

SISTEM INFORMASI *DIGITAL MARKETING* PERUMAHAN BUMI ELOK CIKONENG DENGAN BERBASIS WEB

Dilla Aulia¹, Hendi Suhendi²

¹universitas adhirajasa reswara sanjaya
Jl. Sekolah International No.1-6 Antapani, Bandung, Telp.022-7100124
e-mail: dilaaulia04@gmail.com

²universitas adhirajasa reswara sanjaya
Jl. Sekolah International No.1-6 Antapani, Bandung, Telp.022-7100124
e-mail: hendi2708@ars.ac.id

Abstrak

PT. Bintang Koin Pratama merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang properti penjualan rumah. Perumahan Bumi Elok Cikoneng adalah salah satu perumahan yang di kelola oleh PT. Bintang Koin Pratama yang berada di Kab Ciamis yang beralamat di Dusun Babakan rt 002 rw 012 Desa Cikoneng Kec Cikoneng Kab Ciamis Jawa Barat. Proses pemasaran pada Perumahan Bumi Elok Cikoneng masih dilakukan secara manual dan belum mencangkup banyak masyarakat untuk mengetahui perumahan ini. Dengan sistem pemasaran yang sedang berjalan saat ini sangat tidak efektif untuk melakukan pemasaran terhadap konsumen karena hanya mengandalkan konsumen yang hanya datang ke kantor pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempermudah menemukan informasi Perumahan Bumi Elok Cikoneng dengan *digital marketing* berbasis web yang menampilkan tipe rumah, harga rumah, dan lokasi perumahan dengan pemetaan. Metode yang digunakan adalah metode waterfall. Dengan adanya Sistem Informasi *Digital Marketing* Perumahan ini diharapkan dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran ke berbagai daerah dan meningkatkan omset penjualan PT. Bintang Koin Pratama.

Kata kunci: *digital marketing*, metode waterfall

Abstract

PT. Bintang Koin Pratama is a company engaged in the property sale of houses. Bumi Elok Cikoneng Housing is one of the housing managed by PT. Bintang Koin Pratama, which is in Ciamis Regency, which is located at Babakan Hamlet rt 002 rw 012 Cikoneng Village, Cikoneng District, Ciamis Regency, West Java. The marketing process at Bumi Elok Cikoneng Housing is still done manually and it hasn't covered many people to know this housing. With the marketing system that is currently running, it is very ineffective for marketing to consumers because it only relies on consumers who only come to the marketing office. The purpose of this research is to make it easier to find information on Bumi Elok Cikoneng Housing with web-based digital marketing that displays house types, house prices, and housing locations with mapping. The method used is the waterfall method. With the Digital Marketing Housing Information System, it is hoped that it can help expand marketing reach to various regions and increase the sales turnover of PT. Bintang Koin Pratama.

Keywords: *digital marketing*, waterfall method

1. Pendahuluan

Rumah merupakan tempat berlindung dan beristirahat serta tempat

berkumpul bagi keluarga. Tanpa memandang status sosial, apakah mereka termasuk golongan kaya (menengah ke

atas) maupun mereka yang termasuk golongan miskin (menengah ke bawah) pasti membutuhkan rumah bagi kehidupannya. Dalam pembangunan perumahan, hampir semua perusahaan properti ataupun developer tidaklah langsung membangun rumah dalam bentuk nyata, tetapi rumah terlebih dahulu dirancang dalam bentuk tiga dimensi dengan menggunakan sebuah aplikasi komputer, namun gambar yang digunakan untuk promosi hanya dalam bentuk gambar dua dimensi saja dan dicetak dalam brosur-brosur maupun postingan sosial media. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang seperti itu masih kurang menarik minat konsumen, karena hanya memperlihatkan gambar rumah dua dimensi saja (Rifa'l, 2014).

Perumahan pada umumnya dirancang dan dibangun oleh developer perumahan. Namun salah satu faktor penentu suksesnya seorang developer perumahan menjalankan bisnis ini adalah bagus atau tidaknya dalam memasarkan propertinya. Biasanya, pemasaran perumahan dilakukan pada tempat keramaian dengan membuka stan ditempat tersebut. Pada tiap stan, seorang marketing memberikan informasi mengenai rumah kepada konsumen. Namun hal ini dinilai kurang efektif, karena lingkup pemasaran hanya mencakup pembeli pada lokasi tertentu saja.

