,29	688	19,98
5	Promosi ( <i>Promotion</i> )	838	26,78	927	26,92
Jumlah Skor Penilaian		3129	100	3444	100
Skor Maksimal	3750		83,44		91,84

Hasil penilaian rata-rata keseluruhan terhadap 5 aspek dalam aplikasi pemasaran lapangan tenis FIK UNY diperoleh hasil *pre test* sebesar 83,44 % dengan kategori Sangat Layak dan hasil *post test* diperoleh hasil 91,84 % dengan kategori Sangat Layak.

### C. Revisi Produk

Setelah dilakukan validasi aplikasi android oleh ahli materi dan ahli media serta uji coba kepada pengguna (responden) terdapat beberapa saran dan masukan yang diperoleh untuk menyempurnakan aplikasi android. Saran dan masukan yang diperoleh dalam penelitian ini agar dapat aplikasi dapat dikembangkan, dilanjutkan dan digunakan oleh masyarakat dengan masukan sebagai berikut:

#### 1. Ahli Materi 1

Berdasarkan hasil penilaian aplikasi android oleh ahli materi 1

diberikan saran pada menu fasilitas ditampilkan Lampiran landscape semua, tambahan pilihan opsi dua Bahasa dan tampilan pada tarif ditambahkan harga sewa perjam.

## 2. Ahli Materi 2

Berdasarkan hasil penilaian aplikasi android oleh ahli materi 2 diberikan saran untuk pengambilan Lampiran yang lebih baik, tepat, dan menarik agar terlihat jelas dan lebih rapi.

## 3. Ahli Media 1

Berdasarkan hasil penilaian aplikasi android oleh ahli media 1 diberikan saran untuk penyesuaian warna dan tata letak *icon* menu juga lebih konsisten. Pemilihan Lampiran dan huruf disesuaikan dengan layout aplikasi dan dengan Lampiran terbaru sesuai kondisi lapangan tenis.

## 4. Ahli Media 2

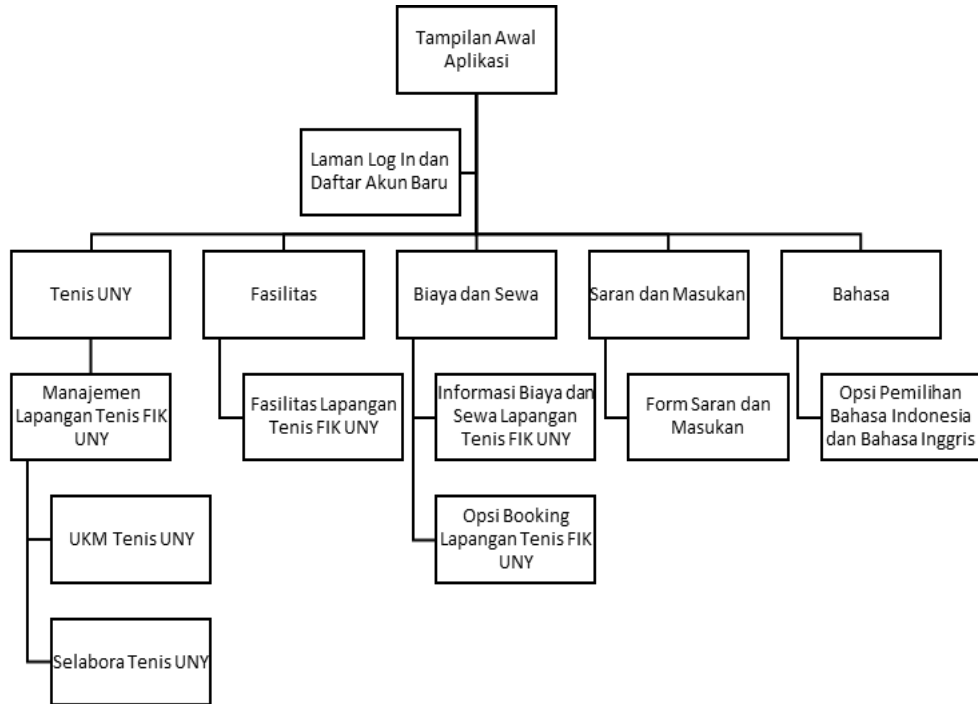
Berdasarkan hasil penilaian aplikasi android oleh ahli media 2 diberikan saran untuk pemberian nama aplikasi, penambahan jadwal untuk pengguna lapangan, menampilkan harga sewa perjam dan foto yang digunakan untuk aplikasi adalah foto yang terbaru, selanjutnya pengaturan Lampiran portrait dan nomor kontak yang ditampilkan bisa terhubung ke *whatsapp*.

## 5. Revisi Pengguna (Responden)

Revisi pengguna (responden) merupakan revisi berdasarkan saran dan masukan dari pengguna lapangan tenis FIK UNY pada uji coba skala kecil, baik pengguna langsung (pemain) atau pun orang tua pemain (Selabora Tenis UNY). Tahap ini sekaligus tahap evaluasi produk (aplikasi)

responden memberikan masukan nama pelatih Selabora lebih di *update*.

Dari hasil revisi produ oleh validasi ahli materi, ahli media dan respondek diperoleh konsep aplikasi sebagai berikut:



Gambar 13. Konsep Produk Akhir Aplikasi Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY

#### D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument Penilaian

Pada tahap ini, validasi ahli tentang instrument penilaian media aplikasi untuk meningkatkan promosi di lapangan tenis FIK UNY. Menurut Arikunto (2010), uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut memiliki ketepatan dalam melakukan pengukuran, atau dengan kata lain apakah alat ukur tersebut dapat benar-benar mengukur apa yang akan diukur.

Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi jika pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur tersebut

dilakukan secara berulang (Sugiyono, 2005). Reliabilitas tes merupakan tingkat konsistensi suatu tes, yaitu sejauh mana tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang konsisten, relative tidak berubah meskipun dilakukan tes pada situasi yang berbeda.

Butir instrument yang digunakan sebagai pedoman pengamatan akan dilakukan uji validitas. Validitas isi seperti yang dinyatakan oleh Lawshe dengan CVR dan Aiken menjadi Indeks Aiken's V, kedua indeks ini didasarkan pada hasil penilaian validator ahli sebanyak n terhadap suatu item mengenai sejauh mana item tersebut mewakili konstruk menggunakan formula untuk menghitung koefisien validitas Aiken's dengan rumus sebagai berikut:  $V = \frac{\sum S}{[n(c-1)]}$

Keterangan:

S : r – lo

r : angka yang diberikan penilai

lo : angka penilaian validitas terendah

n : jumlah penilai

c : angka penilaian validitas tertinggi

menggunakan perhitungan rumus tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Validitas

<b>V1</b>	<b>V2</b>	<b>V3</b>	<b>V4</b>	<b>Jumlah</b>	<b>S</b>	<b>n*(c-1)</b>	<b>V</b>
5	4	5	5	19	15	16	0,9375
4	5	4	5	18	14	16	0,875
5	5	4	4	18	14	16	0,875
4	5	5	4	18	14	16	0,875
5	4	5	5	19	15	16	0,9375
5	5	4	4	18	14	16	0,875
5	5	4	4	18	14	16	0,875
5	4	4	5	18	14	16	0,875
5	5	5	4	19	15	16	0,9375
5	5	5	5	20	16	16	1

Tabel di atas adalah skor penilaian validator yang telah dianalisis dengan analisis Aiken's, dari hasil tabel di atas skor paling rendah adalah 0,875 dan skor tertinggi adalah 1. Untuk menilai validitas butir tes yang dinilai harus dibandingkan hasil V hitung dengan nilai V tabel pada skala signifikansi level 5 %.

No. of Items (m) or Raters (n)	Number of Rating Categories (c)													
	2		3		4		5		6		7			
	V	p	V	p	V	p	V	p	V	p	V	p		
2							1.00	.040	1.00	.028	1.00	.020		
3							1.00	.008	1.00	.005	1.00	.003		
3			1.00	.037	1.00	.016	.92	.032	.87	.046	.89	.029		
4					1.00	.004	.94	.008	.95	.004	.92	.006		
4			1.00	.012	.92	.020	.88	.024	.85	.027	.83	.029		
5			1.00	.004	.93	.006	.90	.007	.88	.007	.87	.007		
5	1.00	.031	.90	.025	.87	.021	.80	.040	.80	.032	.77	.047		
6			.92	.010	.89	.007	.88	.005	.83	.010	.83	.008		
6	1.00	.016	.83	.038	.78	.050	.79	.029	.77	.036	.75	.041		
7			.93	.004	.86	.007	.82	.010	.83	.006	.81	.008		
7	1.00	.008	.86	.016	.76	.045	.75	.041	.74	.038	.74	.036		
8	1.00	.004	.88	.007	.83	.007	.81	.008	.80	.007	.79	.007		
8	.88	.035	.81	.024	.75	.040	.75	.030	.72	.039	.71	.047		
9	1.00	.002	.89	.003	.81	.007	.81	.006	.78	.009	.78	.007		
9	.89	.020	.78	.032	.74	.036	.72	.038	.71	.039	.70	.040		
10	1.00	.001	.85	.005	.80	.007	.78	.008	.76	.009	.75	.010		
10	.90	.001	.75	.040	.73	.032	.70	.047	.70	.039	.68	.048		
11	.91	.006	.82	.007	.79	.007	.77	.006	.75	.010	.74	.009		
11	.82	.033	.73	.048	.73	.029	.70	.035	.69	.038	.68	.041		
12	.92	.003	.79	.010	.78	.006	.75	.009	.73	.010	.74	.008		
12	.83	.019	.75	.025	.69	.046	.69	.041	.68	.038	.67	.049		
13	.92	.002	.81	.005	.77	.006	.75	.006	.74	.007	.72	.010		
13	.77	.046	.73	.030	.69	.041	.67	.048	.68	.037	.67	.041		
14	.86	.006	.79	.006	.76	.005	.73	.008	.73	.007	.71	.009		
14	.79	.029	.71	.035	.69	.036	.68	.036	.66	.050	.66	.047		
15	.87	.004	.77	.008	.73	.010	.73	.006	.72	.007	.71	.008		
15	.80	.018	.70	.040	.69	.032	.67	.041	.65	.048	.66	.041		
16	.88	.002	.75	.010	.73	.009	.72	.008	.71	.007	.70	.010		
16	.75	.038	.69	.046	.67	.047	.66	.046	.65	.046	.65	.046		
17	.82	.006	.76	.005	.73	.008	.71	.010	.71	.007	.70	.009		
17	.76	.025	.71	.026	.67	.041	.66	.036	.65	.044	.65	.039		
18	.83	.004	.75	.006	.72	.007	.71	.007	.70	.007	.69	.010		
18	.72	.048	.69	.030	.67	.036	.65	.040	.64	.042	.64	.044		
19	.79	.010	.74	.008	.72	.006	.70	.009	.70	.007	.68	.009		
19	.74	.032	.68	.033	.65	.050	.64	.044	.64	.040	.63	.048		
20	.80	.006	.72	.009	.70	.010	.69	.010	.68	.010	.68	.008		
20	.75	.021	.68	.037	.65	.044	.64	.048	.64	.038	.63	.041		
21	.81	.004	.74	.005	.70	.010	.69	.008	.68	.010	.68	.009		
21	.71	.039	.67	.041	.65	.039	.64	.038	.63	.048	.63	.045		
22	.77	.008	.73	.006	.70	.008	.68	.009	.67	.010	.67	.008		
22	.73	.026	.66	.044	.65	.035	.64	.041	.63	.046	.62	.049		
23	.78	.005	.72	.007	.70	.007	.68	.007	.67	.010	.67	.009		
23	.70	.047	.65	.048	.64	.046	.63	.045	.63	.044	.62	.043		
24	.79	.003	.71	.008	.69	.006	.68	.008	.67	.010	.66	.010		
24	.71	.032	.67	.030	.64	.041	.64	.035	.62	.041	.62	.046		
25	.76	.007	.70	.009	.68	.010	.67	.009	.66	.009	.66	.009		
25	.72	.022	.66	.033	.64	.037	.63	.038	.62	.039	.61	.049		

