

---

# Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Promosi Berbasis Web Pada CV. Golden Property

*Roby Setiawan<sup>1</sup>, Rusdianto Roestam<sup>2</sup>*

*Magister Sistem Informasi, STIKOM Dinamika Bangsa, Kota Jambi  
Jl. Jend. Sudirman No. 100 Thehok Jambi Selatan Kota Jambi, Telp/Fax :0741-35096  
E-mail: <sup>1</sup>rb.setiawan@gmail.com, <sup>2</sup>roesdianto@yahoo.com*

## **Abstract**

*Promotion is activities in marketing to offer the product to customers or consumers prospect to informing, reminding and persuading people to accept the products, concepts and ideas. Promotion has two ways, there is electronic and non-electronic. At the CV. Golden Property companies, promotional activities doing by non-electronic with brochures and banners so the promotion information to customers or consumers not prospectly. By designing a web-based information, users and managers expect can simplify the information system as a solution to the problem doesn't prospectly. The method used in the designis promotional mix where a variables can be combined with the companies needs and abilities. This web-based information would be better if next researcher insert value of financial transactions so that will getting any benefit.*

*Keywords:web, promotional mix, golden property*

## **Abstrak**

Promosi adalah salah satu kegiatan dalam marketing yang bertujuan untuk penawaran produk kepada *customers prospect* dengan tujuan membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan. Pada perusahaan CV. Golden Property kegiatan promosi dilakukan secara manual yaitu menggunakan media brosur dan spanduk sehingga berpotensi tidak tersampainya informasi promosi ke *customers prospect* dengan baik. Hal ini juga berdampak kepada lambatnya penjualan dan kurang dikenalnya perusahaan dimasyarakat umum. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan merancang sistem informasi promosi berbasis web. Penelitian ini juga menghasilkan prototipe yang diharapkan untuk pengguna dan pengelola sistem dapat mempermudah menghasilkan informasi sebagai solusi terhadap masalah tidak tersampainya data informasi promosi. Metode yang dipakai dalam perancangan nanti adalah bauran promosi dimana variable-variabelnya nanti dapat dikombinasikan dengan kebutuhan dan kemampuan perusahaan.

*Kata kunci: :web, bauran promosi, golden property*  
© 2017Jurnal Manajemen Sistem Informasi.

---

## **1. Pendahuluan**

Kemajuan teknologi informasi, mendorong banyak manusia untuk menciptakan inovasi - inovasi baru untuk membantu manusia dalam mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah, salah satunya yaitu internet. Sebuah perusahaan harus dapat membuat layanan informasi dan promosi dengan baik untuk menarik perhatian konsumen. Era globalisasi yang semakin dekat di mana perdagangan bebas menjadi suatu fenomena yang harus dihadapi dengan kesiapan yang matang dari berbagai faktor-faktor produksi yang dimiliki perusahaan.

CV. Golden Property merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan tanah kavling, rumah dan kios. Perusahaan ini memiliki beberapa varian tipe rumah seperti, tipe 36, tipe 45, tipe 48 dan tipe 54. Sedangkan kios yaitu hanya pada tipe 40 dan 50. Pada Tahun 2016 sekarang ini, Perusahaan memiliki jumlah property sebanyak 57 unit dan tanah kavling sebanyak 67 unit. Kondisi seperti itulah yang pada akhirnya menyebabkan para pelaku usaha makin gencar berusaha untuk mencari solusi maupun program bisnis yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di dalam bisnisnya. Namun demikian, meskipun perusahaan telah berusaha bersaing dan memberikan yang terbaik untuk konsumen belum tentu dapat menjamin akan berhasilnya usaha pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan menemukan masalah dalam promosi, di mana belum adanya promosi yang dilakukan oleh CV. Golden Property, baik dalam promosi

periklanan televisi atau web membuat perusahaan ini kurang begitu dikenal oleh masyarakat umum. Pengolahan data informasi promosi juga tidak terstruktur yaitu perusahaan melakukan penyebaran data informasi promosi melalui brosur sebanyak 100 lembar perbulan tetapi hanya terjual 1 sampai 2 unit rumah pertiga bulan bahkan lebih. Hal ini tentu akan mengakibatkan dampak yang tidak baik bagi perusahaan. Oleh karena itu, hal tersebut perlu di atasi dengan melakukan promosi dan penyediaan informasi dengan menggunakan media informasi berbasis web.

