



SISTEM INFORMASI PT. FORTUNA PROPERTINDO INDONESIA BERBASIS WEB

Sri Mulyati¹, Ririn Fitriyani²

¹Dosen Tetap STMIK Nurdin Hamzah Jambi, Jambi 36121

²Mahasiswa STMIK Nurdin Hamzah Jambi

E-mail : ¹mulyati.sri52@gmail.com

Abstract - PT. Fortuna Propertindo Indonesia as one of the companies engaged in the property sector should be able to utilize information technology in supporting various activities. Marketing carried out by PT. Fortuna Propertindo Indonesia is not conducted at any time, marketing is done by adjusting the work schedule of employees or when the booth is opened. Another problem is that a marketing employee can only serve one prospective buyer at any time. So, stand visitors must wait to be able to talk to the marketing employee if he is giving information to other prospective buyers. This of course caused a feeling of discomfort to the stand visitors. The purpose of this research is to make it easier for customers to find housing that is possible by displaying the type of house, house price, and housing location. The analytical method used is descriptive method and for the design method in this study using diagrams, designing interfaces to coding and databases using PHP, MySQL, and JQuery, with the existence of a Housing Marketing Information System it is expected to help expand marketing reach to various regions and increase turnover sales of PT. Fortuna Propertindo Indonesia.

Keywords: Web, Marketing, Property, PT. Fortuna Propertindo Indonesia

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan perumahan akhir-akhir ini meningkat dengan pesat, hal tersebut disebabkan oleh karena tuntutan yang sangat tinggi dan mendesak akan kebutuhan perumahan sebagai tempat tinggal. Perumahan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia dan merupakan faktor penting dalam peningkatan harkat dan martabat manusia. Ini merupakan persoalan yang sangat dominan dalam kelangsungan hidup manusia untuk menjalankan segala aktivitasnya.

PT. Fortuna Propertindo Indonesia merupakan salah satu *developer* perumahan di Kota Jambi, sebut saja Sekapur Sirih Residence merupakan salah satu produk perumahannya, namun selama ini kegiatan pemasaran perumahan dan pelayanan informasinya masih dilakukan secara manual dan masih memiliki kekurangan misalnya konsumen hanya bisa melihat iklan yang ada maupun datang langsung ketempat-tempat pemasaran perumahan. Dalam pemberian informasi menggunakan brosur dan pemasangan baliho.

Bila hal ini terus dilakukan maka akibat yang muncul adalah membuat *developer* perumahan Sekapur Sirih Residence kesulitan dalam memberikan pelayanan informasi setiap saat, padahal seorang konsumen menginginkan sebuah informasi yang dapat diakses secara cepat kapanpun dan dimanapun sehingga tidak terbatas oleh waktu dan tempat

Strategi pemasaran dan promosi yang belum dimiliki pengelola perumahan Sekapur Sirih Residence adalah sebuah *website*. Mengingat kemampuan *website* yang dapat diakses melalui media *internet* dapat memberikan informasi tanpa mengenal waktu, tidak hanya itu *website* juga menambah nilai kemewahan bagi perumahan tersebut mengingat lapisan masyarakat calon konsumen yang ingin dijangkau adalah semua kalangan.

Untuk mengatasi kesulitan dalam pemasaran dan promosi di PT. Fortuna Propertindo Indonesia ini maka penulis membuat sebuah *website* PT. Fortuna Propertindo Indonesia ini agar mempermudah akses dalam informasi tentang perumahan dan dengan adanya *website* ini konsumen bisa melihat dan mengetahui informasi tentang perumahan tersebut kapan pun dan dimanapun

Pemasaran merupakan kunci utama dalam bisnis properti. Hal ini dilakukan guna menarik perhatian konsumen agar mau membeli properti tersebut. Bentuk pemasaran yang paling umum dilakukan adalah dengan menyebarkan brosur dan membuka kantor pemasaran. Namun kendala yang sering muncul adalah terbatasnya ruang lingkup *developer* untuk mengiklankan perumahannya tersebut. Salah satu solusi untuk permasalahan ini yaitu dengan melakukan pemasaran perumahan menggunakan *website*. *website* ini dibuat sebagai program berbasis web sehingga dapat memudahkan pengguna dalam pengaksesannya.

