

**SISTEM INFORMASI *E-MARKETING* PERUMAHAN PADA
PT. SILAMPARI**



JURNAL

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Komputer (S.Kom)
Pada Fakultas Sains dan Teknologi
Program Studi Sistem Informasi**

OLEH:

Al Hadiqi Azh Zhaheru

12540021

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG
2018**

**SISTEM INFORMASI *E-MARKETING* PERUMAHAN PADA
PT. SILAMPARI**

JURNAL

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Komputer (S.Kom)
Pada Fakultas Sains dan Teknologi
Program Studi Sistem Informasi**

OLEH:

Al Hadiqi Azh Zhaheru

12540021



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG
2018**

SISTEM INFORMASI *E-MARKETING* PERUMAHAN PADA PT. SILAMPARI

Al Hadiqi Azh Zhaheru¹, Muhammadinah², S.E,M.Si, Evi Fadilah³, M.kom
Mahasiswa UIN Raden Fatah¹, Dosen UIN Raden Fatah^{2,3}
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi
Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri KM. 3,5 Palembang
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
Email : alhadqiqi11@gmail.com

ABSTRAK

PT. Silampari merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang properti perumahan. Pelayanan informasi dan pelayanan pemesanan (*booking*) pada PT. Silampari masih belum maksimal karena pelanggan hanya dilayani pada jam kerja saja dan harus menunggu antrian. Tak jarang banyak calon pembeli yang membatalkan niat untuk memesan rumah dikarenakan kurangnya informasi yang detail tentang perumahan yang mereka kehendaki. Dalam hal ini diperlukan inovasi yang baru yang harus dikembangkan oleh *developer* agar bisa bersaing dengan pelaku usaha perusahaan perumahan yang lain. Untuk itu perlu Membangun Perancangan Sistem Informasi *E-marketing* Perumahan yang menampilkan informasi lebih spesifik dalam memilih dan memesan perumahan pada PT. Silampari yang berbasis web, sehingga dapat mempermudah calon pembeli dalam memilih dan memesan rumah tanpa harus datang langsung ke kantor pemasaran perumahan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *waterfall* sebagai metode pengembangan dan *DFD* sebagai metode pemodelan. Sedangkan dalam pembuatan aplikasi ini menggunakan bahasa pemrograman PHP pada bagian website dengan MySQL untuk pengolahan *databasenya*. Hasil dari penelitian ini penulis membangun suatu sistem informasi *e-marketing* pada PT. Silampari dengan menggunakan jaringan internet berbasis web.

Kata Kunci : **Sistem Informasi, *E-Marketing*, Perumahan, PT. Silampari, *waterfall*,**

1. PENDAHULUAN

mendorong perusahaan semakin

1.1 Latar Belakang

kompetitif. Penggunaan internet

Penggunaan internet saat ini sudah memberikan keleluasaan bagi pelanggan sangat berkembang internet digunakan untuk dapat melakukan transaksi untuk mencari informasi untuk menawarkan produk dan jasa, mendukung proses bisnis, sehingga berkomunikasi dengan produsen maupun

konsumen, tanpa harus dibatasi dengan jarak dan waktu, sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar dan memberikan peluang yang lebih besar. Perkembangan teknologi yang sangat cepat telah memberikan banyak keuntungan. Salah satu hal yang merupakan keunggulan internet adalah bahwa internet dapat digunakan sebagai sarana pemasaran yang sangat efisien. Internet menawarkan kesempatan bagi semua orang untuk memperkenalkan produk dan memasarkannya.

Salah satu strategi pemasaran yang sedang berkembang saat ini adalah melalui media internet yaitu *E-marketing*. *E-marketing* adalah proses *marketing* sebuah barang atau jasa melalui internet. (Zaki, 2008). Saat ini banyak perusahaan yang bergerak dibidang properti perumahan menerapkan *E-marketing* untuk menunjang keuntungan dari hasil penjualan produk dan jasa. Hal ini tak jarang menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan. Akan tetapi, khususnya pada penjualan perumahan saat ini dinilai masih kurang efektif. Tidak cukup hanya mengandalkan sistem dan teknologi informasi untuk dapat mencapai keunggulan dan

mempertahankan posisi perusahaan di antara para pesaingnya, untuk itu perusahaan harus didukung oleh sebuah strategi pemasaran yang baik dan tepat. Dengan strategi pemasaran yang tentunya dapat menarik calon pembeli yaitu dengan tampilan yang menarik dan memberikan informasi konten secara detail mengenai produk yang dijual.