## 2. Tinjauan Pustaka/ Penelitian Sebelumnya

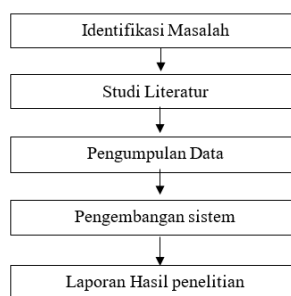
Tinjauan pustaka menguraikan hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang mempunyai kaitan dengan penelitian ini. Berikut tinjauan pustaka yang terkait dengan penelitian :

- a. Rancang Bangun Website Sebagai Sarana Promosi Properti di Purwokerto.  
Penulis membaca hasil penelitian dari jurnal yang hampir sama/menyerupai di bidang sistem informasi, tetapi terdapat perbedaan dari segi permasalahannya. Seperti penelitian yang pernah dilakukan dari jurnal dengan judul “Rancang Bangun Website Sebagai Sarana Promosi Properti di Purwokerto” yang ditulis oleh Prayoga Pribadi dan Mulyadi. Tahun 2011, dalam penelitian tersebut dibahas bagaimana membuat website untuk mempromosikan rumah yang akan dikontrakan, rumah dan tanah yang akan dijual di Purwokerto sehingga dapat memberikan informasi yang lengkap dan akurat. Penelitian diatas relevan dengan tesis ini, dimana terdapat kesamaan yaitu melakukan penelitian terhadap sistem informasi promosi berbasis web. Tapi pada penelitian diatas hanya menitik beratkan pada analisa kebutuhan user tanpa adanya prototipe atau pun contoh interface. Sedangkan pada tesis ini peneliti melakukan analisis serta merancang contoh interface dan prototipe yang disesuaikan pada kebutuhan perusahaan.
- b. Aplikasi Pemasaran Property Berbasis Web Dengan Aplikasi Menggunakan Virtual Reality Unity 3D  
Penelitian ini dilakukan oleh Novita Sari, Eneng Tita Tosida dan Boldson H.S, yang berjudul “Aplikasi Pemasaran Property Berbasis Web Dengan Aplikasi Menggunakan Virtual Reality Unity 3D” yaitu dengan ruang lingkup penelitiannya membangun situs pemasaran Web3D tipe-tipe perumahan di PT Graha Setia Pradipta sehingga dapat memudahkan melakukan promosi perumahan. Penelitian diatas relevan dengan tesis ini, dimana terdapat kesamaan yaitu melakukan penelitian terhadap sistem informasi promosi berbasis web. Perbedaannya adalah jika peneliti diatas menggunakan aplikasi Virtual Reality Unity 3D maka pada tesis ini hanya menggunakan gambar dan text untuk menampilkan informasi promosi pada web.

## 3. Metodologi

### 3.1 Alur Penelitian

Agar penelitian dapat berjalan dengan baik, maka kita harus memiliki kerangka penelitian yang telah disusun sebelumnya. Kerangka penelitian digunakan sebagai acuan atau pedoman dalam agenda penelitian yang akan dilakukan agar Penulis dapat melakukan penelitian secara terstruktur dan dapat menyelesaikan penelitian tepat pada waktunya, juga agar penelitian dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Kerangka penelitian yang diterapkan oleh penulis dapat dilihat pada bagan di bawah ini:



Gambar 1. Alur Penelitian

#### 1. Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah merupakan langkah awal yang dilakukan dalam penelitian ini. Pada tahap mengidentifikasi masalah dimaksudkan agar dapat memahami masalah yang akan diteliti, sehingga dalam tahap analisis dan perancangan tidak keluar dari permasalahan yang diteliti. *Output* yang dihasilkan dari identifikasi masalah adalah daftar masalah yang memerlukan solusi.