Dari penjelasan di atas maka peneliti membuat website PT. Fortuna Propertindo Indonesia karena masih ada kendala dan kekurangan yang belum maksimal, maka dengan website tersebut dapat membantu para karyawan, di mana cara kerjanya adalah sebagai media promosi dan sebagai media pemasaran, dan pemesanan, menjadi lebih cepat, mudah, dan efisien. Dengan mengacu pada hal tersebut, maka pada penelitian ini penulis mengangkat judul **“SISTEM INFORMASI PT. FORTUNA PROPERTINDO INDONESIA BERBASIS WEB”**.

1.2. Identifikasi Penelitian

1. Bagaimana merancang website yang dapat menyediakan informasi yang lengkap tentang perumahan yang ada di Jambi?
2. Bagaimana merancang website yang dapat memudahkan dan menjadi media promosi dan pemasaran perumahan yang efektif dan efisien sehingga dapat membantu dalam proses pengolahan data perumahan di PT. Fortuna Propertindo Indonesia ?

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat dirumuskan : “Bagaimana merancang Sistem Informasi PT. Fortuna Propertindo Indonesia Berbasis Web”.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mempelajari dan menganalisa proses pelayanan informasi konsumen pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia
2. Merancang website sebagai media pemasaran dan promosi pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan penulis ialah :

1. Dapat membantu promosi dalam pemasaran perumahan pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia
2. Dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran perumahan pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia
3. Dapat melakukan proses pemesanan (*booking*) perumahan yang relatif lebih cepat dibandingkan dengan cara yang konvensional pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian.

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini adalah :

1. Sistem baru yang dibangun hanya berfokus pada proses promosi dan pemasaran perumahan .
2. Proses pemesanan (*booking*) hanya berlaku berdasarkan syarat dan ketentuan yang diberlakukan oleh PT. Fortuna Propertindo Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Sistem Informasi

Menurut Dermawan dan Fauzi Sistem informasi merupakan kumpulan dari sub-sistem yang saling berhubungan satu sama lain, dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan, yaitu mengolah data menjadi informasi yang berguna [1].

Sedangkan Menurut Tata Sutabri sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mengandung fungsi operasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan laporan-laporan yang diperlukan oleh pihak luar tertentu [2].

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa sistem informasi adalah kumpulan data yang terintegritasi dan saling melengkapi dengan menghasilkan *output* yang baik guna untuk memecahkan masalah dan pengambilan keputusan.

2.2. Pemasaran

Menurut Danang, Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang [3].

Menurut Candra dan Dadang, Pemasaran adalah sebuah proses yang melibatkan setiap aspek bisnis, mulai dari mendisain produk, menentukan harga, dan mendapatkan umpan balik dari pelanggan [4].

Menurut Kotler dan Armstrong, adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain [5].

Menurut Sunyoto mengemukakan pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan [6].

Beberapa definisi pemasaran yang dikemukakan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial atau fungsi organisasi dalam kegiatan bisnis yang bertujuan untuk menyalurkan atau mendistribusikan barang-barang dalam rangka memuaskan kebutuhan konsumen.

2.3. Promosi

Menurut Kismono, promosi adalah usaha yang dilakukan pemasar untuk mempengaruhi pihak lain agar berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran [7].

Menurut Kotler & Keller, adalah suatu aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi merupakan semua kegiatan yang ditujukan untuk memacu tingkat permintaan terhadap produk yang dijual atau dipasarkan dengan komunikasi antar produsen dan konsumen [8].

Menurut Sunyoto, dalam promosi terdapat komunikasi yang harus dibangun pihak produsen kepada konsumennya, apalagi dengan para pelangganya [6].

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan penting dalam memasarkan suatu produk sehingga konsumen akan tertarik dan melakukan pembelian terhadap produk tersebut, sehingga suatu promosi perlu dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan dapat dimengerti dengan mudah oleh masyarakat.

