

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PEMASARAN DAN PENJUALAN RUMAH PADA PT.SAMI KARYA BERBASIS WEB

Pande Gede Sukrawan¹⁾ Mochammad Arifin²⁾ Vivine Nurcahyawati³⁾

S1 / Jurusan Sistem Informasi

Fakultas Teknologi dan Informatika

Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email: 1)Sukrawan96@gmail.com, 2) Marifin@Stikom.Edu, 3) Vivine@Stikom.Edu

Abstract: PT. Sami karya located on Deandels street, 64 districts Brondong, Lamongan. The company is engaged in property and has a network of residential homes scattered in the area of East Java. These areas including: Lamongan, Jember, Tulungagung, and Trenggalek. Each residential area of approximately 120 homes of various types are ready to be occupied. The recording of sales transaction now still use Microsoft Office Excel to find sales reports and to view a list of homes that already and not yet sold, so it will be take a lot times especially when it will repaired the data like cancellation of the booking house or cancellation of the booking because the buyer does not get approval from the bank. Buyers are very difficult to obtain clear information about home sales, buyers who come to the office of marketing often find sales man is not in place because at each sales office there only have 3 marketing. The solution to overcome this problem then be made Information Systems Marketing and Home Sales that will assist in the marketing of homes for sale as well as handle the process of managing the home sales data. The application also uses SMS as an intermediary solution to deliver information to remind the buyer for uncomplete file.

Keywords: Information System, Marketing, Sale, Property

PT. Sami Karya terletak di jalan Deandels, No.64 kecamatan Brondong, kabupaten Lamongan. Perusahaan ini bergerak di bidang properti rumah dan memiliki jaringan perumahan yang tersebar di area Jawa Timur. Daerah tersebut antara lain: Lamongan, Jember, Tulungagung, dan Trenggalek. Setiap daerah perumahan kurang lebih memiliki 120 rumah dengan berbagai tipe yang siap huni. Proses pembayaran rumah tersebut dapat dilakukan secara tunai dan kredit.

Gambaran umum dari proses penjualan rumah pada PT. Sami Karya dimulai dari pembeli datang ke kantor pemasaran untuk mencari informasi tentang rumah yang ingin dibeli beserta simulasi perhitungan KPR pada bank penyedia KPR yang terkait, kemudian pembeli mengisi form pemesanan atau pengajuan KPR beserta membayar *booking fee* pada marketing. Pada hari ke dua setelah pembayaran pihak marketing menghubungi pembeli untuk membantu melengkapi persyaratan yang diperlukan. Bagi pembeli yang mengambil KPR diwajibkan untuk membayar uang muka sesuai dengan ketentuan pada saat proses pembelian, sedangkan untuk yang mengambil KPR bersubsidi akan dilakukan survei oleh pihak marketing. Hasil dari survei tersebut akan diberikan kepada pihak bank beserta dengan berkas-berkas persyaratan yang telah lengkap. Pihak bank akan menghubungi marketing untuk menginformasikan pada pembeli jadwal, tempat, dan waktu interview. Pihak bank akan menerbitkan surat penegasan persetujuan penyediaan kredit (SP3K) untuk pembeli, kemudian pihak bank menghubungi marketing untuk menginformasikan pembeli yang layak untuk mendapatkan KPR, lalu marketing akan memberikan informasi tersebut pada setiap pelanggan

yang melakukan interview. Pembeli akan diundang oleh bank untuk mengikuti acara akad kredit, lalu setelah rumah selesai dibangun pihak developer akan melakukan serah terima kunci kepada pembeli.