## 2. Studi Literatur

Studi literatur penulis lakukan untuk tahap ini penulis mempelajari dan memahami teori-teori dan konsep-konsep yang relevan dengan masalah yang diteliti dan menjadi dasar teori pada penelitian ini. Studi literatur ini bersumber dari buku, jurnal ilmiah dan referensi lainnya.

## 3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahapan dalam proses yang penting, karena hanya dengan mendapatkan data yang tepat maka proses penelitian akan berlangsung sampai peneliti mendapatkan jawaban dari perumusan masalah yang sudah ditetapkan. Data yang dicari harus sesuai dengan tujuan penelitian. Beberapa metode yang digunakan yaitu :

### a. Observasi

Pada kegiatan observasi dilakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan dan proses promosi pada perusahaan. Hal ini bertujuan untuk melihat kondisi dan juga mengamati bagaimana bentuk proses promosi property yang berjalan pada CV. Golden Property.

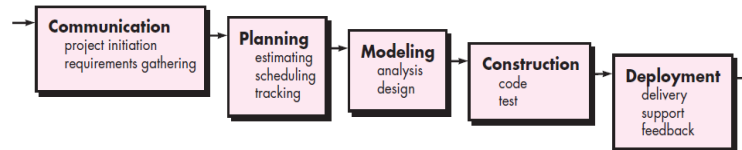
### b. Wawancara

Pada kegiatan wawancara, penulis melakukan wawancara kepada beberapa calon pembeli dan beberapa karyawan di CV. Golden Property. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi atau penjelasan langsung dari pihak yang terkait (*stakeholder*) tentang bagaimana kegiatan dan proses promosi yang berjalan di CV. Golden Property selama ini.

## 4. Pengembangan Sistem

Pada tahap ini kita melakukan menganalisis serta merancang usulan sistem yang baru, penulis menggunakan metode *waterfall* (air terjun). *Waterfall* model adalah sebuah metode pengembangan perangkat lunak yang bersifat sekuensial dan terdiri dari 5 tahap yang saling terkait atau mempengaruhi yaitu *Communication*, *Planning*, *Modeling*, *Construction*, dan *Deployment*.

Berikut proses dari metode *waterfall* dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Model Waterfall [15]

## 5. Laporan Hasil Penelitian

Pada tahapan ini yaitu terdapat hasil dokumentasi dari rancangan yang sudah dibuat beserta hasil dari pengujian yang dilakukan.

### 3.2 Tahapan Pengembangan Sistem

Adapun tahapan pengembangan sistem yang dilakukan penulis sebagai berikut :

#### 1. Menganalisis sistem yang sedang berjalan.

Disini penulis melakukan analisis sistem yang telah berjalan dalam kegiatan promosi pada CV. Golden Property.

#### 2. Analisis kebutuhan sistem.

Penulis menentukan kebutuhan dari sistem yang lama sehingga sistem yang baru dapat menutupi kekurangan dari sistem yang lama.

#### 3. Analisis proses menggunakan UML (*Unified Model Language*).

Disini penulis menjelaskan proses sistem lama yang berjalan dan membandingkan dengan proses sistem baru.

#### 4. Melakukan pengembangan terhadap sistem.

Penulis melakukan perancangan menu atau modul-modul yang baru untuk dimasukkan pada sistem lama.

#### 5. Melakukan pengujian dan implementasi terhadap sistem yang telah dikembangkan.

Penulis melakukan pengujian sistem yang baru dan mengimplementasikan kepada *user* yang menggunakan.

**4. Hasil dan Pembahasan**

*4.1 Analisis Sistem Yang Berjalan*

Sistem promosi yang berjalan di CV. Golden Property masih menggunakan cara konvensional dimana penyebaran data informasi promosi disebarakan dengan pemasangan spanduk didaerah tertentu, penyebaran brosur atau menggunakan metode dari mulut ke mulut. Informasi yang terkait dalam ketersediaan property baik jumlah, lokasi dan lainnya tidak tersimpan dengan terstruktur sehingga menyulitkan prospek customers dalam mendapatkan informasi yang up to date.