PT. Silampari merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang properti perumahan. Hingga saat ini PT. Silampari telah membangun perumahan sebanyak 570 unit di 10 (sepuluh) lokasi yang berada diwilayah kota Palembang dan sekitarnya. Dalam hal pelayanan informasi, PT. Silampari melayani pelanggan melalui via telepon atau langsung datang ke kantor pemasaran. Pelayanan informasi dan pelayanan pemesanan (*booking*) pada PT. Silampari masih belum maksimal karena pelanggan hanya dilayani pada jam kerja saja dan dalam pelayanan *booking* hanya dapat dilakukan ditempat. Belum lagi dalam mempromosikan perumahannya PT. Silampari masih melakukan dengan cara offline marketing yaitu promosi lewat brosur, papan iklan, dan media cetak koran. Hal ini dinilai masih kurang efektif, informasi yang ada terbatas,

kurang lengkap dan tidak dapat diperoleh kapan saja dan biaya promosi yang cukup besar.

Banyak website perumahan yang hanya sedikit menampilkan informasi rumah secara detail. Website-website tersebut kebanyakan hanya berfokus untuk melayani proses pemesanan (*booking*). Tak jarang banyak calon pembeli yang membatalkan niat untuk memesan rumah dikarenakan kurangnya informasi yang detail tentang perumahan yang ingin mereka kehendaki. melihat cukup ketatnya persaingan antar perusahaan sekarang tentunya setiap perusahaan akan memperbarui sistem yang lama ke sistem yang lebih efektif dan inovatif.

Untuk itu diperlukan inovasi yang baru yang harus dikembangkan oleh *developer* agar bisa bersaing dengan perusahaan lain. Salah satu wujud inovasi itu dapat dilakukan dengan media internet dan membangun sistem informasi *e-marketing* yang menampilkan informasi detail tentang perumahan yang bisa mempermudah dan membantu calon pembeli dalam menemukan rumah sesuai dengan kemampuan dan keinginan mereka tanpa harus mencari lokasi serta

mempermudah proses transaksi *booking* sehingga waktu bisa lebih efektif.

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas, maka penulis menilai bahwa memasarkan perumahan pada PT. Silampari melalui internet atau melakukan melalui *e-marketing* merupakan topik yang menarik untuk dibahas sehingga penulis akhirnya melakukan penelitian untuk menyusun tugas akhir yang berjudul “Sistem Informasi *E-Marketing* Perumahan Pada PT.Silampari”. sehingga diharapkan dapat membantu dalam menyelesaikan persoalan yang ada.

2. LANDASAN TEORI

2.1 *E-marketing*

Menurut Sulianta (2009:24) Internet *Marketing*, Internet *Advertising*, *E-marketing* adalah pemasaran produk atau layanan melalui internet yang mampu memberi keuntungan unik dengan meminimalisasi *budget* dan menjangkau distribusi informasi global. Internet marketing dalam ruang lingkup pemasaran berbasis web di kenal dengan istilah *Web advertising* atau *Web marketing*. Internet *marketing* merupakan kombinasi aspek teknis internet, kreativitas, desain,

pengembangan, periklanan, dan penjualan.

2.2 Flowchart

Menurut Jogiyanto (2005: 795), Bagan alir (*flowchart*) adalah bagan (*chart*) yang menunjukkan alir (*flow*) di dalam program atau prosedur sistem secara logika. Bagan alir digunakan terutama untuk alat bantu komunikasi dan untuk dokumentasi.

2.3 Data Flow Diagram

Menurut Rosa dan Shalahuddin (2014:69) *Data Flow Diagram* atau DFD merupakan representasi grafik yang menggambarkan aliran informasi dan transformasi informasi yang diaplikasikan sebagai data yang mengalir dari masukan (*input*) dan keluaran (*output*).

a. Entity Relationship Diagram

Menurut Rosa dan Shalahuddin (2014:50) Pemodelan awal basis data yang paling banyak digunakan adalah menggunakan ERD (*Entity Relationship Diagram*). ERD dikembangkan berdasarkan teori himpunan dalam bidang matematika. ERD digunakan untuk pemodelan basis data relasional.