Gambar 14. Tabel Aiken's V, 1985

Nilai V skor yang diperoleh dengan rentang nilai terendah 0,875 dan yang tertinggi adalah 1 lebih besar dibanding skor V table menggunakan 4 *expert judgement* dengan 5 alternatif skala pada nilai signifikansi level 5 % sebesar 0,80. Nilai V hitung 0,875 sampai dengan  $1 \geq$  nilai V table sebesar 0,80 dan

dapat dinyatakan bahwa instrument penelitian yang disusun adalah valid.

Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's dengan SPSS pada penilaian 10 penilai atas instrument yang dikembangkan pada subjek saat uji coba skala kecil dengan acuan sebagai berikut (Sujarweni, 2014):

1. Jika nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,60$ , maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha  $\leq 0,60$ , maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Uji reliabilitas yang telah dilakukan menunjukkan hasil nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,618, jadi dapat disimpulkan bahwa angket yang telah disusun dinyatakan reliabel atau konsisten dengan hasil Cronbach's Alpha  $0,618 \geq 0,60$ .

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.618	10

Gambar 15. Hasil Uji Reliabilitas Instrument.

### **E. Hasil Uji Efektivitas Produk**

Secara keseluruhan penilaian aplikasi manajemen pemasaran lapangan tenis FIK UNY memperoleh skor:

Tabel 13. Hasil Uji *Pre Test* dan *Post Test*

No	Aspek	Skor <i>Pre Test</i>	Persentase (%)	Skor <i>Post Test</i>	Persentase (%)
1	Fitur Aplikasi	615	19,65	681	19,77
2	Tempat ( <i>Place</i> )	626	20,01	686	19,92
3	Harga ( <i>Price</i> )	415	13,26	462	13,41
4	Produk ( <i>Product</i> )	635	20,29	688	19,98
5	Promosi ( <i>Promotion</i> )	838	26,78	927	26,92
	Total	3129	83,44	3444	91,84
	Skor Maksimal	3750		3750	

Berdasarkan hasil uji coba yang telah dilakukan pada 50 responden diperoleh hasil yang berbeda pada saat uji *pre test* dan *post test* yaitu terdapat peningkatan jumlah nilai yang diberikan responden. Adanya peningkatan nilai yang diberikan responden menunjukkan bahwa aplikasi yang digunakan sebagai media penunjang promosi lapangan tennis FIK UNY efektif untuk digunakan dengan penilaian *pre test* sebesar 83,44 % dengan kategori Sangat Layak dan pada *post test* dengan penilaian sebesar 91,84 % dengan kategori Sangat Layak. Dapat disimpulkan bahwa pengembangan aplikasi ini Sangat Layak untuk dikembangkan dan digunakan oleh masyarakat.

#### **F. Kajian Produk Akhir**

Produk akhir pada penelitian ini adalah aplikasi berbasis android yang bertujuan untuk meningkatkan promosi lapangan tennis FIK UNY. Aplikasi ini akan memudahkan masyarakat untuk melakukan penyewaan lapangan tennis

FIK UNY dan memperoleh informasi terkait program latihan di lapangan tenis FIK UNY serta informasi dari manajemen. Aplikasi yang dikembangkan pada penelitian ini telah melewati validasi ahli materi dan media dan telah dilakukan uji coba dalam skala kecil dan skala besar. Hasil produk akhir setelah revisi dan dilampirkan dalam dua Bahasa dengan tampilan sebagai berikut:

1. Tampilan Awal Aplikasi

Tampilan awal aplikasi yang sudah dibuka akan muncul logo UNY dan teks Tenis UNY.

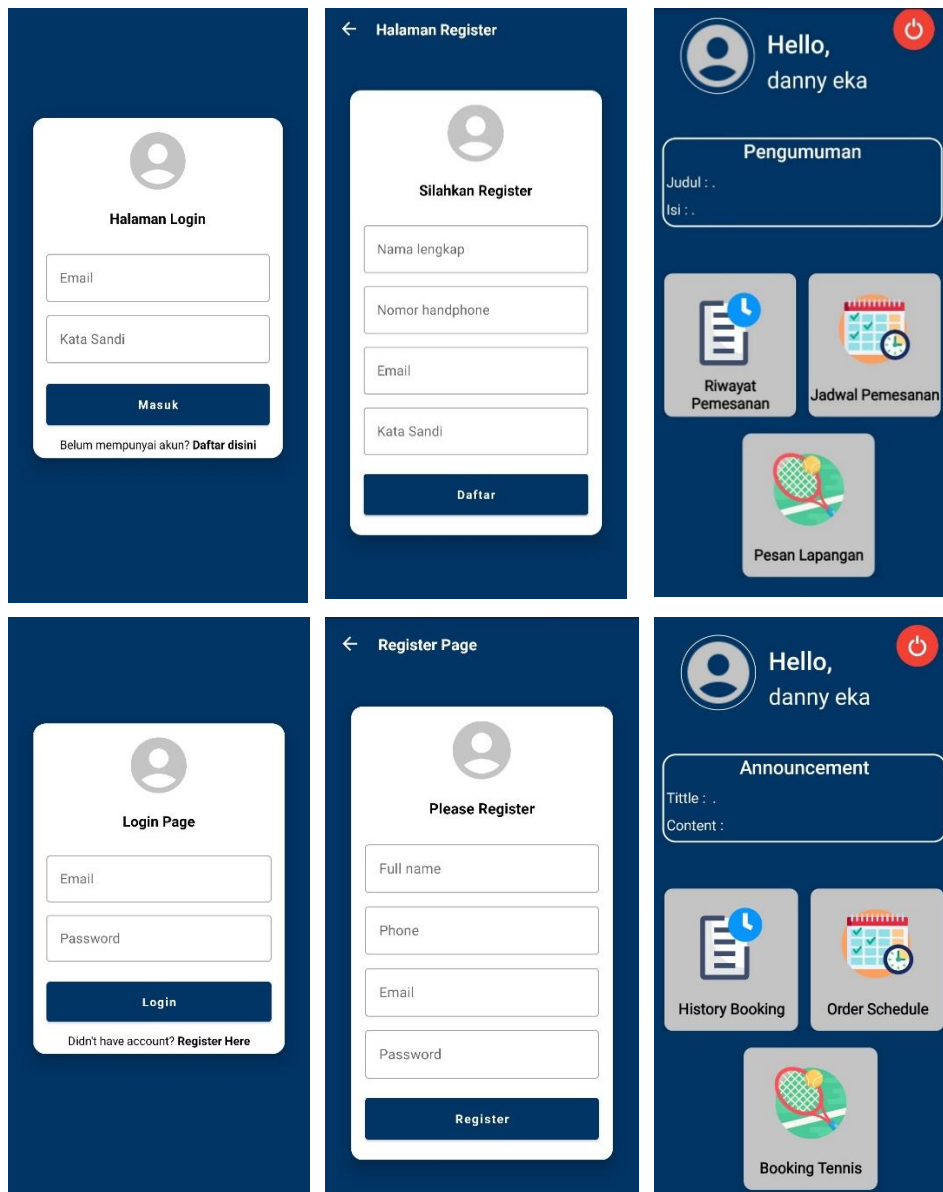


Gambar 16. Tampilan Halaman Awal Aplikasi.

2. Halaman *Log In* dan Daftar Akun Baru.

Tampilan halaman log in dan daftar akun baru berisi kolom untuk memasukkan email dan kata sandi apabila sudah mempunyai akun. Pengguna

yang belum memiliki akun akan diarahkan untuk mengisi data diri pada kolom yang sudah disediakan yaitu mengisi nama lengkap, nomor *handphone*, email dan kata sandi dan selanjutnya akan muncul beranda *log in* aplikasi pengguna.



Gambar 17. Tampilan Halaman *Log In* Dan Daftar Akun Baru

### 3. Halaman Beranda Aplikasi

Tampilan halaman beranda aplikasi berisi 5 menu pilihan dan opsi untuk melakukan log in. menu yang ditampilkan pada halaman beranda ini adalah Tennis UNY, Fasilitas, Biaya Sewa, Saran dan Masukan, dan Bahasa.



Gambar 18. Tampilan Halaman Beranda Aplikasi

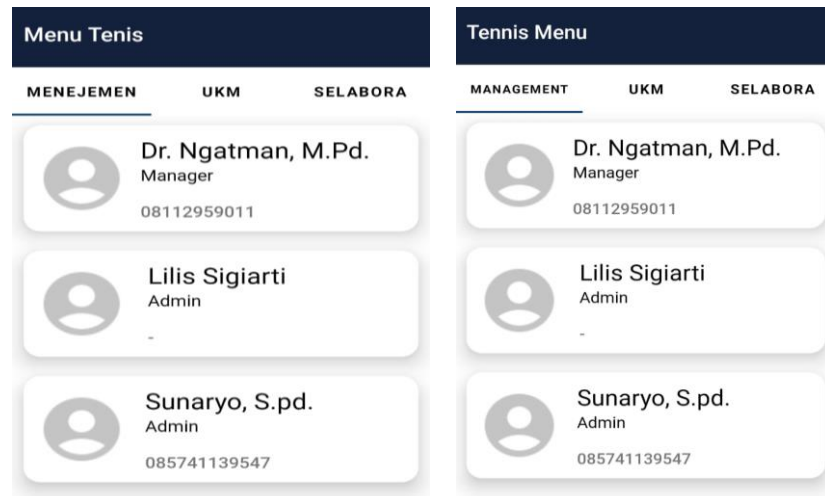
#### a. Halaman Menu Tennis UNY

Tampilan halaman menu Tennis UNY berisi 3 menu lanjutan yaitu Manajemen, UKM dan Selabora.