Dengan sistem pemasaran seperti diatas, masyarakat sebagai calon pembeli juga mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi karena calon pembeli harus datang ke tempat pemasaran dilakukan. Belum lagi, pemasaran tidak dilakukan setiap saat, dan dilakukan dengan menyesuaikan jadwal kerja pegawai ataupun waktu dibuka stan dibuka. Masalah lainnya adalah seorang pegawai pemasaran hanya bisa melayani satu calon pembeli setiap saat. Jadi, pengunjung stan harus menunggu untuk dapat berbicara dengan Marketing apabila ia sedang memberikan informasi kepada calon pembeli yang lain. Hal ini tentu saja menimbulkan rasa tidak nyaman kepada konsumen.

Pemasaran perumahan seperti diatas masih banyak digunakan pada dewasa ini. Bentuk pemasaran seperti ini belum bisa menarik minat calon pembeli secara maksimal. Pemberian informasi kepada calon pembeli pun belum terlalu efektif. Namun dengan adanya Internet zaman era global sekarang, pemberian

informasi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Selain itu, hampir semua orang terbiasa menggunakan Internet. Internet sendiri bisa diakses dimana saja dan kapan saja selama ada infrastruktur pendukung Internet. (Amirullah, Megawati, 2016).

Proses pemasaran pada Perumahan Bumi Elok Cikoneng masih dilakukan secara manual dan belum mencakup banyak masyarakat untuk mengetahui perumahan ini.

Rumusan Masalah

Pada saat ini konsumen diberikan informasi tentang perumahan Bumi Elok Cikoneng hanya dengan cara *face to face* dan menawarkan melalui media sosial. Selanjutnya konsumen datang ke kantor pemasarannya untuk mengetahui informasi lebih detail.

Tujuan Penelitian

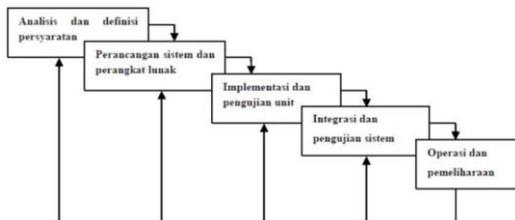
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempermudah menemukan informasi Perumahan Bumi Elok Cikoneng dengan *digital marketing* berbasis web yang menampilkan tipe rumah, harga rumah, dan lokasi perumahan dengan pemetaan. Serta mempermudah dan memperluas jangkauan pemasaran sehingga dapat meningkatkan omset kepada perusahaan.

2. Metode Penelitian

Metodologi penelitian ini menggunakan metode waterfall. sering juga disebut model sekuensial linier (squential linear) atau alur hidup klasik (Classic cycle)". Model air terjun ini menyediakan pendekatan alur hidup perangkat lunak secara sekuensial terurut dimulai dari analisis, desain, pengkodean, pengujian dan tahap pendukung (support) (Agus Prayitno, Yulia Safitri, 2015).

Disamping itu, tahapan pada *waterfall model* mengambil kegiatan dasar yang digunakan dalam hampir semua pengembangan perangkat lunak, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami terlebih bila hanya digunakan dalam mengembangkan perangkat lunak yang tidak besar kompleks *Waterfall model* merupakan salah satu model proses perangkat lunak yang mengambil kegiatan proses dasar seperti spesifikasi, pengembangan, validasi, dan evolusi, dan merepresentasikannya sebagai fase-fase proses yang berbeda seperti analisis dan

definisi persyaratan, perancangan perangkat lunak, implementasi, pengujian unit, integrasi sistem, pengujian sistem, operasi dan pemeliharaan (Sommerville, 2003 dalam jurnal Jemmy Bagota, 2008)



Gambar 2.1 Waterfall Model
(Sumver : Sommerville, 2003 dalam jurnal Jemmy Bagota, 2008)

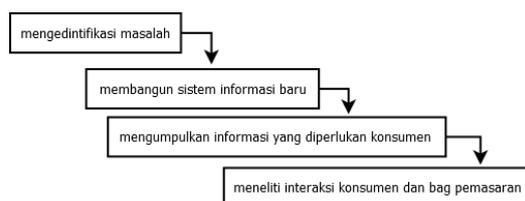
Tahapan Penelitian

Metodologi penelitian ini terdiri dari empat tahap yaitu:

1. Identifikasi dan perumusan masalah.
2. Pengumpulan data.
3. Perancangan.
4. Kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Proses mengumpulkan informasi kebutuhan pemasaran dan konsumen melalui konsultasi. Proses ini mendefinisikan secara rinci mengenai penggunaan, manfaat dan keuntungan dalam menggunakan digital marketing berbasis web ini. Di bawah ini adalah alur susunan terdiri dari beberapa tahapan di mulai dari tahap identifikasi awal sampai tahap kesimpulan.



