

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Berkembangnya usaha-usaha perdagangan yang sangat pesat pada saat ini menjadikan informasi menjadi hal yang sangat penting perannya dalam menunjang jalannya operasi- operasi demi tercapainya tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.

Seiring berkembangnya zaman, pertumbuhan jumlah penduduk di dunia semakin berkembang pesat. Hal ini menyebabkan meningkatnya permintaan kebutuhan akan tempat tinggal atau rumah. Oleh karena itu, muncullah salah satu bentuk bisnis yang menjanjikan yaitu bisnis perumahan. Perumahan merupakan kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal. Rumah yang dibangun memiliki tipe yang mengindikasikan luas rumah tersebut dengan spesifikasi tertentu. Perumahan pada umumnya dirancang dan dibangun oleh developer perumahan.

Namun salah satu faktor penentu suksesnya seorang developer perumahan menjalankan bisnis ini adalah baik atau tidaknya pemasaran. Biasanya, pemasaran perumahan dilakukan pada tempat-tempat keramaian dengan membuka ataupun menyewa stan ditempat tersebut. Pada masing-masing stan, pegawai pemasaran memberikan informasi mengenai rumah kepada calon pembeli. Namun hal ini dinilai kurang efektif, karena lingkup pemasaran hanya mencakup pembeli pada lokasi tertentu saja. Selain itu, 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, pemasaran dilakukan dengan menyesuaikan jadwal kerja pegawai ataupun waktu ketika kantor dibuka.

Teknologi internet sudah terbukti merupakan salah satu media informasi yang efektif dan efisien dalam penyebaran informasi yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja. Teknologi internet mempunyai efek yang sangat besar pada perdagangan atau bisnis. Hanya dari rumah atau kantor, calon pembeli dapat melihat produk-produk pada layar komputer, mengakses informasinya, memesan dan membayar dengan pilihan yang tersedia. Calon pembeli dapat menghemat waktu dan biaya karena tidak perlu datang ke toko atau tempat transaksi sehingga dari tempat duduk ia dapat mengambil keputusan dengan cepat. Transaksi secara *online* dapat menghubungkan antara penjual dan calon pembeli secara langsung tanpa dibatasi ruang dan waktu. Itu berarti transaksi penjualan secara online mempunyai calon pembeli yang potensial bahkan dari seluruh dunia.

PT. Suna Dwi Tunggal Perkasa adalah perusahaan yang bergerak di bidang Property dan melayani berbagai macam pemesanan Perumahan yang sesuai dengan permintaan masyarakat saat ini. PT. Suna Dwi Tunggal Perkasa terpusat di kantor Pemasaran yang beralamatkan di JL.SUROMENGGOLO PONOROGO, (TELP) 0352 463666.

PT. Suna Dwi Tunggal Perkasa memproduksi berbagai bentuk tipe jenis perumahan, dan berbagai lokasi hunian yang strategis di wilayah Ponorogo, Madiun, Ngawi, dan Magetan. Didalam produktifitasnya PT.Suna Dwi Tunggal Perkasa Menyediakan berbagai macam tipe serta lokasi perumahan yang strategis mulai dari kelas Eksklusif, Bisnis, maupun Ekonomi, yang sesuai dengan permintaan pelanggan. Adapun tempat lokasi perumahan PT.Suna Dwi Tunggal Perkasa diantaranya: Mangkujayan Regency, Puri Asoka, Bukit Asri Ronowijayan, Grand Sapphire, Green Lawu Residence, Cempaka Raya Regency, Demangan Regency, Bukit Royal Kencana, Puri Jasmine, Grand Watualang Asri, Grand Demangan Regency, Green Nirvana, dan Grand Lotus Residence. Dikerjakan dengan oleh tenaga-tenaga yang profesional dibidangnya, dan senantiasa menjadikan kepuasan sesuai kebutuhan pelanggan .

PT. Suna Dwi Tunggal Perkasa melayani pemesanan sesuai dengan permintaan pemesan, dengan cara pemesan memberikan permintaan Perumahan sesuai dengan Lokasi perumahan dan tipe perumahan yang sudah kami sediakan. pemasaran perumahan dilakukan di kantor Pusat Pemasaran yang notabnya berada ditempat- keramaian dengan membuka kantor ditempat tersebut. Pada saat kantor dibuka, pegawai pemasaran memberikan informasi mengenai rumah kepada calon pembeli. Namun hal ini dinilai kurang efektif, karena lingkup pemasaran hanya mencakup pembeli pada lokasi tertentu saja. Selain itu, 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 dalam hal ini satu hari penuh 24 jam, pemasaran dilakukan dengan menyesuaikan jadwal kerja pegawai ataupun waktu ketika kantor dibuka. Masalah lainnya adalah seorang pegawai pemasaran hanya bisa melayani beberapa calon pembeli setiap saat. Jadi, pengunjung yang lainnya harus menunggu untuk dapat berkomunikasi dengan pegawai pemasaran apabila ia sedang memberikan informasi kepada calon pembeli yang lain. Hal ini tentu saja menimbulkan rasa tidak nyaman kepada pengunjung (calon pembeli) .Metode pemasaran perumahan seperti diatas masih banyak digunakan pada saat ini. Bentuk pemasaran seperti ini belum bisa menarik minat calon pembeli secara maksimal.Pemberian informasi kepada calon pembeli pun belum terlalu efektif.