##### 1) Halaman Manajemen.

Tampilan halaman Manajemen berisi tentang informasi nama

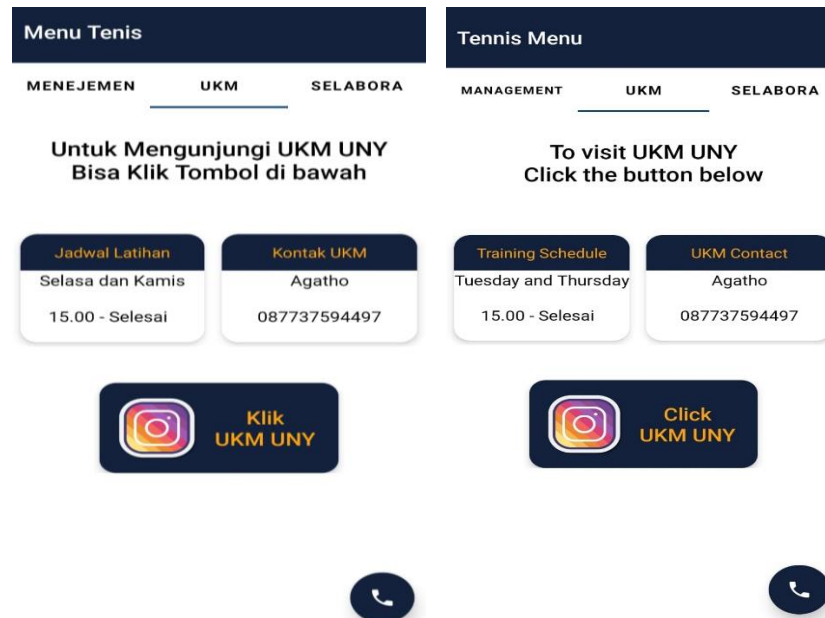
dan nomor *handphone* Manager dan Administrasi lapangan tenis FIK UNY.



Gambar 19. Tampilan Manajemen Lapangan Tenis FIK UNY.

## 2) Halaman UKM.

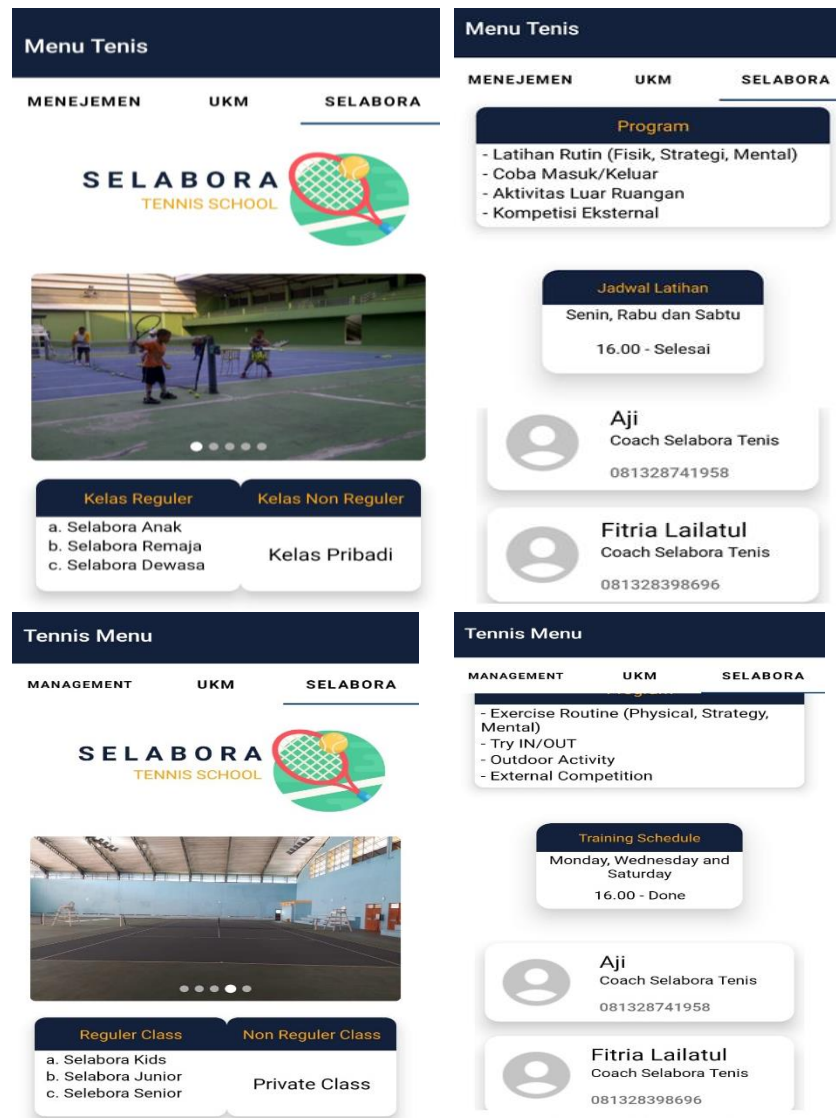
Tampilan halaman UKM berisi tentang informasi UKM Tenis UNY, akses ke akun Instagram UKM Tenis UNY dan nomor *handphone* Ketua UKM Tenis UNY.



Gambar 20. Halaman UKM Tenis UNY.

3) Halaman Selabora.

Tampilan halaman Selabora berisi tentang paket latihan Selabora Tennis UNY, jadwal latihan, nama pelatih dan nomor *handphone* pelatih.



Gambar 21. Tampilan Halaman Selabora Tennis UNY.

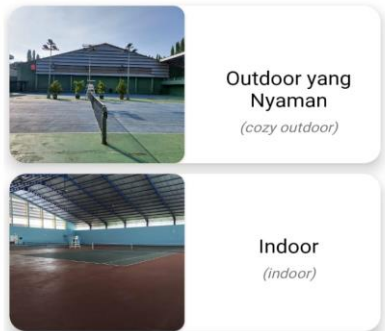
4. Halaman Menu Fasilitas

Tampilan halaman Fasilitas berisi tentang fasilitas yang ditawarkan manajemen lapangan tenis FIK UNY untuk pengguna yang menggunakan

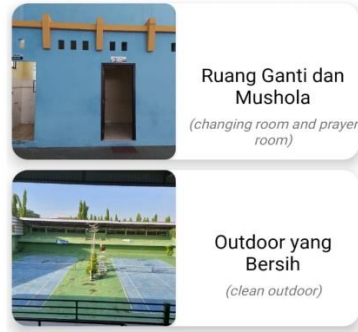
lapangan.



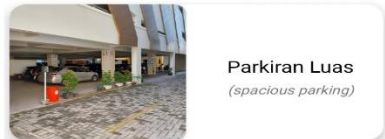
Fasilitas Tenis di UNY



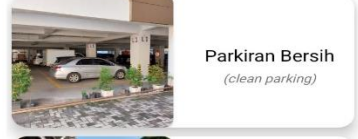
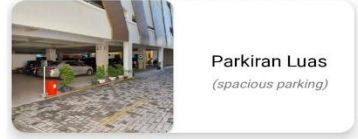
Fasilitas Tenis di UNY



Tennis Facilities at UNY



Tennis Facilities at UNY



Gambar 22. Tampilan Fasilitas Lapangan Tenis FIK UNY.

5. Halaman Menu Biaya dan Sewa

Tampilan halaman Biaya dan Sewa berisi tentang informasi biaya sewa lapangan tenis *indoor* dan *outdoor* serta menu untuk *booking/* pesan lapangan.

### Tarif Sewa Lapangan

**INDOOR**

No	Jenis Pemakaian	Tarif per Jam
1	Member	Rp 60.000
2	Insidental	Rp 80.000
3	Event	Rp 110.000

**Luar Ruangn Tanpa Lampu**

No	Jenis Pemakaian	Tarif per Jam
1	Member	Rp 40.000
2	Insidental	Rp 50.000
3	Event	Rp 60.000

**Luar Ruangn Dengan Lampu**

No	Jenis Pemakaian	Tarif per Jam
1	Member	Rp 60.000
2	Insidental	Rp 70.000
3	Event	Rp 100.000

**Luar Ruangn Tanpa Lampu**

No	Jenis Pemakaian	Tarif per Jam
1	Member	Rp 40.000
2	Insidental	Rp 50.000
3	Event	Rp 60.000

**Luar Ruangn Dengan Lampu**

No	Jenis Pemakaian	Tarif per Jam
1	Member	Rp 60.000
2	Insidental	Rp 70.000
3	Event	Rp 100.000

**\*Jadwal Jam Operasional**

No	Hari	Jam Operasional
1	Senin-Jum'at	06.00 WIB - 22.00 WIB
2	Sabtu-Miggu	06.00 WIB - 18.00 WIB

Pesan Sekarang !

### Field Rental Fee

**INDOOR**

No	Usage Type	Fee per Hour
1	Member	Rp 60.000
2	Insidental	Rp 80.000
3	Event	Rp 110.000

**OUTDOOR WITHOUT LAMP**

No	Usage Type	Fee per Hour
1	Member	Rp 40.000
2	Insidental	Rp 50.000
3	Event	Rp 60.000

**OUTDOOR WITH LAMP**

No	Usage Type	Fee per Hour
1	Member	Rp 60.000
2	Insidental	Rp 70.000
3	Event	Rp 100.000

**OUTDOOR WITHOUT LAMP**

No	Usage Type	Fee per Hour
1	Member	Rp 40.000
2	Insidental	Rp 50.000
3	Event	Rp 60.000

**OUTDOOR WITH LAMP**

No	Usage Type	Fee per Hour
1	Member	Rp 60.000
2	Insidental	Rp 70.000
3	Event	Rp 100.000

**\*Operating Hours Schedule**

No	Day	Operational hour
1	Monday-Friday	06.00 WIB - 22.00 WIB
2	Saturday-Sunday	06.00 WIB - 18.00 WIB

BOOKING NOW !

Gambar 23. Tampilan Harga Sewa Dan Menu *Booking*.

a) Halaman Menu Pesan Sekarang

Tampilan halaman Pesan Sekarang! adalah lanjutan pada menu Biaya dan Sewa. Pada halaman ini pengguna akan diperlihatkan tampilan lapangan yang disewakan baik lapangan *indoor* maupun *outdoor*, tampilan *log in* pengguna, kemudian pilihan durasi sewa, jam yang akan disewa pengguna dan jadwal yang sudah berhasil disewa oleh pengguna.