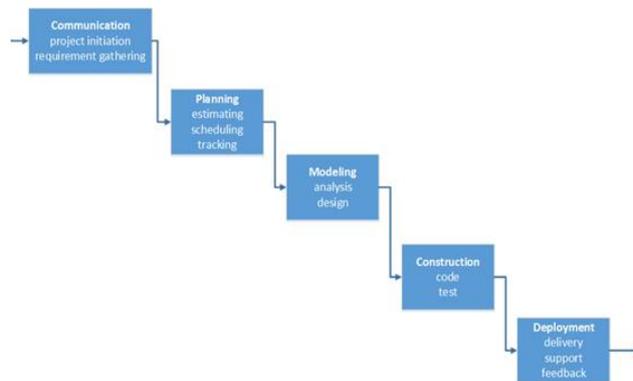
Saat ini pencatatan transaksi penjualan masih menggunakan Microsoft Office Excel untuk mengetahui laporan penjualan serta untuk melihat list rumah yang sudah dan belum terjual, sehingga akan menyita waktu apalagi ketika akan melakukan perbaikan data seperti batalnya pemesanan rumah atau batalnya pemesanan dikarenakan pembeli tidak mendapatkan persetujuan KPR dari pihak bank. Pembeli sangat sulit untuk memperoleh informasi yang jelas tentang penjualan rumah, pembeli yang datang ke kantor pemasaran sering mendapati marketing tidak ada di tempat dikarenakan di setiap kantor pemasaran hanya terdapat 3 orang marketing saja. Dengan pekerjaan selain melakukan penjualan marketing juga melakukan pengambilan data berkas-berkas pengajuan KPR dan memasarkan ke instansi-instansi tertentu.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut PT. Samikarya memerlukan sebuah sistem yang dapat mempermudah dalam menunjang pemasaran perumahan dan penjualan rumah hunian. Untuk itu maka dibuatlah suatu sistem informasi pemasaran dan penjualan rumah berbasis web yang akan mempercepat penjualan rumah dan memudahkan pembeli dalam memilih dan memesan rumah karena pembeli tidak perlu datang lagi ke kantor pemasaran untuk memesan atau sekedar mencari informasi mengenai rumah yang ingin dibeli. Pembeli juga dapat melihat katalog rumah yang tersedia di web, melihat rincian informasi dan

spesifikasi rumah, mengatur dan memperhitungkan kredit yang akan diambil.

Dengan adanya sistem informasi tersebut diharapkan dapat mempermudah PT. Sami Karya dalam proses penjualan rumah sehingga menghasilkan laporan atau informasi yang akurat, mengurangi beban marketing yang kewalahan dalam menghadapi banyaknya pemesanan rumah.

METODE



Gambar 1 Model Waterfall (Sumber: Pressman, 2015)

Menurut Pressman (2015), 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, yang dimulai dengan spesifikasi kebutuhan pengguna dan berlanjut melalui tahapan-tahapan perencanaan (*planning*), pemodelan (*modeling*), konstruksi (*construction*), serta penyerahan sistem/perangkat lunak ke para pelanggan/pengguna (*deployment*), yang diakhiri dengan dukungan berkelanjutan pada perangkat lunak lengkap yang dihasilkan.

Pemasaran

Menurut Kotler (2008), pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menciptakan nilai bagi pelanggan dan menangkap nilai kembali dari pelanggan. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menyajikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan nilai pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan. Pemasaran juga merupakan sebuah pemahaman pelanggan, dimana dalam prosesnya pemasaran akan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk menangkap nilai dari pelanggan.

Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada

keinginan perusahaan. Falsafah dalam pendekatan penjualan adalah memproduksi sebuah pabrik, kemudian meyakinkan konsumen agar bersedia membelinya. Sedangkan pendekatan konsep pemasaran menghendaki agar manajemen menentukan keinginan konsumen terlebih dahulu, setelah itu baru melakukan bagaimana caranya memuaskan.