Setelah peneliti melakukan analisis terhadap sistem yang sedang berjalan, maka ditemukan beberapa kelemahan-kelemahan dalam menjalankan aktivitas-aktivitas di CV. Golden Property diantaranya yaitu:

1. Penyebaran data informasi promosi disebarakan ke prospek costumer secara manual melalui brosur, pemasangan spanduk dan lain-lain sehingga berpotensi menimbulkan masalah yaitu data promosi tidak tersampaikan ke prospek costumer dengan baik.
2. Data terkait dengan ketersediaan property baik jumlah, lokasi dan lainnya tidak tersimpan secara terstruktur sehingga menimbulkan masalah didalam mempresentasikan kembali.

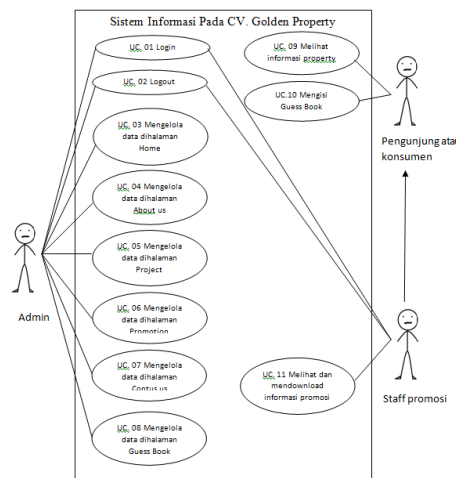
*4.2 Analisis Kebutuhan Sistem*

Berdasarkan hasil analisis terhadap sistem yang sedang berjalan, maka usulan solusi atas masalah yang dihadapi adalah mengembangkan sistem informasi promosi berbasis web sebagai solusi bagaimana mengatasi permasalahan tidak tersampainya data informasi promosi ke *customers prospect* dengan baik.

*4.3 Analisis Proses*

*1. Use case diagram*

*Use case diagram* dari sistem informasi promosi berbasis web pada CV. Golden Property ini menjelaskan interaksi aktor dengan sistem baru yang dikembangkan.



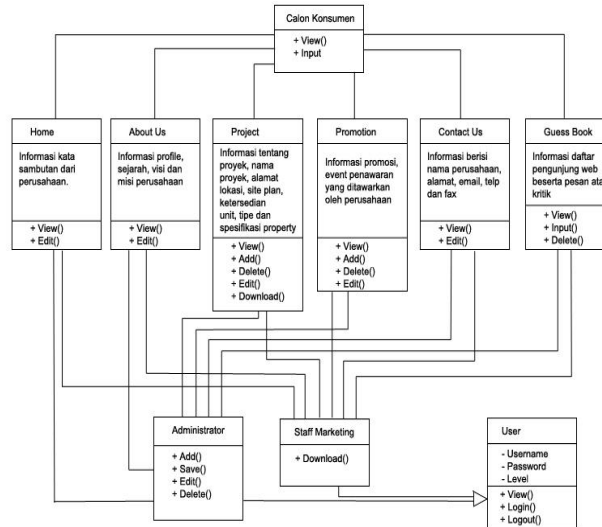
Gambar 3. Use Case Diagram

Tabel 1. Deskripsi list item aktor yang digunakan

Aktor	List item	Nama Halaman
Administrator	View, Add, Edit, Save, Delete	Home, About us, Project, Promotion, Contact us, Guess book
Staff marketing	View	Home, About us, Project, Promotion, Contact us, Guess book
	Download file	Project
Calon konsumen	View	Home, About us, Project, Promotion, Contact us, Guess

	book
Add	Guess book

Berikut adalah penggambaran *class diagram* :



Gambar 4. *Class Diagram*

4.4 Struktur Data

Adapun tabel struktur data dari sistem informasi promosi berbasis web yang dikembangkan adalah sebagai berikut :

1. Tabel Login

Tabel 2. *Rancangan Tabel Login*

Nama Item	Type	Field Size	Keterangan
Nama	Varchar	15	Username
Password	Varchar	6	Kata Sandi
Level	Varchar	15	Memilih admin / marketing