2.4 Metode pengembangan sistem

Metode pengembangan yang digunakan dalam Sistem Informasi *E-marketing* Perumahan Pada PT. Silampari yaitu menggunakan model air terjun (*waterfall*) kadang dinamakan siklus hidup klasik (*classic life cycle*), dimana hal ini menyiratkan pendekatan yang sistematis dan berurutan (*sekuensial*) pada pengembangan perangkat lunak, dan perangkat keras, yang dimulai dengan spesifikasi kebutuhan pengguna dan berlanjut melalui tahapan-tahapan perencanaan (*planning*), pemodelan (*modeling*), konstruksi (*construction*), serta penyerahan sistem/perangkat keras ke para pelanggan/pengguna (*deployment*), yang diakhiri dengan dukungan berkelanjutan pada perangkat lunak.

3. ANALISIS DAN DESAIN

3.1 Komunikasi

Komunikasi dilakukan wawancara terhadap pihak Administrasi, Calon Pembeli, dan Pimpinan pada PT. Silampari agar mendapatkan gambaran umum dalam membuat sistem.

3.2 Perencanaan

Penjadwalan yang jelas diperlukan dalam perencanaan membuat sistem,

agar tahapan proses pembuatan sistem yang dapat berjalan dengan baik dan lancar, tidak hanya itu penjadwalan juga mempengaruhi lamanya waktu proses pengerjaan dan kebutuhan biaya, penjadwalan disusun secara detail

3.3 Pemodelan

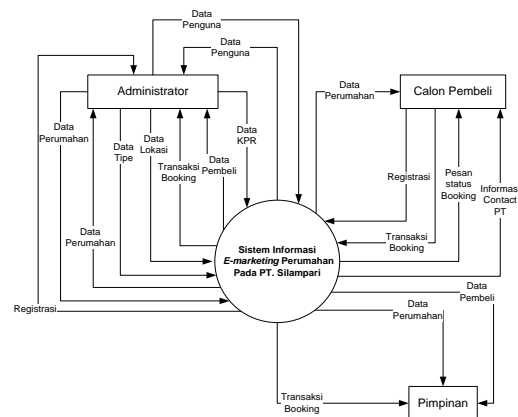
Perancangan sistem merupakan awal dari pembuatan sistem yang akan dibuat, dimana dapat dilihat proses-proses apa saja yang nantinya diperlukan dalam pembuatan suatu sistem. Berikut perancangan sistem yang dibuat untuk mengetahui gambaran sistemnya.

a. Diagram Konteks

Rancangan sistem dengan *diagram konteks*, Administrator menginput data perumahan dan data pengguna sistem serta dapat mengetahui dan mengelola data pengguna, data perumahan, data tipe, data lokasi, data pembeli, data kpr, dan data transaksi *booking*,

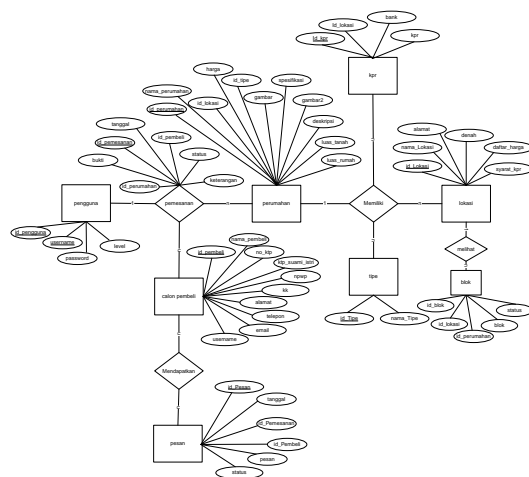
Calon Pembeli melakukan registrasi selanjutnya melihat data perumahan dan melakukan proses transaksi *booking* kemudian memperoleh pesan status *booking* dari admin,

Pimpinan dapat mengetahui data transaksi *booking*, data perumahan dan data pembeli



Gambar 1. Diagram konteks Diusulkan

b. Entity Relationship Diagram



Gambar 2. Entity Relationship Diagram

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Setelah melewati proses analisa dan perancangan sistem pada bab sebelumnya, serta setelah selesai tahap konstruksi maka didapati Sistem Informasi *E-marketing* Perumahan pada PT. Silampari. Adapun proses