Penjualan

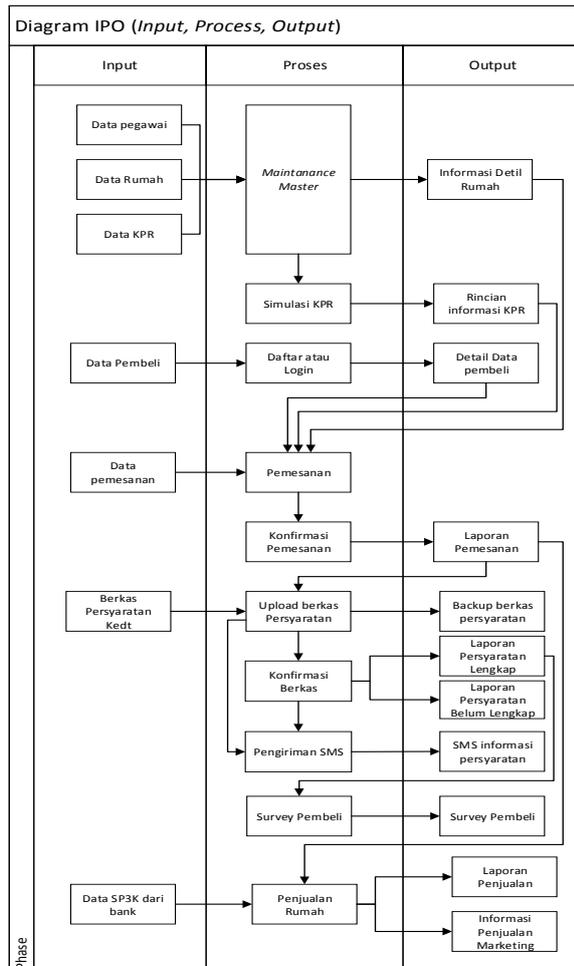
Klasifikasi Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dengan laba yang diperoleh, perusahaan dapat mengembangkan berbagai kegiatan, meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkan dan memperluas bidang usahanya. Sebenarnya pengertian penjualan sangat luas, beberapa para ahli mengemukakan tentang definisi penjualan antara lain :

1. Menurut Mulyadi (2008), penjualan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara kredit maupun tunai.
2. Menurut Soemarso (2007), penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pembeli untuk barang dagang yang diserahkan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan.
3. Menurut Kotler (2000), Penjualan adalah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Dari pemaparan pengertian penjualan menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Dalam proses penjualan, penjual atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu.

Model

Model pengembangan sistem yang akan menjadi dasar dalam perancangan sistem selanjutnya akan dijelaskan secara umum dalam block diagram (IPO Diagram) pada Gambar 2 berikut:



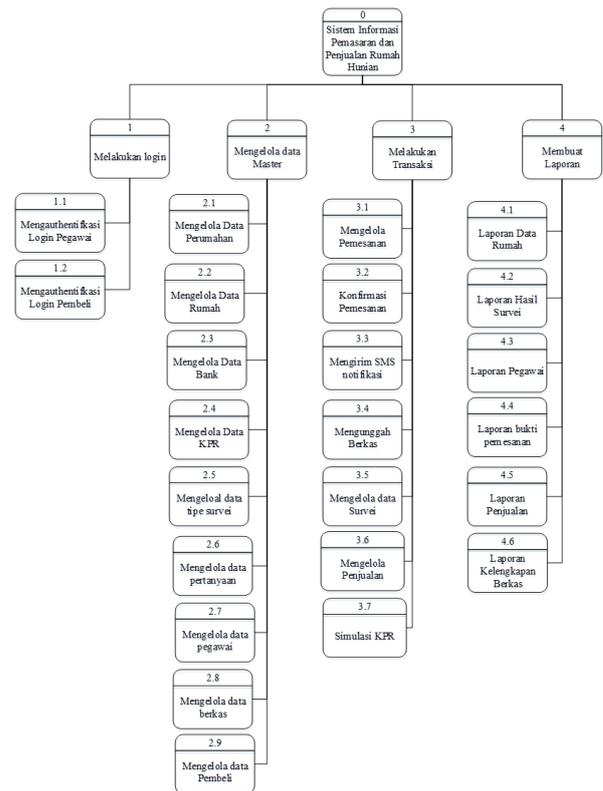
Gambar 2 Diagram IPO (Input-Process-Output)

