

Shortened - 1821-5755-1-ED.doc

Date: 2017-03-03 01:52 UTC

\* All sources 18 | Internet sources 18

|                                     |      |                                                                                                                          |
|-------------------------------------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | [0]  | <a href="#">elib.unikom.ac.id/files/disk1/107/jbptun...aw-5302-9.bab-ii.doc</a><br>4.3% 5 matches                        |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [1]  | <a href="#">ayatullahfatchur.blogspot.com/2015_12_01_archive.html</a><br>4.2% 5 matches                                  |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [2]  | <a href="#">journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Faktor_Exacta/article/viewFile/257/243</a><br>2.5% 2 matches             |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [3]  | <a href="#">www.gurupendidikan.com/8-pengertian-penjualan-menurut-para-ahli-beserta-jenisnya/</a><br>3.4% 4 matches      |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [4]  | <a href="#">ppta.stikom.edu/upload/upload/file/07410100409Makalah_Seminar.doc</a><br>3.3% 2 matches                      |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [5]  | <a href="#">jurnal.stgarut.ac.id/index.php/algorithm/article/viewFile/79/70</a><br>3.3% 1 matches                        |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [6]  | <a href="#">library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-1-00483-IF_Bab2001.pdf</a><br>3.3% 1 matches                 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [7]  | <a href="#">ejournal.unp.ac.id/index.php/voteknika/article/download/5168/4060</a><br>3.3% 2 matches                      |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [8]  | <a href="#">https://www.scribd.com/document/24915029...a-Cipta-Photo-Studio</a><br>3.1% 1 matches                        |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [9]  | <a href="#">zaenuryadhiim.blogspot.com/2015/02/model-model-proses-proses.html</a><br>2.7% 1 matches                      |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [10] | <a href="#">repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/123456789/2.pdf?sequence=7</a><br>2.5% 3 matches |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [11] | <a href="#">elib.unikom.ac.id/files/disk1/26/jbptunikompp-gdl-s1-2005-anggaapiya-1261-bab-ii.doc</a><br>1.8% 2 matches   |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [12] | <a href="#">www.mdpi.com/1424-8220/16/1/12/pdf</a><br>0.4% 1 matches                                                     |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [13] | <a href="#">tedisoepriyadi.blogspot.com/2015/02/anggaran-perusahaan-ellen-cristina.html</a><br>1.4% 1 matches            |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [14] | <a href="#">https://www.coursehero.com/file/10460548/BAB-1-MENDEKSAKSI-PERUSAHAAN-ABAD-21/</a><br>1.0% 1 matches         |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [15] | <a href="#">https://www.scribd.com/doc/113320205/anggaran-perusahaan</a><br>1.0% 1 matches                               |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [16] | <a href="#">www.academia.edu/7155668/SEMINAR_NASIONAL_SEMNASTEKNOMEDIA_2014</a><br>1.1% 1 matches                        |
| <input checked="" type="checkbox"/> | [17] | <a href="#">www.academia.edu/7987760/Proposal_Aplika...b_Dengan_Metode_FIFO</a><br>0.9% 1 matches                        |

5 pages, 2000 words

PlagLevel: selected / overall

12 matches from 18 sources, of which 18 are online sources.

#### Settings

Data policy: Compare with web sources

Sensitivity: Medium

Bibliography: Consider text

Citation detection: No detection

Whitelist: --

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

Pande Gede Sukrawan <sup>1)</sup> Mochammad Arifin <sup>2)</sup> Vivine Nurcahyawati <sup>3)</sup>

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 the street Deandels, 64 districts Brondong, Lamongan. The company is engaged in property and has a network of residential homes scattered in the area of East Java. Such areas include: Lamongan, Jember, Tulungagung, and Trenggalek. Each residential area of approximately 120 homes of various types are ready for habitation. Currently recording sales transactions that do 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 take time especially when it will repair the data such as the cancellation of the booking house or cancellation of the booking because the buyer does not get approval mortgage from the bank. Buyers are very difficult to obtain clear information about home sales, buyers who come to the office of marketing often find marketing is not in place because at each sales office there only 3 marketing alone. The solution to overcome this problem then be made Information Systems Marketing and Sales Shelter 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 in completing the file incomplete.

**Keywords:** Information System, Marketing, Sale, Property

PT. Samikarya terletak pada 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.