2. Tabel Halaman Home

Tabel 3. *Rancangan Tabel Home*

Nama Item	Type	Field Size	Keterangan
HM_Gambar	Blob	-	Gambar Menu Home
HM_Pengantar	Varchar	200	Kata singkatan tentang perusahaan

3. Tabel Halaman About Us

Tabel 4. *Rancangan Tabel About Us*

Nama Item	Type	Field Size	Keterangan
AU_Sejarah	Memo	500	Sejarah berdiri perusahaan
AU_Profile	Varchar	250	Penjelasan tentang profil perusahaan
AU_Visi	Memo	500	Visi Perusahaan
AU_Misi	Memo	500	Misi Perusahaan

4. Tabel Halaman Project

Tabel 5. *Rancangan Tabel Project*

Nama Item	Type	Field Size	Keterangan
PJ_ID	Int	6	Kode Project
PJ_Status	Boolean	True / False	True = Aktif,

			False = NonAktif
PJ_GambarKsp	Blob	-	Gambar Konsep Perumahan
PJ_Nama	Varchar	15	Nama Project
PJ_Alamat	Varchar	30	Lokasi Projeckt
PJ_Siteplan	Blob	-	Gambar Siteplan
PJ_RmhCth	Blob	-	Gambar Rumah Contoh
PJ_Spesifikasi	Varchar	200	Spesifikasi detail rumah

5. Tabel Halaman *Promotion*Tabel 6. Rancangan Tabel *Promotion*

Nama Item	Type	Field Size	Keterangan
PR_ID	Int	6	Kode Promosi
PR_Status	Boolean	True / False	True = Aktif, False = NonAktif
PR_GambarKsp	Blob	-	Gambar Konsep Promosi
PR_Nama	Varchar	15	Nama Promosi
PR_Keterangan	Varchar	30	Deskripsi Tentang Promosi

6. Tabel Halaman *Contact Us*Tabel 7. Rancangan Tabel *Contact Us*

Nama Item	Type	Field Size	Keterangan
CU_Nama	Varchar	15	Nama Perusahaan
CU_Alamat	Varchar	30	Alamat Perusahaan
CU_Email	Varchar	30	Email Perusahaan
CU_NoTelp	Varchar	12	No Telp Perusahaan

7. Tabel Halaman *Guess Book*Tabel 8. Rancangan Tabel *Guess Book*

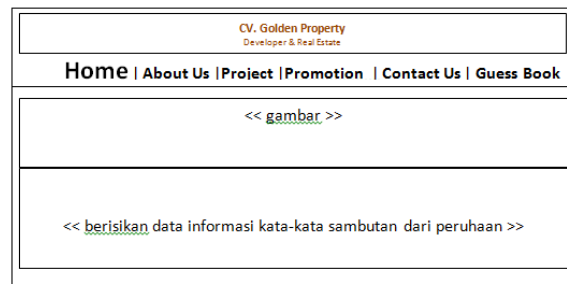
Nama Item	Type	Field Size	Keterangan
GB_ID	Int	6	Kode Tamu
GB_Nama	Varchar	15	Nama Tamu
GB_Email	Varchar	30	Email Tamu
GB_Pesan	Varchar	50	Komentar atau saran