2.4. Perumahan

Menurut Undang-Undang (UU RI No.4 Tahun 1992) definisi perumahan adalah : sekelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan [9].

Syarat-syarat pemesanan perumahan :

1. Foto copy KTP suami/istri, Kartu Keluarga, Buku Nikah, NPWP
2. Surat Keterangan belum menikah dari Kelurahan (asli)
3. Surat keterangan belum Memiliki Rumah dari Kelurahan (asli)
4. Slip gaji 3 bulan terakhir asli
5. Surat keterangan Kerja asli (karyawan swasta), foto copy SK awal dan SK akhir (PNS)
6. Mengisi Formulir Pengajuan KPR dari Bank
7. Denah lokasi rumah dan tempat kerja
8. Pas foto 4x6 @2 Lembar s/i
9. Rekening koran 3 bulan terakhir dari Bank.

III. PEMBAHASAN

3.1. Analisa Sistem

Analisa sistem merupakan kegiatan menemukan atau mengidentifikasi masalah, mengevaluasi, membuat model serta membuat spesifikasi sistem baru. Analisa sistem merupakan tahapan yang paling penting dalam merancang sebuah sistem karena pada tahapan analisa inilah dapat dilihat bagaimana sistem yang sedang berjalan dan masalah-masalah apa saja yang sedang dihadapi. Ketelitian sangat dibutuhkan untuk menentukan seperti apa sistem yang akan dibangun, apabila penganalisaan sistem yang tidak dilakukan secara mendetail maka sistem baru yang akan didesain hasilnya tidak akan optimal.

3.2. Sistem yang Sedang Berjalan

Melakukan analisis terlebih dahulu terhadap sistem yang sedang berjalan memang sangat penting sebagai dasar untuk merancang suatu sistem yang lebih baik. Hal ini diperlukan sebagai perbandingan antar sistem yang sedang berjalan dengan sistem yang akan dirancang sebagai sistem pendukung sistem promosi yang sudah ada sebelumnya.

Dari hasil observasi yang penulis lakukan di PT. Fortuna Propertindo Indonesia, metode yang digunakan dalam proses pemasaran yang diterapkan pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia masih menggunakan cara konvensional. Penggunaan brosur yang langsung diberikan kepada konsumen, Pemasangan spanduk pada kantor pemasaran, Penggunaan baliho pada jalan-jalan protokol dan lokasi sekitar perumahan pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia.

Melihat kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Fortuna Propertindo Indonesia saat ini, penulis menemukan kelemahan-kelemahan seperti, Kurang efektif dan efisien. Sistem pemasaran yang berjalan masih menggunakan sistem pemasaran manual sehingga pemasaran dan pengenalan perumahan terbatas. Tidak *up to date* karena informasi yang terdapat didalamnya tidak dapat diubah sewaktu-waktu. Keterbatasan jangkauan pemasaran karena konsumen hanya sebatas konsumen lokal. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan media promosi yang digunakan saat ini.

3.3. Sistem Yang Di Usulkan

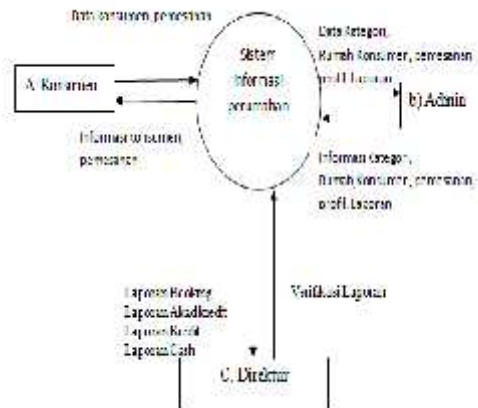
Dari hasil analisa sistem yang penulis lakukan diketahui bahwa sistem pemasaran yang sedang berjalan saat ini masih terdapat kelemahan. Maka perlu dirancang sistem baru yang dapat membantu meningkatkan proses pemasaran dari PT. Fortuna Propertindo Indonesia, dan sistem yang dikembangkan dapat memenuhi beberapa kebutuhan

mendasar sistem antara lain, Sistem yang dihasilkan merupakan sistem penunjang yang digunakan secara berdampingan dengan sistem yang sudah ada. Sistem memberikan informasi mengenai perumahan pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia secara *online* yaitu dengan media *website* kepada masyarakat luas tanpa dibatasi jarak dan waktu serta murah nya biaya *hosting*.