Gambar 3.1 Tahapan penelitian

3.1. Analisis Sistem yang Sedang Berjalan

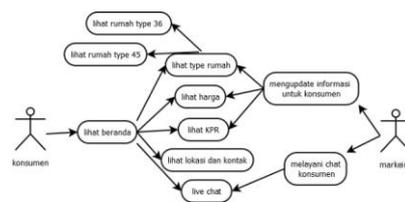
Pada saat ini konsumen di berikan informasi tentang Perumahan Bumi Elok Cikoneng hanya dengan cara face to face dan menawarkan melalui sosial media. Selanjutnya konsumen datang ke kantor pemasarannya untuk mengetahui informasi lebih detail, tetapi hal tersebut tidak efektif untuk melakukan pemasaran terhadap konsumen karena hanya mengandalkan konsumen yang hanya datang ke kantor.

Hal seperti ini sangat tidak efektif dalam hal pemasaran, karena sangat terbatas dalam pemasaran dan merugikan kepada kedua belah pihak yaitu pihak konsumen dan pihak *develop*. Karena tidak hanya warga Ciamis tetapi warga yang berada diluar daerah kab Ciamis pun minat untuk memiliki rumah sebagai hunian maupun investasi.

3.2. Analisis Proses

Sistem informasi ini yang di bangun akan berbentuk *web* yang akan menampilkan informasi beranda, profil, type, harga, lihat pemesanan, lihat KPR, dan lihat lokasi.

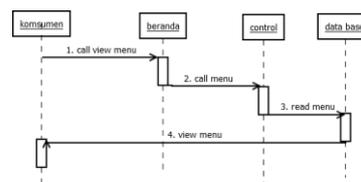
Aplikasi yang dibangun ini bersifat *object oriented* (berorientasi objek) dengan menggunakan *Unified Modeling Language* (UML) sebagai bahasa pemodelan. Use case diagram dari digital marketing berbasis web seperti pada gambar.



Gambar 3.2 Use Case Diagram Lingkup Aplikasi Konsumen dan Marketing yang menggunakan Website

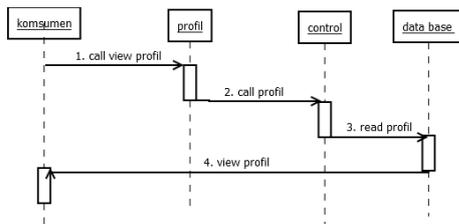
Sequence diagram adalah suatu diagram yang menggambarkan interaksi antar objek dan mengindikasikan diantara objek-objek tersebut. Diagram ini juga menunjukkan serangkaian pesan yang dipertukarkan oleh objek-objek yang melakukan suatu tugas atau aksi tertentu. Objek-objek tersebut lalu kemudian diurutkan dari kiri ke kanan, actor yang menginisiasi biasanya ditaruh dipaling kiri dari diagram.

1. Sequence Menampilkan Informasi Beranda



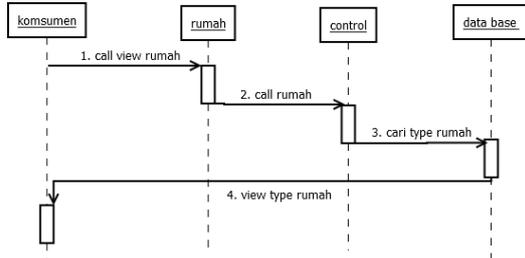
Gambar 3.3 Sequence Menampilkan Informasi Beranda

2. Squence menampilkan informasi Profil



Gambar 3.4 Squence menampilkan informasi Profil

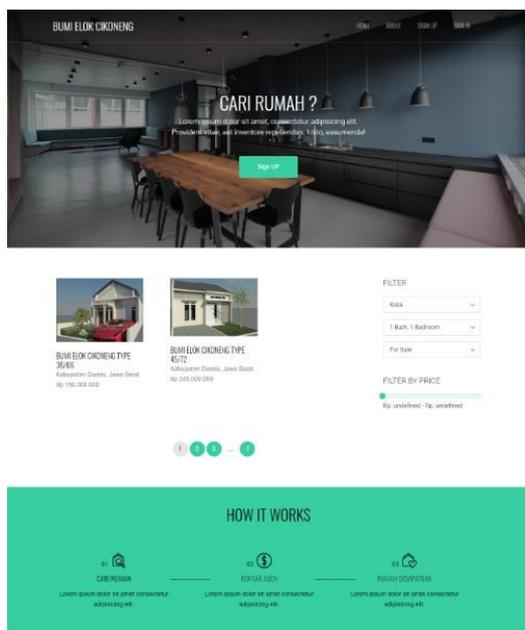
3. Squence menampilkan informasi type rumah



Gambar 3.5 Squence menampilkan informasi type rumah

Tampilan Beranda

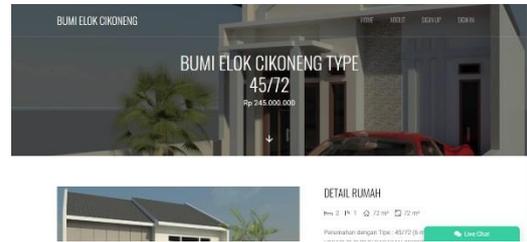
Halaman beranda merupakan halaman menu utama/home yang di dalamnya terdapat beberapa menu pilihan diantaranya yaitu halaman yg disediakan informasi mengenai type, harga, pemesanan KPR, lihat lokasi dan kontak.