**Pesan Lapangan Tenis**

**Outdoor dengan Lampu**

Lapangan yang disewakan :

**Outdoor dengan Lampu**

Nomor lapangan :4  
Rp.60.000/Hour

**Detail**

**Kelebihan Lapangan Tenis UNY :**

Lapangan tenis ini merupakan jenis lapangan tenis yang paling terkenal dan mudah ditemui. Lapangan ini pada umumnya terbuat dari semen dan campuran pasir ataupun aspal. Lapangan jenis ini memiliki karakteristik laju bola yang sedang-cepat, tergantung bahan pembuatannya. Lapangan tenis yang terbuat dari semen dilaporkan memiliki karakteristik laju bola yang lebih cepat daripada lapangan yang terbuat dari pasir ataupun aspal. Di luar negeri, saat ini beberapa lapangannya bahkan ada yang terbuat dari bahan sintetis guna melapisi lapangan, seperti bahan Deco Turf pada lapangan Flushing Meadows Venue

**Biaya Sewa Lapangan :**  
Rp. 60.000

Isi Durasi Sewa per Jam  
2

23-7-2022

03:30

**Sewa**

**Order Tennis Court**

**Court for rent :**

**Indoor 1**

Court Number :1  
Rp.60,000/Hour

**Detail**

**Indoor 1**

**Advantages of UNY Tennis Court :**

This type of court is the most popular and easy to find type of tennis court. This field is generally made of cement and a mixture of sand or asphalt. This type of field has a characteristic medium-fast ball rate, depending on the material of manufacture. Tennis courts made of cement are reported to have a faster ball speed characteristic than courts made of sand or asphalt. Abroad, currently some of the pitches are even made of synthetic materials to coat the pitch, such as the Deco Turf material on the Flushing Meadows Venue field.

**Court Rental Fees: :**  
Rp. 60,000

Input Hourly Rental Duration

Input Rental Date

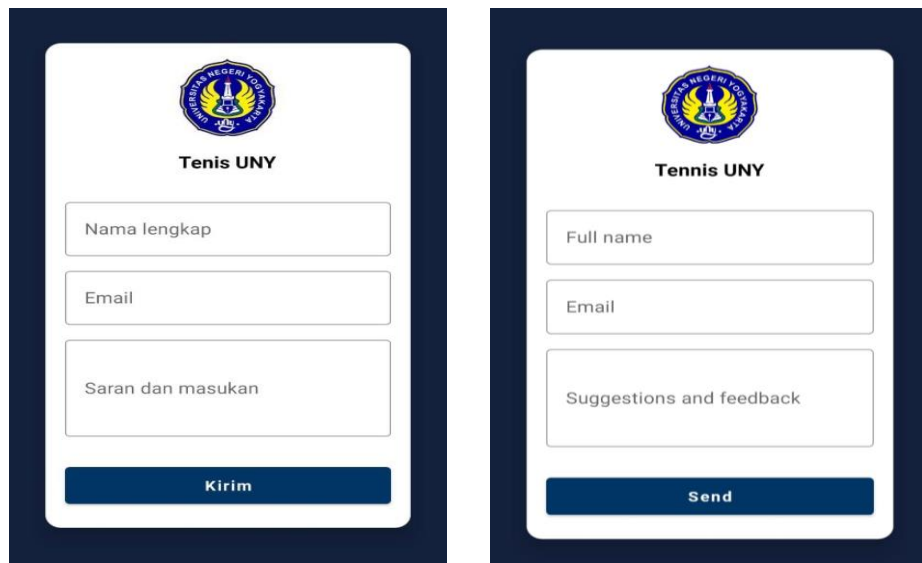
Input Rental Hours

**Rent**

Gambar 24. Tampilan Menu *Booking* Lapangan Tenis FIK UNY.

## 6. Halaman Menu Saran dan Masukan

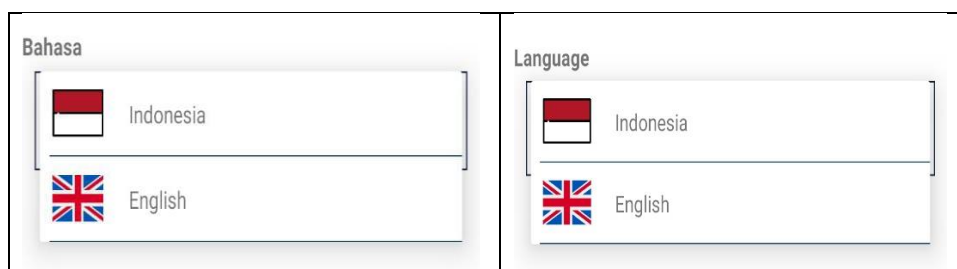
Tampilan halaman Saran dan Masukkan berisi kolom pengisian nama lengkap, email dan saran masukan yang akan diberikan oleh pengguna kepada manajemen lapangan tenis FIK UNY.



Gambar 25. Tampilan Halaman Saran dan Masukan.

## 7. Halaman Menu Bahasa

Tampilan halaman Bahasa berisi opsi pemilihan Bahasa yang dapat diakses pengguna yaitu Bahasa Indonesia dan English/ Inggris.



Gambar 26. Tampilan Halaman Pemilihan Bahasa dalam 2 Versi.

## G. Uji Efektivitas

Hasil uji *pre test* dan *post test* yang telah dilakukan pada 50 responden memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Uji *Pre Test* dan *Post Test*

No	Aspek	Skor <i>Pre Test</i>	Persentase (%)	Skor <i>Post Test</i>	Persentase (%)
1	Fitur Aplikasi	615	19,65	681	19,77
2	Tempat ( <i>Place</i> )	626	20,01	686	19,92
3	Harga ( <i>Price</i> )	415	13,26	462	13,41
4	Produk ( <i>Product</i> )	635	20,29	688	19,98
5	Promosi ( <i>Promotion</i> )	838	26,78	927	26,92
	Total	3129	100	3444	100

Mengetahui nilai efektivitas penggunaan aplikasi dapat dihitung berdasarkan table di atas dengan menggunakan rumus (Hake, 1999):

$$g = \frac{\text{Skor Post test} - \text{Skor Pre test}}{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Pre test}}$$

$$g = \frac{3444 - 3129}{3750 - 3129}$$

$$g = 0,5072$$

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa nilai hasil *post test* lebih tinggi dari nilai *pre test*. Pada uji peningkatan diperoleh 50 responden dengan hasil perhitungan sebesar 0,5072.

Normalized Gain Score	Level
$g > 0.7$	High
$0.7 > g > 0.3$	Medium
$g < 0.3$	Low

Gambar 27. Tabel Hake, 1999

Perhitungan nilai  $g$  pada rumus diatas dan dibandingkan dengan nilai  $g$  table menunjukkan bahwa tngkat efektifitas penggunaan aplikasi lapangan tenis FIK UNY berada pada kategori Sedang dengan indikator  $0,7 > 0,5072 > 0,3$ .

## H. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan aplikasi manajemen pemasaran lapangan tenis FIK UNY berbasis android sebagai penunjang promosi layanan lapangan tenis. Aplikasi yang dikembangkan berupa informasi program latihan di lapangan tenis FIK UNY, fasilitas yang diperoleh pengguna, informasi harga sewa dan fasilitas untuk memesan lapangan melalui aplikasi. Pada tahap validasi oleh ahli materi diperoleh hasil rata-rata persentase sebesar 95 % dengan kategori Sangat Layak, sedangkan hasil uji ahli media diperoleh persentase rata-rata sebesar 84 % dengan kategori Sangat Layak. Hasil dari uji ahli materi dan media yang telah dilakukan menunjukkan bahwa aplikasi manajemen pemasaran lapangan tenis FIK UNY berbasis android yang dikembangkan dinyatakan Sangat Layak untuk dikembangkan dan digunakan sebagai penunjang media promosi lapangan tenis FIK UNY.

Terdapat saran dan masukan pada tahap validasi ahli materi dan ahli media, misalnya pemilihan Lampiran fasilitas yang lebih *update*, informasi harga sewa diberi keterangan untuk penggunaan lapangan perjam, pemberian nama aplikasi, pengaturan Lampiran harus konsisten antara *landscape* dan *portrait*

pada menu fasilitas, penyesuaian warna dan tata letak *icon* menu juga lebih konsisten, pemilihan Lampiran dan huruf disesuaikan dengan *layout* aplikasi dan dengan Lampiran terbaru sesuai kondisi lapangan tenis. Setelah dilakukan revisi dari hasil validasi ahli materi dan ahli media, selanjutnya dilakukan uji coba dalam skala kecil dan skala besar.

Pada uji coba skala kecil dan skala besar, responden menilai 5 aspek dari aplikasi tentang kegunaan aplikasi dalam mempromosikan lapangan tenis FIK UNY. Kelima aspek tersebut yaitu Fitur Aplikasi, Tempat (*Place*), Harga (*Price*), Produk (*Product*), dan Promosi (*Promotion*). Uji coba skala kecil dilakukan terhadap 10 responden, hasil penilaian rata-rata keseluruhan menghasilkan penilaian sebesar 91,2 % dengan kategori Sangat Layak untuk dilakukan pengembangan aplikasi pemasaran lapangan tenis FIK UNY ini untuk media penunjang promosi manajemen.

Hasil uji coba yang telah dilakukan pada 50 responden diperoleh hasil yang berbeda pada saat uji *pre test* dan *post test* yaitu terdapat peningkatan jumlah nilai yang diberikan responden. Adanya peningkatan nilai yang diberikan responden menunjukkan bahwa aplikasi yang digunakan sebagai media penunjang promosi lapangan tennis FIK UNY efektif untuk digunakan dengan penilaian *pre test* sebesar 83,44 % dengan kategori Sangat Layak dan pada *post test* dengan penilaian sebesar 91,84 % dengan kategori Sangat Layak. Dapat disimpulkan bahwa pengembanagn aplikasi ini Sangat Layak untuk dikembangkan dia digunakan oleh masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Machado et, al. (2020) menunjukkan

hubungan positif antara presentasi produk mencakup bauran pemasaran dan promosi terhadap penggunaan aplikasi, serta pengaruh positif antara presentasi produk, promosi, penggunaan aplikasi terhadap niat beli pelanggan. Sejalan dengan penelitian tersebut diatas, penelitian ini memperoleh persentase kelayakan menggunakan untuk media promosi dari 83,44 % menjadi 91,84 %.

Pada saat pengujian validitas dihasilkan nilai V skor yang diperoleh dengan rentang nilai terendah 0,875 dan yang tertinggi adalah 1 lebih besar dibanding skor V table menggunakan 4 *expert judgement* dengan 5 alternatif skala pada nilai signifikansi level 5 % sebesar 0,80. Nilai V hitung 0,875 sampai dengan  $1 \geq$  nilai V table sebesar 0,80 dan dapat dinyatakan bahwa instrument penelitian yang disusun adalah valid.

Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's dengan SPSS pada penilaian 10 penilai atas instrument yang dikembangkan menunjukkan hasil nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,618, jadi dapat disimpulkan bahwa angket yang telah disusun dinyatakan reliabel atau konsisten dengan hasil Cronbach's Alpha  $0,618 \geq 0,60$ .