Contex Diagram

Context diagram merupakan diagram pertama dalam rangkaian DFD yang menunjukkan entitas-entitas yang berhubungan dengan sistem. Context diagram sistem informasi pemasaran dan penjualan rumah hunian pada PT. Sami Karya ini terdapat tiga entitas, yaitu Pembeli, Marketing dan Admin. Admin mendapatkan laporan pemesanan, laporan data pegawai, laporan penjualan, informasi pemesanan, informasi berkas, laporan hasil survei, laporan kelengkapan berkas, dan laporan data rumah yang didapat dari sistem. Untuk marketing sistem akan memberikan informasi jadwal survei, informasi penjualan rumah, dan informasi pemesanan rumah. Sedangkan untuk pemebeli sistem mengeluarkan informasi sms survei informasi sms berkas dan DP, informasi sms *booking fee*, informasi data pemesanan, informasi rumah, informasi perumahan dan informasi pemesanan.

Diagram Jenjang Proses

Diagram ini menggambarkan relasi dari modul-modul dalam suatu sistem secara berjenjang. Selain itu diagram jenjang proses juga menunjukkan secara garis besar hubungan dari input, proses dan output. Adapun penggambaran diagram jenjang proses dapat dilihat pada Gambar 4.

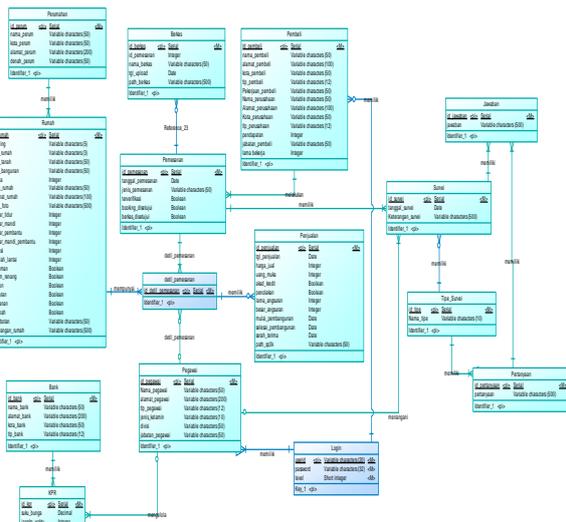


Gambar 3 Diagram Jenjang Sistem Informasi Pemasaran Dan penjualan Rumah

Conceptual Data Model (CDM)

Conceptual Data Model atau biasa disebut dengan CDM menggambarkan secara keseluruhan konsep struktur basis data yang dirancang untuk suatu sistem. Pada CDM ini sudah dimasukkan beberapa atribut penyusun tiap tabelnya, gunanya menampung data yang terkait didalamnya.

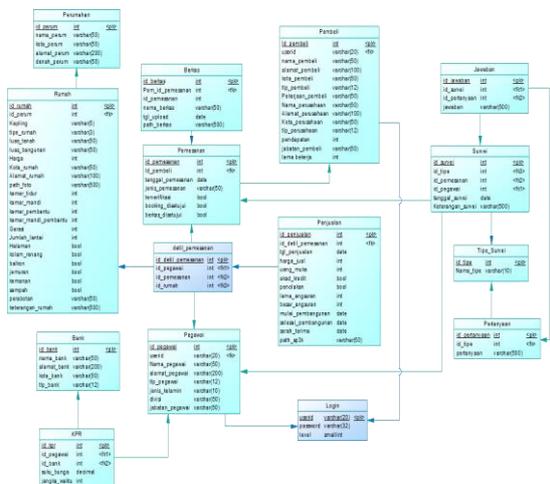
CDM pada sistem informasi pemasaran dan penjualan rumah hunian ini merupakan hasil *generate* dari *data store* di DFD. Berdasarkan *generate* tersebut, menghasilkan 15 tabel, diantaranya: perumahan, rumah, bank, kpr, berkas, pemesanan, detil pemesanan, pegawai, pembeli, penjualan, login, jawaban, survei, tipe_survei dan pertanyaan. CDM dapat dilihat dapada Gambar 5.