Informasi yang disajikan dapat diperbaharui dengan mudah agar informasi yang disampaikan pada konsumen adalah informasi yang terbaru. Sistem memiliki fasilitas untuk kirim pesan bagi konsumen yang ingin bertanya seputar perumahan pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia.

3.4. Data Flow Diagram (DFD)

Data flow diagram (DFD) adalah suatu cara untuk menggambarkan aplikasi secara logika, tentang bagaimana aplikasi tersebut berjalan dari satu bagian kebagian lainnya dengan menggunakan simbol-simbol dan anak panah sebagai penghubung untuk menggambarkan arus dari aplikasi tersebut, yang penggunaannya sangat membantu untuk memahami sistem secara logika, terstruktur dan jelas. Adapun struktur *Conteks Diagram* dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini :



Gambar 1. *Conteks Diagram*

3.5. User Interface

a. Tampilan Menu Utama

Tampilan menu home adalah halaman yang akan pertama kali muncul pada saat administrator berhasil login. Halaman ini berfungsi sebagai halaman depan yang mengkoordinir menu-menu di dalam Sistem Informasi PT. Fortuna Propeertindo Indonesia Berbasis Webiste. Menu utama terdiri dari Menu Profile, Cara pemesanan, Daftar Pesanan, Hubungi kami, History pemesanan. Adapun tampilan halaman menu utama dapat dilihat pada gambar 2 berikut :



Gambar 2. Tampilan Menu Utama

b. Tampilan Menu Admin

Tampilan menu admin adalah menu yang digunakan untuk memanipulasi data admin sebagai orang yang menjalankan Sistem Sistem Informasi PT. Fortuna Propertindo Indonesia Berbasis Webiste. Adapun tampilan halaman menu Admin dapat dilihat pada gambar 3 berikut :



Gambar 3. Menu Admin

c. Menu Kategori

Tampilan menu kategori adalah menu yang digunakan oleh admin untuk mengolah type atau menambah type perumahan pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia. Adapun tampilan menu kategori dapat dilihat pada gambar 4 berikut :



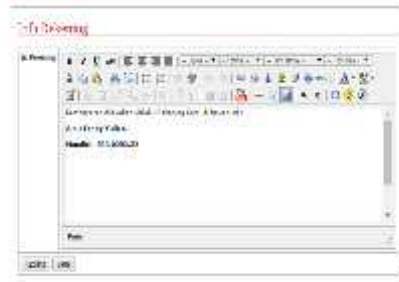
Gambar 4. Menu Kategori

d. Menu Perumahan

Tampilan menu perumahan adalah menu yang digunakan untuk memanipulasi data perumahan seperti nama rumah, kategori, harga *booking*, harga akad, deskripsi dan foto rumah. Adapun tampilan menu perumahan dapat dilihat pada gambar 5 berikut :



Gambar 5. Menu Perumahan



Gambar 8. Menu Info Rekening

e. Menu Profil Perumahan

Tampilan menu profil perumahan adalah menu yang digunakan admin untuk memanipulasi data tentang perumahan seperti gambar, mengganti foto profil perumahan, serta data-data tentang perumahan. Adapun tampilan menu Profil perumahan dapat dilihat pada gambar 6 berikut :



Gambar 6. Menu Profil Perumahan

h. Menu Daftar Konsumen

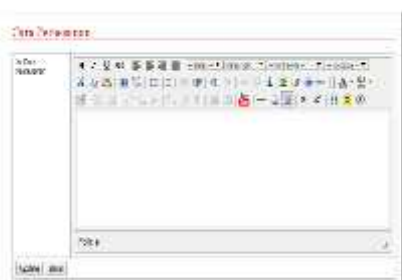
Tampilan menu daftar konsumen adalah menu yang digunakan untuk konsumen mendaftar menjadi *member* sebelum konsumen login dan memesan perumahan. Adapun tampilan daftar konsumen dapat dilihat pada gambar 9 berikut :