Selanjutnya berdasarkan hasil uji efektivitas menunjukkan bahwa nilai g hitung memperoleh hasil 0,5072, dibandingkan dengan nilai g tabel menunjukkan bahwa tingkat efektivitas penggunaan aplikasi pemasaran lapangan tenis FIK UNY untuk meningkatkan promosi memperoleh hasil pada kategori Sedang dengan indikator  $0,7 > 0,5072 > 0,3$ .

## **I. Keterbatasan Penelitian**

Terdapat beberapa keterbatasan penelitian, meskipun penelitian ini telah dikembangkan semaksimal mungkin, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi yang dikembangkan hanya dapat diakses oleh *smartphone* berbasis android, sehingga bagi pengguna selain android belum bisa menggunakan aplikasi yang dikembangkan.
2. Terbatasnya waktu peneliti hanya mengutamakan informasi fasilitas, menu *booking/* sewa lapangan dan informasi layanan/ program latihan di lapangan tenis FIK UNY.

## **BAB V** **SIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Simpulan Tentang Produk**

1. Pengembangan media pada penelitian ini menghasilkan produk berupa aplikasi Manajemen Pemasaran lapangan tenis FIK UNY yang bertujuan untuk meningkatkan promosi lapangan tenis FIK UNY. Penelitian ini menggunakan pengembangan Model 4 D yaitu *Define* (Pendefinisian), *Design* (Desain), *Develop* (Pengembangan), dan *Disseminate* (Penyebaran atau penggunaan massal). Pengembangan dalam penelitian ini telah melewati beberapa tahap pembuatan yaitu pengembangan *prototype*, validasi ahli materi dan ahli media, revisi tahap pertama, uji skala kecil, revisi tahap kedua, dan uji skala besar.
2. Hasil uji coba skala besar diperoleh hasil penilaian *pre test* sebesar 83,44 % dengan kategori Sangat Layak dan pada *post test* dengan penilaian sebesar 91,84 % dengan kategori Sangat Layak. Dapat disimpulkan bahwa pengembangan aplikasi ini Sangat Layak untuk dikembangkan dan digunakan oleh masyarakat.
3. Berdasarkan hasil uji efektivitas menunjukkan bahwa nilai  $g$  hitung memperoleh hasil 0,5072, dibandingkan dengan nilai  $g$  tabel menunjukkan bahwa tingkat efektivitas penggunaan aplikasi pemasaran lapangan tenis FIK UNY untuk meningkatkan promosi memperoleh hasil pada kategori Sedang dengan indikator  $0,7 > 0,5072 > 0,3$ .

### **B. Saran Pemanfaatan Produk**

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan beberapa saran kepada

manajemen lapangan tenis FIK UNY, antara lain sebagai berikut:

1. Manajemen lapangan tenis FIK UNY dapat mengaplikasikan secara berkelanjutan dan dengan perbaikan aplikasi Manajemen Pemasaran Tenis UNY untuk digunakan sebagai sarana operasional sewa dan promosi.
2. Bagi pengguna dapat memudahkan pilihan sewa lapangan melalui aplikasi dan dapat memperoleh informasi terbaru seputar lapangan tenis FIK UNY.
3. Bagi peneliti dapat selalu memperbarui fitur yang ada dan disesuaikan dengan perkembangan manajemen lapangan tenis FIK UNY.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi atau kajian pustaka.

### **C. Diseminasi dan Pengembangan Produk Lebih Lanjut**

1. Diseminasi (penyebaran/ penggunaan aplikasi secara massal) diharapkan dapat mempermudah akses pengguna/ calon pengguna yang akan mencari informasi program latihan dan fasilitas serta menggunakan lapangan tenis FIK UNY tanpa harus datang ke lokasi untuk menyewa lapangan. Bagi manajemen lapangan tenis FIK UNY diharapkan penggunaan aplikasi ini dapat membantu memaksimalkan pemasaran dan promosi yang penggunaannya dapat diakses masyarakat dimanapun dan kapanpun.
2. Pengembangan produk lebih lanjut pada aplikasi Manajemen Pemasaran Tenis UNY ini efektif digunakan mengingat dimasa yang akan datang

masyarakat lebih memilih fasilitas *one stop shopping* yang artinya menggunakan 1 aplikasi/ tempat dan mendapatkan banyak mamfaat yang diperoleh. Seperti halnya aplikasi pemasaran lapangan tenis FIK UNY ini, pengembangan berkelanjutan akan membantu manajemen untuk menjadi media promosi, konsultasi dan upaya meningkatkan *income generating*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M., Safi, M., & Abdullah, M. H. 2018. *Sistem Informasi Pengolahan Data Balita Berbasis Website Pada Kantor Upt-Kb Kec. Ternate Selatan Toddler. IJIS Indonesian Journal on Information System*, Volume 3(1), 85–92.
- A Leiva. 2017. *Kotlin for Android Developers, Lean Publishing*.
- Ajeigbe, I. Y. 2021. *Influence of Sports Marketing Strategies in the Promotion of Organization Products and Services in Ilorin Metropolis. Indonesian Journal of Sport Management*, 1(2), 128-137.
- Andika. 2012. *Analisa Strategi Marketing Gumati Café Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Prespektif Islam, Jurnal ekonomi Islam Al-Infaq*, Vol. 3, No. 1, Hal. 101.
- Ardhi, Yudha. 2013. *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: Taka Publisher.
- Ardiansyah, Firdan. 2011. *Pengenalan Dasar Android Programming*. Depok: Biraynara
- Ari Setyaningrum, dkk. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini*. Penerbit Andi: Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arora, A.S., & Sanni, S.A. 2018. *Ten years of 'social media marketing' research in the Journal of Promotion Management: Research synthesis, emerging themes, and new directions. Journal of Promotion Management*, 25(4), 476-499.
- Awais, M., Irfan, M, Bidal, M., Samin, T. 2012. *Helpful Business Value of Advance Bal Information System, IJCSI International Journal of Computer Science Issues*, 9 (2): 415–422. ISSN 1694-0814.
- Berisha-Shaqiri, A. 2015. *Management Information System and Competitive Advantage. Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n1p204>
- Biljana Angelova. 2011. *Measuring Customer Satisfaction with Service Quality Using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model). International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, October 2011, Vol. 1, No. 3 ISSN: 2222-6990.
- Cláudia Leite Machado, Denise Coelho Mendes Leonardo Aureliano da Silva Eduardo Eugênio Spers. 2020. *Product Presentation, Promotions and*

*its Impact on the Use of the App and on Purchase Intention of Food Through SmartPhones. Conference: CLAV.*

- Darmanto dan Sri Wardaya. 2016. *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*, Yogyakarta: Deepublish.
- Deni Darmawan & Kunkun Nur Fauzi. 2013. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dewi, N. K. C., Anandita, I. B. G., Atmaja, K. J., & Aditama, P. W. 2018. *Rancang Bangun Aplikasi Mobile Siska Berbasis Android. SINTECH (Science and Information Technology) Journal*, 1(2), 100-107.
- Djahir, Yulia & Dewi Pratita. 2014. *Bahan Ajar Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dwi Janto. 2016. *Sistem Informasi Perkembangan Balita Berbasis Android*. Universitas Negeri Malang.
- Dwivedi, Y.K., Ismagilova, E., Hughes, D.L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., & Wang Y. 2020. *Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. International Journal of Information Management*.
- Dwivedi, Y.K., Kapoor, K.K., & Chen, H. 2015. *Social media marketing and advertising. The Marketing Review*, 15 (3), 289-309.
- Edson Coutinho da Silva & Alexandre Luzzi Las Casas. 2020. *Key Elements of Sports Marketing Activities for Sports Events. International Journal of Business Administration*, Vol. 11, No. 1; 2020.
- Ety Rochaety, et al. 2013. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Gian, Dwi. O. 2015. *Pengembangan media pembelajaran berbasis android dalam bentuk buku saku digital untuk mata pelajaran akuntansi kompetensi dasar membuat ikhtisar siklus akuntansi perusahaan jasa di kelas XI Man 1, Univ. Negeri Yogyakarta*.
- Hartono, Bambang. 2013. *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasugian, Penda Sudarto. 2018. *Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. Journal of Informatic Pelita Nusantara* 82-86.
- Helmawati. 2015. *Sistem Informasi Manajemen: Pendidikan Agama Islam*. Bandung: Rosdakarya.
- Hermawan S, Stephanus. 2011. *Mudah Membuat Aplikasi Android*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Heryati, Yeti dan Mumuh Muhsin. 2014. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Indiryo Gitosudarmo. 2014. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga*. Yogyakarta: BPFE.
- Jamaluddin Ibrahim, Rafidah Chee Ros, Nurul Faatihah Sulaiman, Roszaini Che Nordin, & Li Ze Yuan. 2014. *Positive Impact of Smartphone Application: Whatsapp & Facebook for Online Business*. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 4, Issue 12, December 2014, ISSN 2250-3153.
- Jewel Dela Novixoxo, Abubakar Jamal-Deen, Lucy Anning, and Samuel Darko. 2018. *The Effect of Branding on The Marketing Performance of Companies in The Mobile Phone Industry (Case Study Of Techno Ghana, Accra)*. *International Journal of Developing and Emerging Economies*, Vol.6, No.2, pp.39-60, November 2018.
- Jogiyanto, H. M. 2005. *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Kapoor, K.K., Tamilmani, K., Rana, N.P., Patil, P., Dwivedi, Y.K., & Nerur, S. 2018. *Advances in social media research: Past, present and future*. *Information Systems Frontiers*, 20(3), 531-558.
- Kodrat Iman Satoto, Kurniawan Teguh Martono, R. Rizal Isnanto. 2015. *Design of management information systems research, publications and community service Information Technology, Computer, and Electrical Engineering (ICITACEE), 2nd International Conference on 16-18*.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management, (Edisi 14)*. England: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kusnendi, M. S. 2014. *Konsep Dasar Sistem Informasi. Konsep Dasar Sist. Inf, 1-36*.
- L. M. M. Zayed and R. Sinha. 2019. *Effectiveness of Accounting Information System in Manufacturing SMEs in Jordan - A Review of Literature*, *Int. J. Soc. Sci. Econ. Res.*, vol. 4, no. 2, pp. 819–825.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lipaj, Dmitrij, dan Vida Davidavičienė. 2013. *Influence of Information Systems on Business Performance*. *Lietuvos Ateitis*, 38.
- Luigi Pio Leonardo Cavalierea, Dr. Ruby Khanb, Suja Sundramc, Dr. Kirti Jainanid, Dr. Girish Bagalee, M. Kalyan Chakravarthif, R. Regining, Dr.S. Suman Rajest. 2021. *The Impact of Customer Relationship*

*Management on Customer Satisfaction and Retention: The Mediation of Service Quality. Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*; 32(3) ISSN 2651-4451 | e-ISSN 2651-446X.

- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lutfiansyah. 2016. *Penggunaan Aplikasi Mobile Pembelajaran Bahasa Inggris Android pada Pembelajaran Bahasa Inggris*. *Eduscience*, 2(1), 16-21.
- Mehek, Afreen. 2020. *Marketing Management: Influences the Business Pattern in an Organization*. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*. 8. 10.22214/ijraset.2020.7051.
- Mgunda, Moses Isdory. 2019. *The Impacts Information. Technology on Business*. *Journal of International. Conference Proceedings*, 149-156.
- Moekijat. Prasajo. 2011. *Pengantar Sistem Informasi Manajemen*. Bandung. CV.Remadja Karya.
- Mulyatiningsih, Endang. 2011. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- O'Brien, James A. 2005. *Introduction to Information Sistem: Essentials for the Ebusiness Enterprise, (11th edition)*. McGreaw Hill Inc, New York.
- P. Guan and J. Wu. 2019. *Effective Data Communication Based on Social Community in Social Opportunistic Networks,* *IEEE Access*, vol. 7, pp. 12405–12414.
- Paliulis, N. K.; Utureytė-Vrubliauskienė, L. 2012. *Performance measurement system to evaluate the efficiency of e-business, in The 7th international scientific conference "Business and Management 2012": selected papers*. May 10–11, 2012. Vol. 1: 895–903. ISSN 2029-4441.
- Peter dan Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasararn Terpadu (1<sup>st</sup> Edition)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Purwanto. 2009. *Evaluasi Hasil Belajar*. Pustaka Pelajar.
- Rahimi, A., & Alidoust Ghahfarokhi, E. 2019. *Identify the effect of entrepreneurial marketing on creating and improving the performance of small and medium sport enterprise*. *New Trends in Sport Management*, 6 (23), 23-31.
- Ridwan. 2012. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.

- Rohmat Taufiq. 2013. *Sistem Informasi Manajemen (Konsep Dasar, Analisis, dan Metode Pengembangan)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rosdiana dan Moch Irfan. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- R. K. Panchal dan A. K. Patel. 2017. *A comparative study: Java Vs kotlin Programming in Android, International Journal of Innovative Trends in Engineering & Research*, vol. 2, no. 9.
- S. Gondodiyoto. 2007. *Audit Sistem Informasi & Pendekatan COBIT. Edisi Revisi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Satyaputra dan Aritonang. 2014. *Beginning Android Programming with ADT Budle*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sharma, A., & Bahl, S. 2019. *Online Shoppers Inclination towards a Shopping Website: A Study on Virtual Shopping Experience. International Journal on Emerging Technologies*, 10(3), 231–237.
- Siregar, Z. M. 2017. *Hubungan Sistem Informasi Manajemen Dengan Kinerja Karyawan BRI Cabang Rantauprapat. ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 4(1), 29-35.
- Sofjan Assauri. 2013. *Strategic Marketing: Sustaining lifetime Customer Value, edisi-1, cetakan ke 2*. Jakarta: Rajawali Pers, 22-23.
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian & Pengembangan: Research and Development*.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Center for.
- Sutabri, T. 2012. *Analisis sistem informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tannady, H., Nurprihatin, F., & Hartono, H. 2018. *Service Quality Analysis of Two of The Largest Retail Chains With Minimart Concept in Indonesia. Business: Theory and Practice*, 19, 177-185.
- T.H. Ramanta., J.D.D. Massie., D. Soepeno. 2021. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Produk Mebel di Cv. Karunia Meubel Tuminting. Jurnal EMBA Vol.9 No.1 Januari 2021, Hal. 1018-1027*.

## **LAMPIRAN**

## Lampiran 1. Validasi Ahli Materi 1



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 513092, 586168 Fax. (0274) 513092  
Laman: fik.uny.ac.id Email: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : B/3.151/UN34.16/KM.07/2022

13 Juni 2022

Lamp. : -

Hal : Permohonan Validasi

Yth. Bapak/Ibu/Sdr:

**Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or.**

di tempat

Dengan hormat, kami mohon Bapak/Ibu/Sdr bersedia menjadi Validator Materi bagi mahasiswa:

Nama : Danny Eka Wahyu Saputra

NIM : 20611251009

Prodi : S-2 Ilmu Keolahragaan

Pembimbing : Dr. Sigit Nugroho, M.Or.

Judul : Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan Promosi

Kami sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Sdr dapat mengembalikan hasil validasi paling lambat 2 (dua) minggu. Atas perkenan dan kerja samanya kami ucapkan terimakasih.



Wakil Dekan

Bidang Akademik dan Kerja Sama,

Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes.  
NIP.19820815 200501 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281, Telepon (0274) 513092, 586168  
Fax. (0274) 513092 Laman: fik.uny.ac.id Email: humas\_fik@uny.ac.id

### SURAT KETERANGAN VALIDASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or.  
Jabatan/Pekerjaan : Koordinator Program Studi S-2 Ilmu Keolahragaan  
Instansi Asal : FIK UNY

Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul:

Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi  
Android Untuk Meningkatkan Promosi  
dari mahasiswa:

Nama : Danny Eka Wahyu Saputra  
NIM : 20611251009  
Program Studi : S-2 Ilmu Keolahragaan

(sudah siap / belum siap)\* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa  
saran sebagai berikut:

1. Pada menu fasilitas di tampilan gambar landscape  
Semua.
2. Sebaiknya gunakan 2 bahasa (Inggris & Indonesia)  
untuk mempermudah pengguna asing.
3. Pada tampilan fasilitas per jam.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 29 Juni 2022  
Validator,

  
Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or.  
NIP 198306262008121002

**Instrumen Validasi Ahli Materi**  
**“Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY**  
**Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan Promosi”**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or.  
 NIP : 198306262008121002  
 Jabatan : Koordinator Program Studi S-2 Ilmu Keolahragaan  
 Unit Kerja : FIK UNY

Petunjuk :

1. Berilah tanda (√) pada kolom sesuai dengan pendapat Anda.
2. Skala penilaian:
  - Sangat Baik : 5
  - Baik : 4
  - Cukup : 3
  - Kurang : 2
  - Sangat Kurang : 1

No	Aspek yang dinilai	Validasi					Catatan
		5	4	3	2	1	
1	Ketepatan pemilihan warna, gambar dan <i>background</i>	√					
2	Kejelasan tata letak gambar/ <i>layout</i>		√				
3	Kesesuaian pemilihan jenis huruf dan ukuran huruf	√					
4	Penggunaan bahasa mudah dimengerti		√				
5	Kesesuaian tampilan aplikasi dengan informasi	√					
6	Kelengkapan informasi yang ditampilkan sesuai dengan informasi dari manajemen	√					
7	Keruntutan penyajian informasi dalam aplikasi	√					
8	Aplikasi praktis digunakan oleh pengguna	√					
9	Kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi	√					

10	Aplikasi memberikan manfaat dan kemudahan bagi pengguna	✓					
----	---------------------------------------------------------	---	--	--	--	--	--

Komentar : .....

.....

.....

Saran : .....

.....

.....

.....

Kesimpulan :  
 Berilah tanda (✓) sesuai dengan kesimpulan validator mengenai Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan Promosi dibawah ini:

- Layak untuk digunakan atau diuji cobakan
- Layak untuk digunakan atau diuji cobakan dengan perbaikan sesuai saran
- Tidak layak untuk digunakan atau diuji cobakan

Yogyakarta, 29 Juni 2022  
 Validator,



Dr. Ahmad Nasrulloh, M.Or.  
 NIP 198306262008121002

## Lampiran 2. Validasi Ahli Materi 2



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 513092, 586168 Fax. (0274) 513092  
Laman: fik.uny.ac.id Email: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : B/3.152/UN34.16/KM.07/2022

13 Juni 2022

Lamp. : -

Hal : Permohonan Validasi

Yth. Bapak/Ibu/Sdr:  
**Dr. Abdul Alim, M.Or.**  
di tempat

Dengan hormat, kami mohon Bapak/Ibu/Sdr bersedia menjadi Validator Materi bagi mahasiswa:

Nama : Danny Eka Wahyu Saputra

NIM : 20611251009

Prodi : S-2 Ilmu Keolahragaan

Pembimbing : Dr. Sigit Nugroho, M.Or.

Judul : Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis  
Aplikasi Android Untuk Meningkatkan Promosi

Kami sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Sdr dapat mengembalikan hasil validasi paling lambat 2 (dua) minggu. Atas perkenan dan kerja samanya kami ucapkan terimakasih.



Wakil Dekan  
Bidang Akademik dan Kerja Sama,

Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes.  
NIP.19820815 200501 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281, Telepon (0274) 513092, 586168  
Fax. (0274) 513092 Laman: fik.uny.ac.id Email: humas\_fik@uny.ac.id

SURAT KETERANGAN VALIDASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Abdul Alim, M.Or.  
Jabatan/Pekerjaan : Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan  
Instansi Asal : FIK UNY

Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul:

Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi  
Android Untuk Meningkatkan Promosi  
dari mahasiswa:

Nama : Danny Eka Wahyu Saputra  
NIM : 20611251009  
Program Studi : S-2 Ilmu Keolahragaan

(sudah siap / belum siap)\* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa  
saran sebagai berikut:

1. Pengambilan gambar yang lebih tepat dan menarik.  
agar terlihat lebih jelas dan terlihat rapi.
2. ....
3. ....

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, .....  
Validator,

Dr. Abdul Alim, M.Or.  
NIP 198211292006041001

**Instrumen Validasi Ahli Materi**  
**“Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY**  
**Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan Promosi”**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Abdul Alim, M.Or.  
 NIP : 198211292006041001  
 Jabatan : Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan  
 Unit Kerja : FIK UNY

Petunjuk :

1. Berilah tanda (√) pada kolom sesuai dengan pendapat Anda.
2. Skala penilaian:
  - Sangat Baik : 5
  - Baik : 4
  - Cukup : 3
  - Kurang : 2
  - Sangat Kurang : 1

No	Aspek yang dinilai	Validasi					Catatan
		5	4	3	2	1	
1	Ketepatan pemilihan warna, gambar dan <i>background</i>		√				
2	Kejelasan tata letak gambar/ <i>layout</i>	√					
3	Kesesuaian pemilihan jenis huruf dan ukuran huruf	√					
4	Penggunaan bahasa mudah dimengerti	√					
5	Kesesuaian tampilan aplikasi dengan informasi		√				
6	Kelengkapan informasi yang ditampilkan sesuai dengan informasi dari manajemen	√					
7	Keruntutan penyajian informasi dalam aplikasi	√					
8	Aplikasi praktis digunakan oleh pengguna		√				
9	Kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi	√					

10	Aplikasi memberikan manfaat dan kemudahan bagi pengguna	✓					
----	---------------------------------------------------------	---	--	--	--	--	--

Komentar : .....

.....