## 4.5 Perancangan Antar Muka

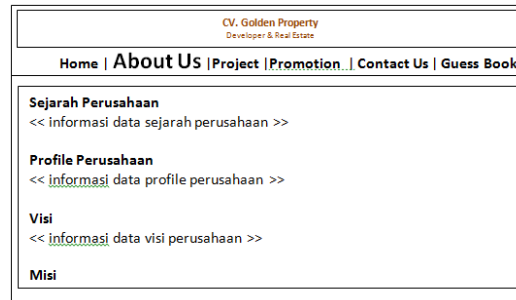
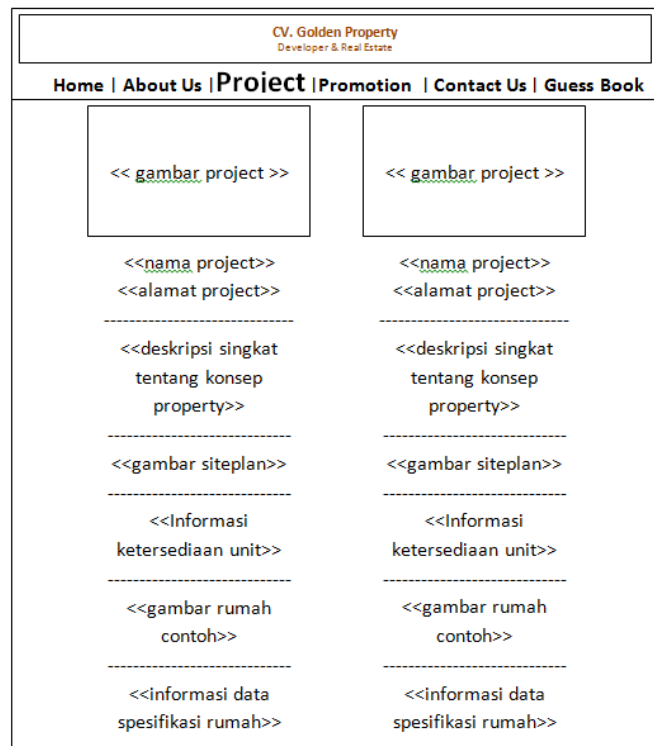
Berikut ini adalah disain tampilan-tampilan halaman yang akan dirancang dalam sistem informasi promosi berbasis web pada CV. Golden Property.

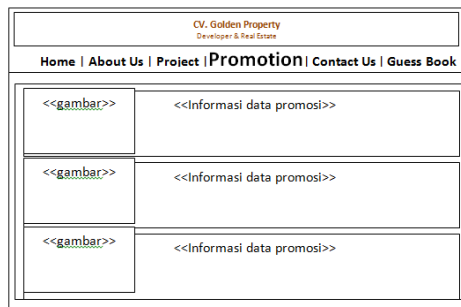
1. Halaman *Login*

Gambar 5. Menu *Login*2. Halaman *Home*



Gambar 6. Menu Home

3. Halaman *About Us*Gambar 7. Menu *About Us*4. Halaman *Project*Gambar 8. Menu *Project*5. Halaman *Promotion*



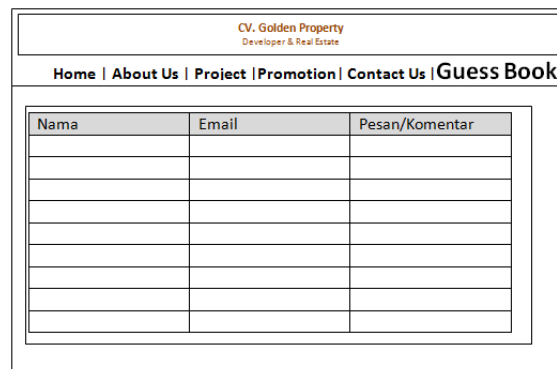
Gambar 9. Menu Promotion

## 6. Halaman Contact Us



Gambar 10. Menu Contact Us

## 7. Halaman Guess Book



Gambar 11. Menu Guess Book

## 5. Penutup

### 5.1 Simpulan

Dari berbagai penjelasan yang telah diuraikan dalam laporan ini, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Dengan adanya sistem informasi promosi berbasis web pada CV. Golden Property mempermudah proses promosi sebagai solusi terhadap masalah tidak tersampainya data informasi promosi kepada *customers prospect*.
2. Penelitian ini menghasilkan prototipe yang menyediakan gambar dan detail lengkap dari informasi perusahaan, property serta program promo yang diadakan perusahaan.
3. Pada prototipe ini terdapat halaman guess book yang nantinya *Customers prospect* bisa dapat memberikan saran atau kritik, sehingga perusahaan dapat membangun atau memberi ide untuk strategi marketing bisnis kedepan.
4. Dengan sistem informasi promosi berbasis web ini, pihak perusahaan dapat mengelola data informasi *property* atau promosi dengan baik dan terstruktur.



## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan untuk penelitian selanjutnya apa bila ingin mengembangkan lagi sistem ini antara lain :

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan sistem informasi promosi berbasis web ini dengan berbasis android atau IOS sehingga lebih memudahkan calon konsumen untuk mendapat informasi promosi perusahaan.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan sistem informasi promosi berbasis web pada CV. Golden Property yang di dalamnya terdapat nilai-nilai transaksi keuangan, seperti booking fee atau lainnya.
3. Diharapkan sistem informasi promosi berbasis web ini dikembangkan menggunakan email broadcast otomatis yang datanya mengacu pada buku tamu agar apabila perusahaan mempunyai program khusus penjualan seperti hari besar, informasi promosi penjualan dapat langsung dikirim kepada customers prospect
4. Untuk pihak perusahaan sebaiknya menggunakan informasi promosi berbasis web ini sebagai sarana untuk menentukan strategi promosi yang baik yang data nya diambil dari kritik dan saran dihalaman guessbook

## 6. Daftar Rujukan

- [1] Andri, Kusri. 2007. *Tuntunan Praktis Membangun Sistem Informasi Akutansi Dengan Visual Basic dan Micrasoft SQL Server*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- [2] Arief.R.M. 2011. *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP dan MySQL*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- [3] Dennis, Alan; Wixom, Haley Barbara; & Tegarden, David. 2005. *Systems Analysis and Design with UML Version 2.0 : An Object-Oriented Approach*. Second Edition. United States of America : John Wiley & Sons, Inc.
- [4] Hanif Al Fatta. 2007. *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Untuk Keunggulan Bersaing Perusahaan dan Organisasi Modern*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- [5] Ichwan. M . 2011. *Pemograman Basis Data Delphi 7 dan My SQL*. Bandung : Informatika.
- [6] Indrajani. 2009. *Sistem Basis Data Dalam Paket Five In One*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- [7] Joshi, Manmohan. 2012. *Essential of Marketing*. Ventus Publishing ApS.
- [8] Kadir, Abdul. 2014. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- [9] McLeod, Jr. Raymond; & P. Schell, George. 2007. *Management Information Systems*. Tenth Edition. New Jersey, United States of America : Pearson Prentice Hall.
- [9] Nugroho, Adi. 2009. *Rekayasa Perangkat Lunak menggunakan UML dan Java*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- [10] Pressman, Roger. 2012. *Rekayasa Perangkat Lunak*. Yogyakarta : Andi Offset.
- [11] Pribadi, Proyoga; & Mulyadi. 2011. *Rancang Bangun Website Sebagai Sarana Promosi Properti di Purwokerto*. Purwokerto : STIMIK AMIKOM.
- [12] Roger S. 2012. *Rekayasa Perangkat Lunak*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- [13] Sari, Novita; Tita Tosida, Eneng; & Boldson. 2016. *Aplikasi Pemasaran Property Berbasis Web Dengan Aplikasi Menggunakan Virtual Reality Unity 3D*. Bogor : FMIPA Universitas Pakuan Bogor
- [14] Shalahuddin, Rosa A.S-M., 2014, *Rekayasa Perangkat Lunak (Terstruktur dan Berorientasi Objek)*. Bandung : Modula
- [15] Sholiq. 2006. *Pemodelan Sistem Informasi Berorientasi Objek dengan UML*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- [16] Sholiq. 2010. *Analisis Dan Perancangan Berorientasi Obyek*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- [17] Sukotjo, Hendri; & A. Radix, Sumanto. 2010. *Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*. Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol.1, No. 2.
- [18] Sunyoto, Danang. 2014. *Sistem Informasi Manajemen Perspektif Organisasi*. Yogyakarta : CAPS.
- [19] Supardi, Yuniar. 2010. *Semua Bisa Menjadi Programer Java*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- [20] Sutabri, Tata. 2012. *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- [21] Wahyu Wing. 2006. *Menajemen Proyek Sistem Informasi*. Yogyakarta : UPP.

- 
- [22] Whitten, L. Jeffery; Bentley, D. Lonnie; & Dittman, C. Kevin. 2004. *Systems Analysis & Design Methods*. Sixth Edition. New York, United States of America : The McGraw Hill Companies, Inc.
- [23] Widagdo ,Herry. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*. Jurnal Ilmiah STIE MDP, Vol. 1, No. 1.