Gambar 3.6 Tampilan Beranda

Tampilan Harga

Halaman ini berisi tentang harga perumahan, type dan detail rumah lainnya.



Gambar 3.7 Tampilan Harga

Tampilan KPR

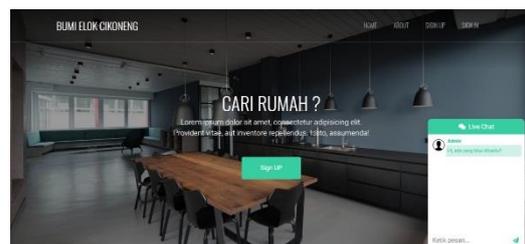
Halaman ini menampilkan tentang persyaratan pengambilan perumahan Bumi Elok Cikongeng.



Gambar 3.8 Tampilan KPR

Tampilan Chatting

Halaman ini menampilkan tentang halaman chatting yang digunakan untuk komunikasi antara konsumen dengan marketing dengan cara mengetik di halaman yg disediakan. Pada tampilan Chatting ini konsumen dapat chatting atau komunikasi dengan marketing.



Gambar 3.9 Tampilan chatting

4. Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- A. Aplikasi yang dibangun dapat digunakan marketing perumahan Bumi Elok Ciamis sebagai alat bantu dalam melakukan pemasaran perumahan.

- B. Konsumen dapat mengetahui informasi perumahan mengenai *Site plan* perumahan, harga tipe rumah dll melalui media *website* yang disediakan di kantor pemasaran perumahan Bumi Elok Ciamis.
- C. Aplikasi *website* sistem informasi perumahan ini bertujuan untuk mempermudah dan memperluas jangkauan pemasaran sehingga dapat meningkatkan omset kepada perusahaan.

5. Saran

Saran yang penulis sampaikan berdasarkan hasil penelitian ini antara lain :

- A. Sistem informasi *digital marketing* Perumahan Bumi Elok Cikoneng ini dapat lebih di kembangkan lagi oleh pihak pemasaran sesuai dengan yang dibutuhkan.
- B. Dalam perancangan ini perlu ditambahkan fitur-fitur lain seperti informasi tentang perumahan-perumahan yang lainnya yang dibangun oleh PT. Bintang Koin Pratama Contractor & Develover

Referensi

- Amirullah;Megawati. (2016). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemasaran Perumahan Permata Bening Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Rekayasadan Manajemen Sistem Informasi, Vol.2, No.(2)*, 14. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/RMSI/article/view/2602/1630>
- Effendi, D., & Noviansyah, B. (2018). *Rancang bangun sistem informasi manajemen persediaan barang di suhuf kertaseni nusantara bandung*. 03, 17–23.
- Lestari, M. A., Tabrani, M., Ayumida, S., Data, P., Kependudukan, A., & Desa, K. (n.d.). *SISTEM INFORMASI PENGOLAHAN DATA ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN PADA KANTOR DESA PUCUNG KARAWANG*. 13(3), 14–21.
- Rizal, M., & Sandiana, L. (2016). Aplikasi Pemasaran Perumahan Berbasis Teknologi Augmented Reality. *Inspiraton*, 6, 140–147. <https://doi.org/10.1080/10242694.2018.1477235>
- Taufik, A., & Ermawati. (2017). Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Pentas Seni Berbasis Web Pada Sanggar Seni Getar Pakuan Bogor. *IJSE - Indonesian Journal on Software Engineering*.
- Darmawan, Deni., dan Fauzi, N.K. (2013). *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Pratama, E.A.P.I. (2014). *Sistem Informasi dan Implementasinya*. Bandung: Penerbit Informatika
- S. Tata. *Analisa Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- Prayitno, A., dan Safitri, Y., 2015, Pemanfaatan Sistem Informasi Perpustakaan Digital Berbasis Website Untuk Para Penulis , *Indonesian Journal on Software Engineering*, (1) 1, 2461-0690
- Jemmy Bagota (2008) *Perancangan Sistem Informasi Inventory pada PT. XYZ*
- Ayuliana. 2009. *Testing dan Implementasi*. <http://www.gunadarma.ac.id>