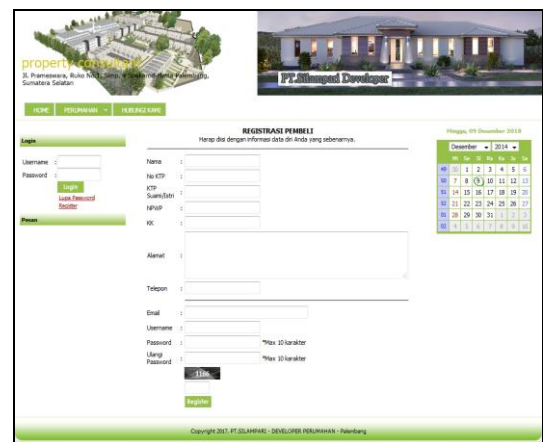
pembangunan sistem informasi *e-marketing* Perumahan ini dibangun berdasarkan hasil analisa dan perancangan terhadap sistem yang telah dibahas pada bab sebelumnya, hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Sistem informasi *e-marketing* perumahan memproses dan mengelola data user atau pengguna, data pembeli, data perumahan, data *booking*, dan data laporan pada PT. Silampari yang hanya dapat dilakukan oleh petugas administrasi sebagai Administrator sistem.
2. Sistem informasi *e-marketing* perumahan mengelola data pengguna sistem yang hanya dapat dilakukan oleh petugas administrasi sebagai Administrator sistem.
3. Sistem informasi *e-marketing* perumahan menyediakan informasi mengenai perumahan secara spesifik serta dapat melakukan proses *booking* rumah dan pembayaran *booking fee* bagi calon pembeli.
4. Sistem informasi *e-marketing* perumahan dapat menyimpan dan mencetak laporan data

perumahan terjual dan belum terjual, laporan data pembeli dan laporan data *booking* berdasarkan status dan periode tertentu.

4.2 Pembahasan Interface

- a. Interface halaman Registrasi Pelanggan



Gambar 3. Interface Menu Registrasi

- b. Interface Home Pelanggan



Gambar 4. Interface Home Pelanggan

c. *Interface Menu Perumahan*



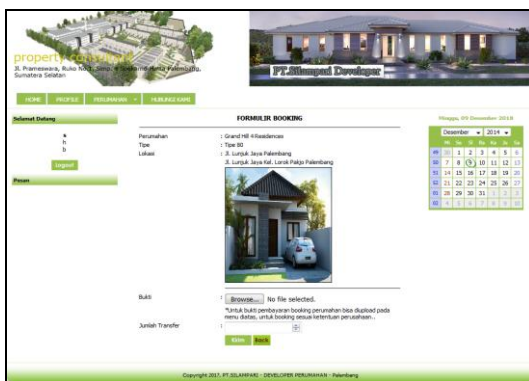
Gambar 5. *Interface Menu Perumahan*

d. *Interface halaman detail perumahan*



Gambar 6. *Interface halaman detail perumahan*

e. *Interface halaman formulir booking*



Gambar 7. *Interface halaman formulir booking*

f. *Interface login administrator*



Gambar 8. *Interface login administrator*

g. *Interface administrator*



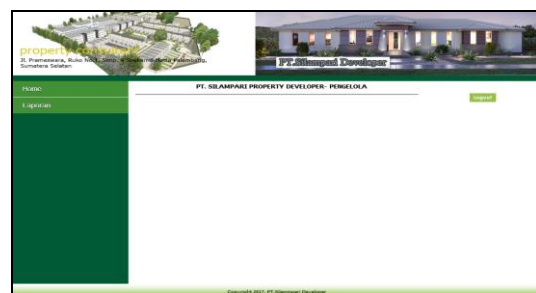
Gambar 9. *Interface administrator*

h. *Interface login pimpinan*



Gambar 10. *Interface login pimpinan*

i. *Interface login pimpinan*



Gambar 11. *Interface login pimpinan*

4.3 Pengujian *Grafic User Interface*

Tabel 1 Tabel Hasil Pengujian *Blackbox* pada administrator

Fungsi yang di Testing	Hasil yang di Harapkan	Hasil
Menu <i>Login</i>	Menampilkan halaman <i>login</i> disertai <i>form login</i> input pengguna.	Berhasil
Menu <i>Login</i>	<i>Login</i> diproses ketika inputan <i>username</i> dan <i>password</i> tidak sesuai.	Tidak sesuai
Menu kelola user	Menampilkan halaman data user	Berhasil
Menu kelola pembeli	Menampilkan halaman data pembeli	Berhasil
Menu kelola perumahan, lokasi, tipe, dan perumahan	Menampilkan halaman data lokasi, data tipe, perumahan dan data kpr	Berhasil
Menu kelola <i>booking</i>	Menampilkan halaman data pemesanan <i>booking</i>	Berhasil
Menu kelola laporan	Menampilkan halaman laporan data perumahan belum terjual dan terjual, data laporan pembeli, dan laporan konfirmasi pembayaran <i>booking</i> , laporan pembayaran <i>booking</i> diterima serta laporan konfirmasi <i>booking</i> diterima	Berhasil

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sistem pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan Sistem Informasi *E-marketing* perumahan pada PT. Silampari menghasilkan berupa :

1. Sistem Informasi *E-marketing* Perumahan Pada PT. Silampari memudahkan perusahaan dalam menyebarkan informasi perumahan baru.
2. Sistem Informasi *E-marketing* Perumahan Pada PT. Silampari memudahkan pembeli melihat produk perumahan tanpa harus mendatangi langsung lokasi perumahan.
3. Sistem Informasi *E-marketing* Perumahan Pada PT. Silampari memudahkan dalam proses pemesanan rumah.