.....

Saran : .....

.....

.....

.....

Kesimpulan :  
Berilah tanda (✓) sesuai dengan kesimpulan validator mengenai Sistem Informasi Manajemen

Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan

Promosi dibawah ini:

- Layak untuk digunakan atau diuji cobakan
- Layak untuk digunakan atau diuji cobakan dengan perbaikan sesuai saran
- Tidak layak untuk digunakan atau diuji cobakan

Yogyakarta, .....  
Validator,

Dr. Abdul Alim, M.Or.  
NIP 198211292006041001

### Lampiran 3. Validasi Ahli Media 1



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 513092, 586168 Fax. (0274) 513092  
Laman: fik.uny.ac.id Email: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : B/3.149/UN34.16/KM.07/2022

13 Juni 2022

Lamp. : -

Hal : Permohonan Validasi

Yth. Bapak/Ibu/Sdr:  
**Dr. Sulistiyono, M.Pd.**  
di tempat

Dengan hormat, kami mohon Bapak/Ibu/Sdr bersedia menjadi Validator Media bagi mahasiswa:

Nama : Danny Eka Wahyu Saputra

NIM : 20611251009

Prodi : S-2 Ilmu Keolahragaan

Pembimbing : Dr. Sigit Nugroho, M.Or.

Judul : Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan Promosi

Kami sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Sdr dapat mengembalikan hasil validasi paling lambat 2 (dua) minggu. Atas perkenan dan kerja samanya kami ucapkan terimakasih.



Wakil Dekan  
Bidang Akademik dan Kerja Sama,

Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes.  
NIP.19820815 200501 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281, Telepon (0274) 513092, 586168  
Fax. (0274) 513092 Laman: fik.uny.ac.id Email: humas\_fik@uny.ac.id

**SURAT KETERANGAN VALIDASI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Sulistiyono, M.Pd.  
Jabatan/Pekerjaan : Sekretaris Jurusan Ilmu Keolahragaan  
Instansi Asal : FIK UNY

Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul:

Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tennis FIK UNY Berbasis Aplikasi  
Android Untuk Meningkatkan Promosi

dari mahasiswa:

Nama : Danny Eka Wahyu Saputra  
NIM : 20611251009  
Program Studi : S-2 Ilmu Keolahragaan

(sudah siap / belum siap)\* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa  
saran sebagai berikut:

1. ....  
.....
2. ....  
.....
3. ....  
.....

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, .....  
Validator,

Dr. Sulistiyono, M.Pd.  
NIP 197612122008121001

**Instrumen Validasi Ahli Media**  
**“Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY**  
**Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan Promosi”**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Sulistiyono, M.Pd.  
 NIP : 197612122008121001  
 Jabatan : Sekretaris Jurusan Ilmu Keolahragaan  
 Unit Kerja : FIK UNY

Petunjuk :

1. Berilah tanda (√) pada kolom sesuai dengan pendapat Anda.
2. Skala penilaian:
  - Sangat Baik : 5
  - Baik : 4
  - Cukup : 3
  - Kurang : 2
  - Sangat Kurang : 1

No	Aspek yang dinilai	Validasi					Catatan
		5	4	3	2	1	
1	Ketepatan pemilihan warna, gambar dan <i>background</i>	√					
2	Kejelasan tata letak gambar/ <i>layout</i>		√				
3	Kesesuaian pemilihan jenis huruf dan ukuran huruf		√				
4	Penggunaan bahasa mudah dimengerti		√				
5	Kesesuaian tampilan aplikasi dengan informasi	√					
6	Kelengkapan informasi yang ditampilkan sesuai dengan informasi dari manajemen		√				
7	Keruntutan penyajian informasi dalam aplikasi		√				
8	Aplikasi praktis digunakan oleh pengguna		√				
9	Kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi	√					

10	Aplikasi memberikan manfaat dan kemudahan bagi pengguna	✓					
----	---------------------------------------------------------	---	--	--	--	--	--

Komentar : .....

.....

.....

Saran : .....

.....

.....

.....

Kesimpulan :  
Berilah tanda (✓) sesuai dengan kesimpulan validator mengenai Sistem Informasi Manajemen

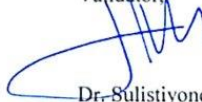
Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan

Promosi dibawah ini:

- Layak untuk digunakan atau diuji cobakan
- Layak untuk digunakan atau diuji cobakan dengan perbaikan sesuai saran
- Tidak layak untuk digunakan atau diuji cobakan

Yogyakarta, .....

Validator,



Dr. Sulistiyono, M.Pd.  
NIP 197612122008121001

## Lampiran 4. Validasi Ahli Media 2



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 513092, 586168 Fax. (0274) 513092  
Laman: fik.uny.ac.id Email: humas\_fik@uny.ac.id

Nomor : B/3.150/UN34.16/KM.07/2022

13 Juni 2022

Lamp. : -

Hal : Permohonan Validasi

Yth. Bapak/Ibu/Sdr:

**Martono, M.Or.**

di tempat

Dengan hormat, kami mohon Bapak/Ibu/Sdr bersedia menjadi Validator Media bagi mahasiswa:

Nama : Danny Eka Wahyu Saputra

NIM : 20611251009

Prodi : S-2 Ilmu Keolahragaan

Pembimbing : Dr. Sigit Nugroho, M.Or.

Judul : Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tennis FIK UNY Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan Promosi

Kami sangat mengharapkan Bapak/Ibu/Sdr dapat mengembalikan hasil validasi paling lambat 2 (dua) minggu. Atas perkenan dan kerja samanya kami ucapkan terimakasih.



Wakil Dekan  
Bidang Akademik dan Kerja Sama,

Dr. Yudik Prasetyo, M.Kes.  
NIP.19820815 200501 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281, Telepon (0274) 513092, 586168  
Fax. (0274) 513092 Laman: fik.uny.ac.id Email: humas\_fik@uny.ac.id

SURAT KETERANGAN VALIDASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Martono, M.Or.  
Jabatan/Pekerjaan : Dosen Jurusan Ilmu Keolahragaan  
Instansi Asal : FIK UNY

Menyatakan bahwa instrumen penelitian dengan judul:

Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi  
Android Untuk Meningkatkan Promosi

dari mahasiswa:

Nama : Danny Eka Wahyu Saputra  
NIM : 20611251009  
Program Studi : S-2 Ilmu Keolahragaan

(sudah siap / ~~belum siap~~)\* dipergunakan untuk penelitian dengan menambahkan beberapa  
saran sebagai berikut:

1. *demam aplikasi di tambahkan... tambahkan fitur deteksi lokasi...  
pencapaian... dan fitur whatsapp yang langsung terhubung ke manajemen*
2. *Tambahkan jadwal real time untuk pengisian lapangan, tambah IPATV,  
tarif ditambah iklan dengan kemp... dan keterangan sewa per jam/hari*
3. *Foto pada aplikasi gunakan foto terbaru dan konsisten berscapc atau  
per foto... tambahkan fitur KSP dan no WA mencegah pemecatan fiktif*

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 27 Juli 2022  
Validator,

Martono, M.Or.  
NIP 198912302019031012

**Instrumen Validasi Ahli Media**  
**“Sistem Informasi Manajemen Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY**  
**Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan Promosi”**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Martono, M.Or.  
 NIP : 198912302019031012  
 Jabatan : Dosen Jurusan Ilmu Keolahragaan  
 Unit Kerja : FIK UNY

Petunjuk :

1. Berilah tanda (√) pada kolom sesuai dengan pendapat Anda.
2. Skala penilaian:
  - Sangat Baik : 5
  - Baik : 4
  - Cukup : 3
  - Kurang : 2
  - Sangat Kurang : 1

No	Aspek yang dinilai	Validasi					Catatan
		5	4	3	2	1	
1	Ketepatan pemilihan warna, gambar dan <i>background</i>	√					
2	Kejelasan tata letak gambar/ <i>layout</i>		√				<i>Letak logo dan gambar konsisten</i>
3	Kesesuaian pemilihan jenis huruf dan ukuran huruf		√				
4	Penggunaan bahasa mudah dimengerti		√				
5	Kesesuaian tampilan aplikasi dengan informasi	√					
6	Kelengkapan informasi yang ditampilkan sesuai dengan informasi dari manajemen		√				<i>Tambahkan keferangan waktu sewa apakah per jam atau per hari</i>
7	Keruntutan penyajian informasi dalam aplikasi		√				
8	Aplikasi praktis digunakan oleh pengguna	√					

9	Kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi		✓			
10	Aplikasi memberikan manfaat dan kemudahan bagi pengguna	✓				Tambahkan fitur deteksi lokasi dan whatsapp

Komentar : Nama aplikasi dibuat agar memudahkan pencarian dan play store. Nama di buat singkat dan jelas agar saat aplikasi siap digunakan pengguna mudah dalam mengunduh dan menginstal.....

Saran : Tambahkan fitur deteksi lokasi, fitur whatsapp, tambahkan upload data diri agar terhindar dari pemrosesan fiktif, tampilan gambar icon, fitur, runcutkan jadwal real time agar tidak berbenturan jadwal pada menu Admin, tambahkan IP, SSID, agar manajemen mudah dalam pengaksesan

Kesimpulan :

Berilah tanda (✓) sesuai dengan kesimpulan validator mengenai Sistem Informasi Manajemen

Pemasaran Lapangan Tenis FIK UNY Berbasis Aplikasi Android Untuk Meningkatkan

Promosi dibawah ini:

- Layak untuk digunakan atau diuji cobakan
- Layak untuk digunakan atau diuji cobakan dengan perbaikan sesuai saran
- Tidak layak untuk digunakan atau diuji cobakan

Yogyakarta, 27 Jun 2022  
Validator,

*Martono*

Martono, M.Or.  
NIP 198912302019031012

Lampiran 5. Kuesioner Promosi *Pre test* dan *Post test*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
**FAKULTAS ILMU KEOLAHRAHAAN**  
Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281, Telepon (0274) 513092, 586168  
Fax. (0274) 513092 Laman: fik.uny.ac.id Email: humas\_fik@uny.ac.id

**KUESIONER PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN  
PEMASARAN LAPANGAN TENIS FIK UNY BERBASIS APLIKASI ANDROID  
UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI**

Nama : .....  
Usia : ..... tahun  
Alamat : .....  
Pekerjaan : .....  
Instansi : .....

Petunjuk :

1. Bacalah setiap butir pernyataan dengan seksama.
2. Berilah tanda centang (√) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda.
3. Skala penilaian:
  - Sangat Setuju : 5
  - Setuju : 4
  - Cukup : 3
  - Kurang Setuju : 2
  - Tidak Setuju : 1

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
	<b>Fitur Aplikasi</b>					
1	Desain aplikasi pemasaran berbasis android yang digunakan menarik.					
2	Penggunaan komposisi warna, tulisan, dan gambar pada aplikasi sudah tepat sehingga dapat terbaca dengan jelas.					
3	Aplikasi manajemen pemasaran lapangan tenis FIK UNY berbasis android mudah untuk diinstal pada handpone android, mudah dipelajari, dan digunakan.					
	<b>Tempat/ Lokasi (Place)</b>					
4	Menggunakan aplikasi dapat mempermudah menemukan lokasi lapangan tenis FIK UNY.					