Atas dasar tersebut, Penulis memberikan inovasi, gagasan, dan ide untuk mengemas strategi pemasaran tersebut, dalam hal ini penulis mengemasnya dalam bentuk Web. Dengan adanya Internet, 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 infrastruktur pendukung Internet dapat berkerja dengan baik.Internet sendiri banyak digunakan orang sebagai media transaksi bisnis. Internet memberikan banyak keuntungan diantaranya memberikan efisiensi waktu dan memungkinkan wilayah pemasaran produk menjadi lebih luas dibandingkan bisnis secara tradisional.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana merancang dan membangun sistem informasi pemasaran berbasis WEB yang akan digunakan untuk memasarkan produk dari PT.Suna Dwi Tunggal Perkasa.

C. BATASAN MASALAH

1. Hanya membahas tentang sistem pemasaran dan jual beli produk PT. Suna Dwi Tunggal Perkasa secara *online*.
2. Perancangan aplikasi ini hanya membahas tentang pengolahan informasi pelayanan, pengolahan jual beli dan pengelolaan pelanggan.

D. TUJUAN PERANCANGAN

Merancang dan membangun sistem informasi pemasaran berbasis WEB yang akan digunakan untuk memasarkan produk dari PT. Suna Dwi Tunggal Perkasa.

E. MANFAAT PERANCANGAN

1. Bagi PT. Suna Dwi Tunggal Perkasa
 - a. Sebagai salah satu solusi menghadapi Strategi pemasaran yang sebelumnya cenderung memakai cara pemasaran Tradisional, serta mampu bersaing di dunia bisnis Property secara *online*, agar pemasaran lebih luas dan maksimal.
 - b. Mampu menarik perhatian banyak pelanggan sehingga PT. Suna Dwi Tunggal Perkasa semakin banyak dikenal.

2. Bagi masyarakat atau konsumen
 - a. Membantu masyarakat untuk menjawab kebutuhannya dalam membeli Perumahan di PT.Suna Dwi Tunggal Perkasa
 - b. Membantu masyarakat dalam memperoleh informasi tentang PT. Suna Dwi Tunggal Perkasa.

F. METODOLOGI PERANCANGAN

Dalam penyusunan tugas akhir ini, metode yang akan digunakan adalah *Waterfall Model*. Dengan menggunakan metode ini akan lebih memudahkan untuk merancang suatu konsep pembuatan sistem informasi pemasaran yang berbasis web. Berikut adalah tahapan metode pengerjaan tugas akhir ini :

1. Analisa Kebutuhan

Untuk mempermudah system analis menentukan keseluruhan requirement secara lengkap, maka analis membagi kebutuhan sistem ke dalam 2 jenis. Jenis pertama adalah **Kebutuhan Fungsional (Functional requirement)**. Kebutuhan fungsional adalah jenis kebutuhan yang berisi proses-proses apa saja yang nantinya dilakukan oleh system. Kebutuhan fungsional juga berisi informasi-informasi apa saja yang harus ada dan dihasilkan oleh sistem. Jenis kedua adalah **Kebutuhan Non fungsional (Nonfunctional Requirements)**. Requirement jenis ini adalah tipe requirement yang berisi properti perilaku yang dimiliki oleh sistem, meliputi: Operasional, Perfoma, Keamanan, dan Politik budaya.

2. Perancangan

Pada tahap ini adalah mempersiapkan rancangan berupa membuat konsep sistem informasi yang akan dibuat, dan nantinya akan mempermudah proses pengkodean (*coding*), serta mempersiapkan software yang dibutuhkan.

3. Pengkodean

Tahap ini adalah melakukan proses pengkodean dalam pembuatan sistem informasi pengkoneksian dengan database dan menyelesaikan sistem informasi ini sebelum saatnya diuji pada tahapan selanjutnya.

4. Pengujian

Pada tahap ini akan dilakukan proses pengujian sistem informasi yang dibuat agar dapat berjalan dengan baik tanpa terjadi error.

5. Implementasi

Tahap ini hanya mengimplementasikan sistem informasi pemasaran berbasis web ini yang nantinya akan dipublikasikan di internet.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Skripsi ini akan disusun secara sistematis kedalam lima bab.

Masing-masing bab diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan latar belakang masalah yang akan diteliti, perumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang dipakai dalam mendukung perancangan ini, yang dapat menjadikan dasar untuk pemecahan masalah dan dilakukan studi pustaka sebagai landasan dalam melakukan perancangan

BAB III METODE PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini akan dibahas mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan sistem informasi pemasaran perumahan, serta merancang sistem yang diusulkan.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan tentang implementasi perangkat lunak, sarana yang dibutuhkan dan contoh pengoperasian perangkat lunak yang dirancang serta mengevaluasi dari perancangan kali ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang diusulkan untuk pengembangan lebih lanjut agar tercapai hasil yang lebih baik.