5.2 Saran

Adapaun beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yakni :

1. Perlu dilakukan *back-up database* secara berkala baik untuk menghindari terjadinya

kehilangan data akibat kerusakan sistem.

2. Dapat dikembangkan fitur SMS gateway untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen. SMS gateway ini akan meminta data konsumen dan mengirimkannya langsung ke no *handphone marketing* yang menangani properti tersebut. Sehingga nantinya *marketing* yang akan menghubungi konsumen.
3. Sistem ini diharapkan dapat dikembangkan dengan perangkat *mobile* berbasis *android* dan *iOS* sehingga menjadi *Multiplatform*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardhana. 2012. *Pemrograman Web*. Bandung : Informatika
- [2] A, Rosa S, Dan Shalahuddin, M. 2014. *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Beroientasi Objek*. Bandung : Informatika.
- [3] Bahra, Al. 2013. *Analisis Dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- [4] Hidayatullah, P. 2014. *Pemrograman Web*. Bandung : Informatika.
- [5] Inayati Immah, dkk. (2015). *Aplikasi E-marketing Produk Costomized Design Conveyor Menggunakan Metode Object Oriented*. E-jurnal Spirit Pro Patria. 2015 – E-ISSN : 2443-1532. Hal 33-42. Tersedia: <http://ojs.narotama.ac.id/index.php/patria/article/download/75/65>
- [6] Nugroho, Bunafit. 2014. *Pemrograman Web :Membuat Sistem Informasi Akademik Sekolah Dengan PHP-Mysql Dan Dreamweaver*. Yogyakarta: Gava Media.
- [7] Nugroho, Eko. 2010. *Sistem Informasi Manajemen: Konsep Aplikasi Dan Perkembangnya*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- [8] Presman, Roger.S. 2012. *Rekayasa Perangkat Lunak*. Yogyakarta:Andi.
- [9] Rachmat, C, Antonius. 2010. *Algoritma Dan Pemrograman Dengan Bahasa C – Konsep, Teori, Dan Implementasi*. Yogyakarta : Andi.
- [10] Riyanto. 2014. *Pemrograman Basis Data dengan Menggunakan MySQL*. Bandung : Informatika.
- [11] Rudy. (2010). *Perancangan E-marketing Bagi Pemasaran Produk Kecantikan*. SemnasIF. 2010 – ISSN : 1979-2328. Hal 174-182. Tersedia: http://repository.upnyk.ac.id/436/1/E-21_PERANCANGAN_E-MARKETING_BAGI_PEMASARAN_PRODUK_KECANTIKAN.pdf
- [12] Santi Hartami I dan Putra Qurnia A. (2016). *Rancang Bangun E-marketing AHASS 05820 CV. Mitra Tirto Agung Blitar Berbasis*

- Web. Jurnal Anti virus. 2016 – E-ISSN : 1978-5232. Hal 1-5. Tersedia:
<http://unisbablitar.ejournal.web.id/index.php/antivirus/article/viewFile/81/78>
- [13] Sidik, Betha. 2014. *Pemrograman Web Dengan PHP*. Bandung : Informatika.
- [14] Sulianta Feri. 2010. *Web Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- [15] Sutabri. 2012.” *Analisis Sistem Informasi*”. Yogyakarta : Andi.
- [16] Syaifullah dan Saputra Abdi. (2015). *E-marketing System Agent Property Menggunakan Pendekatan Sostac Framework*. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi. 2015 - ISSN : 2460-8181. Hal 49-54. Tersedia:
http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/RMSI/article/download/1324/pdf_16
- [17] Wibowo Budi. (2011). *Rancang Bangun E-marketing Pada PT. Rajawali Nusindo*. Skripsi. 2011. Hal 1-284. Tersedia:
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/1743/1/BUDI%20WIBOWO-FST.PDF>
- [18] Zaki Ali dan Community Smitdev. 2010. *7 CMS Pilihan Untuk Internet Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.