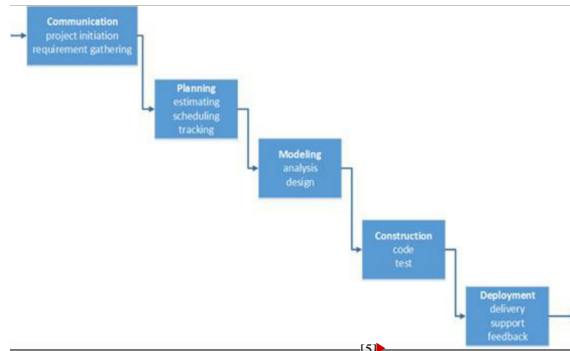
Saat ini pencatatan transaksi penjualan masih menggunakan Microsoft Office Excel untuk mengetahui laporan penjualan serta untuk melihat list rumah yang sudah dan belum terjual, sehingga akan menyita waktu apalagi ketika akan melakukan perbaikan data seperti batalnya pemesanan rumah atau batalnya pemesanan 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 dibutuhkan 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. Samikarya 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<sup>[4]</sup> 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.

<sup>[10]</sup> **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. <sup>[10]</sup> 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. <sup>[10]</sup> Menurut Soemarso (2007), penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pembeli untuk barang dagang yang diserahkan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan.
3. <sup>[10]</sup> Menurut Philip 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.

<sup>[10]</sup> Dari pemaparan pengertian penjualan menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. <sup>[11]</sup> Dalam proses penjualan, penjual atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli untuk suatu harga tertentu.

#### Model

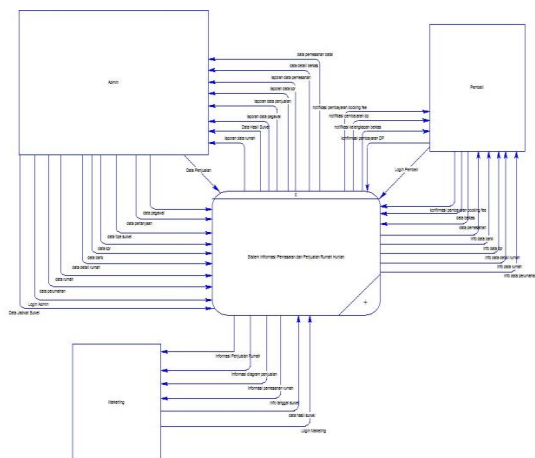
Model pengembangan sistem yang akan menjadi dasar dalam perancangan sistem selanjutnya akan dijelaskan secara umum dalam block diagram (IPO Diagram) pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2 Diagram IPO (Input-Process-Output)

### Context 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. Context diagram dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Context Diagram Sistem Informasi pemasaran dan penjualan rumah Hunian PT. Sami Karya

### 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.

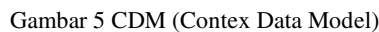


Gambar 4 Diagram Jenjang Sistem Informasi Pemasaran Dan penjualan Rumah

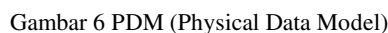
### Conceptual Data Model (CDM)

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 14 tabel, diantaranya: perumahan, rumah, detail\_rumah, bank, kpr, berkas, pemesanan, penjualan, pegawai, pembeli, survei, tipe\_survei, pertanyaan, dan jawaban. CDM dapat dilihat pada Gambar 3.

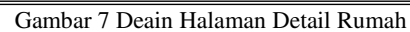


Physical Data Model (PDM) berfungsi untuk menggambarkan secara detail tentang konsep struktur basis data yang dirancang untuk suatu sistem, yang mana hasil generate dari CDM. Pada PDM ini juga sudah tergambar jelas relasi antar tabelnya, dengan ditunjukkan primary key dan foreign key nya masing-masing. pada Gambar 4.



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

- kedepannya. Desain Halaman Detail Rumah dapat dilihat pada Gambar 7.



2. Desain Halaman Simulasi KPR  
Fitur simulasi KPR diberikan untuk mempermudah pembeli dalam mengambil keputusan dalam membeli rumah yang di inginkan. Seperti yang terlihat pada Gambar 8.



3. Desain Halaman Pemesanan Rumah  
Halaman pemesanan rumah digunakan untuk pembeli dalam memesan rumah atau kavling yang diinginkan. Seperti yang terlihat pada Gambar 7.

Gambar 9 Desain Halaman Pemesanan Rumah

#### 4. Desain Halaman Penjualan Rumah

Desain halaman penjualan rumah digunakan untuk menyimpan data penjualan rumah yang telah disetujui oleh ketiga pihak yaitu bank, developer dan pemesan rumah atau sudah melakukan akad kredit. Seperti yang terlihat pada Gambar 10.

Gambar 10 Desain Halaman Penjualan Rumah

### 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 booking fee, DP dan kekurangan berkas persyaratan.