5	Menggunakan aplikasi membantu memutuskan pemilihan tempat penyewaan lapangan tenis FIK UNY.						
6	Menggunakan aplikasi memberikan informasi sarana dan prasarana tempat parkir.						
	<b>Harga (Price)</b>						
7	Menggunakan aplikasi membantu memberikan informasi harga sewa lapangan tenis FIK UNY.						
8	Menggunakan aplikasi membantu memberikan informasi biaya program latihan di lapangan tenis FIK UNY.						
	<b>Produk (Product)</b>						
9	Menggunakan aplikasi membantu memberikan informasi fasilitas yang dimiliki lapangan tenis FIK UNY.						
10	Menggunakan aplikasi membantu memberikan pilihan lapangan tenis FIK UNY yang akan disewa (lapangan <i>indoor</i> atau lapangan <i>outdoor</i> ).						
11	Menggunakan aplikasi memberikan informasi program Latihan di lapangan tenis FIK UNY untuk anak usia dini hingga dewasa.						
	<b>Promosi (Promotion)</b>						
12	Menggunakan aplikasi membantu mempermudah penyewaan lapangan tenis FIK UNY.						
13	Menggunakan aplikasi membantu memperoleh informasi seputar lapangan tenis FIK UNY.						
14	Menggunakan aplikasi memberikan kemudahan untuk mengenal layanan lapangan tenis FIK UNY.						
15	Menggunakan aplikasi dapat membantu manajemen dalam upaya meningkatkan pelanggan.						

Yogyakarta, Juli 2022  
Responden,

.....

## Lampiran 6. Hasil Uji Skala Kecil

Hasil Penilaian Angket Promosi Uji Skala Kecil																						
No	Responden	Aspek															Jumlah	Jumlah Aspek				
		Fitur Aplikasi			Tempat (Place)			Harga (Price)		Produk (Product)			Promosi (Promotion)					Fitur Aplikasi	Tempat (Place)	Harga (Price)	Produk (Product)	Promosi (Promotion)
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15						
1	Responden 1	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	69	13	14	9	15	18
2	Responden 2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	70	14	14	10	14	18
3	Responden 3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	72	14	14	10	14	20
4	Responden 4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	65	13	13	10	12	17
5	Responden 5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	67	13	13	9	13	19
6	Responden 6	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	66	13	14	9	13	17
7	Responden 7	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	70	13	13	9	15	20
8	Responden 8	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	69	14	14	10	14	17
9	Responden 9	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	70	14	14	10	14	18
10	Responden 10	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	66	12	14	10	13	17
Jumlah																	684	133	137	96	137	181
Skor Maksimal																	750	150	150	100	150	200
Persentase (%)																	91,2	88,6667	91,3333	96	91,33333	90,5

Lampiran 7. Data Hasil Penilaian Aplikasi oleh Responden *Pre-test*

No	Responden	Hasil Penilaian Angket Promosi - Pre-test															Jumlah	Jumlah Aspek				
		Aspek																Fitur Aplikasi	Tempat (Place)	Harga (Price)	Produk (Product)	Promosi (Promotion)
		Fitur Aplikasi			Tempat (Place)			Harga (Price)			Produk (Product)			Promosi (Promotion)								
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15								
1	Responden 1	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	61	13	12	7	12	17
2	Responden 2	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	66	11	13	10	13	19
3	Responden 3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	61	14	12	8	12	15	
4	Responden 4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	64	13	14	8	12	17	
5	Responden 5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	61	13	13	7	12	16	
6	Responden 6	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	70	14	13	10	13	20	
7	Responden 7	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71	13	13	10	15	20	
8	Responden 8	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	69	14	14	8	15	18	
9	Responden 9	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	64	13	13	10	11	17	
10	Responden 10	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	67	14	13	8	13	19	
11	Responden 11	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	4	69	15	15	10	13	16	
12	Responden 12	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	68	13	14	8	14	19	
13	Responden 13	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	70	13	14	9	15	19	
14	Responden 14	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	63	12	13	8	13	17	
15	Responden 15	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	61	12	13	7	13	16	
16	Responden 16	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	62	12	12	9	12	17	
17	Responden 17	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4	69	14	13	9	15	18	
18	Responden 18	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	59	11	12	8	12	16	
19	Responden 19	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	61	12	11	9	13	16	
20	Responden 20	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	62	12	13	8	13	16	
21	Responden 21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	12	12	8	12	16	
22	Responden 22	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	62	12	13	8	13	16	
23	Responden 23	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	62	12	12	8	13	17	
24	Responden 24	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62	12	13	9	12	16	
25	Responden 25	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	64	12	14	8	14	16	
26	Responden 26	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	68	14	15	8	14	17	
27	Responden 27	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	13	12	8	12	16	
28	Responden 28	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	64	12	13	9	13	17	
29	Responden 29	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	61	12	12	8	13	16	
30	Responden 30	4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	58	11	12	7	12	16	
31	Responden 31	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	61	12	12	9	12	16	
32	Responden 32	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	4	3	60	12	11	8	12	17	
33	Responden 33	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	60	10	13	7	12	18	
34	Responden 34	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	61	12	12	9	13	15	
35	Responden 35	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	58	11	13	8	12	14	
36	Responden 36	3	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4	5	4	4	58	11	11	7	12	17	
37	Responden 37	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	60	11	13	9	12	15	
38	Responden 38	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	11	12	8	12	16	
39	Responden 39	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	5	3	4	4	58	11	11	8	13	15	
40	Responden 40	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	61	12	11	9	12	17	
41	Responden 41	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	58	11	12	8	13	14	
42	Responden 42	3	4	5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	5	4	59	12	10	9	11	17	
43	Responden 43	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	3	62	12	13	7	13	17	
44	Responden 44	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	12	11	8	12	16	
45	Responden 45	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	62	12	13	8	12	17	
46	Responden 46	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	61	12	12	7	13	17	
47	Responden 47	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	66	13	13	8	14	18	
48	Responden 48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	61	12	12	8	12	17	
49	Responden 49	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	66	14	13	9	13	17	
50	Responden 50	3	4	5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	5	4	59	12	10	9	11	17	
<b>Jumlah</b>																	3129	615	626	415	635	838
<b>Skor Maksimal</b>																	3750	750	750	500	750	1000
<b>Persentase (%)</b>																	83.44	82	83.4667	83	84.6667	83.8

Lampiran 8. Data Hasil Penilaian Aplikasi Responden *Post-test*

Hasil Penilaian Angket Promosi - Post-test																						
No	Responden	Aspek															Jumlah	Jumlah Aspek				
		Fitur Aplikasi			Tempat (Place)			Harga (Price)			Produk (Product)			Promosi (Promotion)				Fitur Aplikasi	Tempat (Place)	Harga (Price)	Produk (Product)	Promosi (Promotion)
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15						
1	Responden 1	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	66	13	14	8	14	17
2	Responden 2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	65	12	12	8	15	18
3	Responden 3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	65	13	13	8	14	17
4	Responden 4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	66	14	13	9	12	18
5	Responden 5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	67	15	12	9	14	17
6	Responden 6	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	66	14	13	9	14	16
7	Responden 7	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	65	12	13	9	13	18
8	Responden 8	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	67	13	13	9	13	19
9	Responden 9	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	65	12	13	10	12	18
10	Responden 10	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	66	14	13	8	14	17
11	Responden 11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	15	15	10	15	20
12	Responden 12	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	67	12	13	9	15	18
13	Responden 13	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	12	13	10	15	20
14	Responden 14	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	68	14	13	9	13	19
15	Responden 15	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	67	13	14	9	13	18
16	Responden 16	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	72	14	14	9	15	20
17	Responden 17	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	67	12	14	9	13	19
18	Responden 18	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	67	13	14	9	13	18
19	Responden 19	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	67	14	13	8	13	19
20	Responden 20	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	68	13	14	10	13	18
21	Responden 21	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	65	13	14	8	13	17
22	Responden 22	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	69	15	13	10	12	19
23	Responden 23	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	65	13	14	8	14	16
24	Responden 24	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	66	13	13	10	12	18
25	Responden 25	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	68	15	12	10	13	18
26	Responden 26	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72	13	14	10	15	20
27	Responden 27	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	66	13	14	8	13	18
28	Responden 28	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	67	12	14	9	13	19
29	Responden 29	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	72	13	15	10	15	19
30	Responden 30	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	72	14	14	9	15	20
31	Responden 31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	72	15	15	10	14	18
32	Responden 32	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	73	15	15	10	14	19
33	Responden 33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	15	15	10	15	20
34	Responden 34	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	72	14	15	8	15	20
35	Responden 35	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	71	14	14	10	13	20
36	Responden 36	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	71	15	15	10	13	18
37	Responden 37	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	70	13	14	10	14	19
38	Responden 38	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	68	13	14	8	14	19
39	Responden 39	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	69	14	13	10	13	19
40	Responden 40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	15	15	10	15	20
41	Responden 41	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	66	12	14	9	13	18
42	Responden 42	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	72	15	13	10	15	19
43	Responden 43	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	69	14	15	9	14	17
44	Responden 44	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	69	14	15	9	13	18
45	Responden 45	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	68	12	14	9	14	19
46	Responden 46	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	72	15	15	10	13	19
47	Responden 47	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	71	15	12	10	14	20
48	Responden 48	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	68	14	12	9	15	18
49	Responden 49	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	70	14	13	10	14	19
50	Responden 50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	15	15	10	15	20
<b>Jumlah Total</b>																	<b>3444</b>	<b>681</b>	<b>686</b>	<b>462</b>	<b>688</b>	<b>927</b>
<b>Skor Maksimal</b>																	<b>3750</b>	<b>750</b>	<b>750</b>	<b>500</b>	<b>750</b>	<b>1000</b>
<b>Persentase (%)</b>																	<b>91,84</b>	<b>19,77</b>	<b>19,92</b>	<b>13,41</b>	<b>19,98</b>	<b>26,92</b>

## Lampiran 9. Lampiran Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.618	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kliwon	40.9333	4.067	.531	.532
Aji	40.8667	3.981	.611	.514
Via	40.7333	4.924	.171	.616
Rafidiyah	41.2000	5.029	.065	.641
Fitria	41.0667	5.638	-.202	.699
Adisaputro	41.1333	4.838	.141	.627
Fajar	40.8667	4.981	.087	.637
Ivanosevic	40.9333	4.067	.531	.532
Asyam	40.8667	4.267	.449	.555
Sunaryo	41.2000	3.886	.668	.499