Gambar 4 Context Data Model (CDM)

Physical Data Model (PDM)

Physical Data Model (PDM) berfungsi untuk menggambarkan secara detail tentang konsep struktur basis data yang dirancang untuk suatu sistem, yang mana hasil generate dari CDM. Pada PDM ini juga sudah tergambar jelas relasi antar tabelnya, dengan ditunjukkan primary key dan foreign key nya masing-masing, pada Gambar 6.



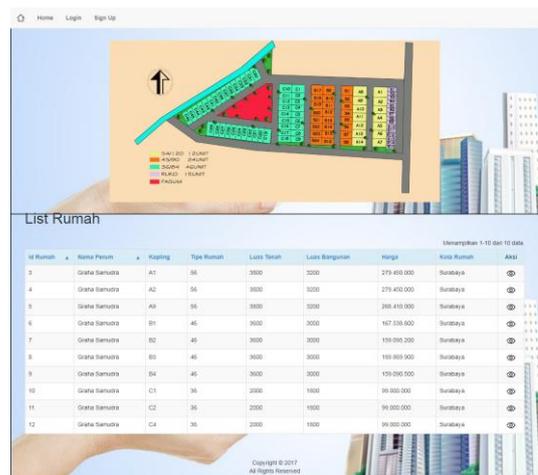
Gambar 5 Physical Data Model (PDM)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada sistem informasi pemasaran dan penjualan rumah hunian pada PT. Samikarya, dihasilkan beberapa fitur-fitur dalam menunjang proses bisnis perusahaan antaralain:

1. Desain Halaman Katalog Rumah

Halaman Katalog Rumah ini di gunakan pada website interface pembeli yang berfungsi sebagai media pemasaran produk dari pengembang atau developer. Setiap kapling memiliki detail bangunan dan spesifikasi tersendiri untuk pembangunan kedepannya. Desain Halaman Detail Rumah dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 6 Tampilan Halaman Katalog Rumah

2. Desain Halaman Detil Pemesanan

Form detil pemesanan ini digunakan untuk pembeli agar dapat melihat detail dari rumah yang telah dipesan sebelumnya. Dalam form ini terdapat fungsi detail rumah untuk melihat kembali detail rumah yang dipesan sebelumnya. pada form ini juga terdapat 2 button yaitu button print bukti pemesanan dan detail berkas yang akan muncul ketika pemesanan yang dilakukan telah dikonfirmasi oleh marketing. Seperti yang terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7 Tampilan Halaman Detil Pemesanan

3. Desain Halaman Laporan Penjualan

Pada form laporna penjualan admin harus mengisi form yang telah disediakan. Admin dapat mengisi jarak tanggal yaitu, dari tanggal dan hingga tanggal yang diinginkan. Setelah mengisi form, admin dapat memilih tombol tampilkan, maka laporan penjualan akan tampil. Seperti yang terlihat pada Gambar 8.



Gambar 8 Tampilan Halaman Laporan Penjualan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap sistem informasi pemasaran dan penjualan rumah hunian pada PT. Sami Karya dapat disimpulkan yaitu sistem dapat membantu perusahaan dalam memasarkan dan menangani pemesanan rumah lebih cepat dan tepat. Sistem juga dapat digunakan untuk pembuatan laporan sesuai dengan kebutuhan PT. Sami Karya lebih mudah dan cepat. Sistem dapat membantu marketing dalam memenuhi target penjualan rumah dengan adanya informasi hasil penjualan marketing. Sistem dapat digunakan oleh admin untuk mengirimkan notifikasi atau pengingat pada pelanggan tentang konfirmasi pembayaran *boking fee*, DP dan kekurangan berkas persyaratan.

Daftar Pustaka

- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jilid 1&2*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Pressman, R. S. 2015. *Software Engineering: A Practitioner's Approach, Eighth Edition*. New York: MC Graw Hill Education.
- Soemarso. 2007. *Akuntansi Suatu Pengantar, Cetakan Kesembilan, Jilid 1*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.