Gambar 9. Daftar Konsumen

f. Menu Cara Pemesanan

Tampilan menu cara pemesanan adalah menu yang digunakan oleh admin untuk memberikan informasi cara pemesanan perumahan serta dapat menampilkan data Cara Pemesanan tersebut. Adapun tampilan menu cara pemesanan dapat dilihat pada gambar 7 berikut :



Gambar 7. Menu Cara Pemesanan

g. Menu Info Rekening

Tampilan menu info rekening adalah menu yang digunakan oleh admin untuk mengubah data Rekening serta dapat menampilkan data Rekening tersebut.. Adapun tampilan info rekening dapat dilihat pada gambar 8 berikut :

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang penulis lakukan mengenai perancangan *web* sebagai media pemasaran bagi konsumen perumahan PT. Fortuna Propertindo Indonesia, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem yang berjalan saat ini terdapat kelemahan-kelemahan diantaranya yaitu masih menggunakan cara manual dengan brosur atau koran, baliho dan belum ada program khusus untuk melakukan proses pemasaran tersebut sehingga mengakibatkan informasi yang disampaikan kurang efektif dan efisien.
2. Dengan adanya perancangan *website* sebagai media promosi ini dapat membantu mengurangi kelemahan-kelemahan yang ditemukan pada sistem yang lama dalam proses pemasaran, dengan menggunakan sistem pemasaran yang baru ini mampu menghasilkan pelayanan yang cepat dan akurat terhadap konsumen yang lebih luas dalam menyajikan informasi yang dibutuhkan konsumen.

3. Penelitian ini menghasilkan sebuah *website* sebagai media pemasaran pada PT. Fortuna Propertindo Indonesia.

4.2. Saran

Berikut ini penulis menyampaikan beberapa saran-saran yang dapat dipergunakan sehubungan dengan perancangan *website* sebagai media pemasaran, diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Fortuna Propertindo Indonesia maka penulis dapat memberikan saran-saran diantaranya yaitu :

1. Sistem keamanan pada *website* hendaknya lebih ditingkatkan untuk hasil implementasi yang lebih baik.
2. Agar dapat mencapai suatu informasi yang baik, sebaiknya menggunakan cara komputerisasi dengan program aplikasi yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.
3. Dengan adanya perancangan *website* sebagai media promosi pada perumahan Sikapur Sirih Residence 2 Jambi diharapkan dapat meningkatkan jangkauan pemasaran penjualan dari perumahan yang ada.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Darmawan, D., & Fauzi, K. N. 2013. "*Sistem Informasi Manajemen*". PT. Remaja Rosdakarya
- [2] Sutabri, Tata. 2012. "*Analisis Sistem Informasi*". Yogyakarta : C.V Andi OFFSET (penerbit Andi).
- [3] Danang. 2013. JURNAL SISFOTEK GLOBAL Vol. 7 No. 1 / Maret 2017.
- [4] Ahmadi, Candra., & Dadang Hermawan. 2013. "*E-Business dan E-Commerce*". Penerbit Andi. Yogyakarta.
- [5] Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary. 2012. "*Principles of Marketing*". New Jersey: Prentice Hall.
- [6] Sunyoto. 2012. Jurnal EMBA. Vol.3 No.2 Juni 2015.
- [7] Kismono, Gugup. 2011. "*Bisnis Pengantar Edisi Dua*", BPFE UGM, Yogyakarta.
- [8] Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. "*Marketing Management, 14th Edition*". United States of America : Pearson.
- [9] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 4 tahun 1992 tentang Perumahan dan Pemukiman

IDENTITAS PENULIS

Nama : Sri Mulyati, M.Kom
TTL : Pekanbaru /02 Mei 1976
NIK/NIDN : 06.023 /1002057601
Pend. Terakhir : S2 (Sistem Informasi)
Bidang Keahlian : Ilmu Komputer

Nama : Ririn Fitriyani
Nim : 1501190