

# Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Rumah pada PT.Nakama Berbasis Web dengan Menggunakan Metode Waterfall

<sup>1</sup>Jos Okto, <sup>2</sup>Surya Hendra Putra  
Politeknik Ganesha Medan, Politeknik Ganesha Medan  
Medan, Indonesia

[Josokto358@gmail.com](mailto:Josokto358@gmail.com) , [suryahendra711@gmail.com](mailto:suryahendra711@gmail.com)

\*Corresponding Author

Diajukan : 05/04/2022

Diterima : 06/04/2022

Dipublikasi : 08/04/2022

## ABSTRAK

Sistem pemasaran yang sedang berjalan pada PT. Nakama saat ini masih bersifat konvensional yakni promosi melalui iklan di koran, baliho, spanduk, dan mengandalkan marketing, sehingga kurang efektif, efisien dan membutuhkan biaya yang cukup besar. Oleh karena itu untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, serta meningkatkan pemasaran perumahan PT. Nakama dalam jangkauan yang lebih luas maka diperlukan teknologi yang mendukung strategi pemasaran yang tepat. PT. Nakama membutuhkan sebuah aplikasi yang dapat mengimplementasikan *E-Commerce* dengan memanfaatkan teknologi Internet dan web. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yang menggambarkan masalah yang terjadi dilapangan sebagaimana adanya. Kemudian menganalisa dan menjelaskan data yang dikumpulkan sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa *website* PT. Nakama dibuat menjadi media promosi yang dapat membantu dalam meningkatkan pemasaran dan menekan biaya operasional. *Website* PT. Nakama dapat juga mempermudah calon konsumen dalam memilih rumah yang diinginkan, sebelum meninjau lokasi secara langsung. Calon konsumen dapat mempelajari *type* rumah, harga rumah, model dan lokasi rumah yang diminati terlebih dahulu.

**Kata Kunci:** Website, Sistem Pemasaran, Rumah, Waterfall

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang sangat pesat saat ini telah mempengaruhi segala aspek bidang kehidupan manusia. Salah satunya ada pada dunia teknologi yang sudah semakin maju. Banyak *software* yang telah hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia maupun instansi. Salah satu penerapannya adalah dibidang bisnis properti. Bisnis properti sangat marak di Indonesia saat ini. Properti dapat berkembang dimana saja, baik di kota besar maupun kecil. Properti kini telah berkembang menjadi industri yang handal, menjadi salah satu penopang utama di dalam pembangunan ekonomi di Negara ini. Dari sekian banyak properti yang tersebar di kota medan, PT. Nakama merupakan salah satu perusahaan Properti yang ikut meramaikan bisnis perumahan. Dalam setiap kegiatan yang disebut pelayanan, muncul dua unsur yaitu yang dilayani dan yang melayani. Hubungan antara kedua hal inilah yang menyebabkan munculnya usaha yang luar biasa dari manajemen Property untuk menggali dan terus memunculkan nilai-nilai yang tinggi dalam melayani permintaan masyarakat. Penyediaan rumah merupakan salah satu bentuk pelayanan publik yang menawarkan suatu jasa dalam hal penyediaan tempat tinggal, yang sifatnya sementara maupun tetap dan dalam waktu-waktu tertentu bagi siapa saja yang memerlukannya. Saat ini, PT. Nakama dalam penanganan pemesanan rumah ataupun pemesanan properti lainnya masih dengan sistem aplikasi sederhana. Dan sistem promosi yang dilakukan menggunakan brosur. Oleh karena itu, untuk mempermudah pelayanan dan promosi properti kepada pengunjung, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan merancang sistem

informasi terkomputerisasi berbasis web yang dinilai lebih efisien. Untuk itu penulis memilih judul **“Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Rumah Pada PT. Nakama Berbasis web”**.

## II. STUDI LITERATUR

### Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian sebelumnya terdapat beberapa judul penelitian tentang hotel diantaranya adalah penelitian berjudul **“Perancangan Sistem Penjualan Kredit Rumah Pada PT. Surya Kredit Pintar”** oleh (Yunita et al., 2022) serta penelitian yang dilakukan oleh (Devega et al., 2019) yang berjudul **“Sistem Informasi Perumahan pada PT. MAHKOTA HUTAMA PROPRTI Berbasis Web”** namun kebanyakan dari penelitian sebelumnya menggunakan bahasa pemrograman berbasis desktop visual studio 2010. Sedangkan dalam penelitian ini penulis merancang aplikasi property melakukan promosi dan pemesanan rumah, berbasis web.

### Pengertian Perancangan

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan dalam Kata rancang berarti mengatur segala sesuatu sebelum bertindak mengerjakan atau melakukan sesuatu untuk merencanakan. (Setiawan, 2019)

Perancangan dalam kata lain desain sistem merupakan upaya untuk mengontruksi sebuah sistem yang memberikan kepuasan (mungkin informal) akan spesifikasi kebutuhan fungsional, memenuhi target, memenuhi kebutuhan secara implisit dan eksplisit dari segi performasi maupun penggunaan sumber daya, kepuasan batasan pada proses desain dari segi biaya, waktu dan perangkat. (Kurniawan, 2016).

### Pengertian Dasar Sistem

Di era teknologi dan komputerisasi saat ini, kita mendengar istilah sistem, misal sistem komputer, sistem operasi, sistem informatika, sistem akademis dan lainnya, dan kita juga sering memanfaatkan layanan yang diberikan oleh sistem tersebut. “Sistem didefinisikan sebagai sekumpulan prosedural yang saling berkaitan dan saling berhubungan untuk melakukan suatu tugas bersama-sama”. (Janner Simarmata, Romindo, Surya Hendra Putra et al., 2020)

Menurut Jogiyanto H.M Sistem adalah jaringan kerja dari prosedur- prosedur yang saling berhubungan, berkumpul, bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran tertentu. (Dewi Teresia & Hermi, 2016)

### Pengertian Pemasaran

Menurut William J. Stantion, pemasaran adalah Suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. (Sidik et al., 2019)

Kotler, Philip & Gary Armstrong menyatakan Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain. (Yunita et al., 2022)

Pemasaran merupakan kegiatan manusia dalam rangka memperkenalkan suatu barang atau jasa kepada konsumen lain baik yang membutuhkan ataupun yang belum membutuhkan dengan menjelaskan manfaat dan kriteria barang atau jasa tersebut sehingga akan menjadi sebuah informasi penting atas barang atau jasa.

### Definisi Pemasaran *online*

Pemasaran *online* atau istilah lainnya pemasaran *internet* adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media *internet* atau jaringan *www*. (Adhi Prasetyo, Muhammad Ashoer et al., 2020)

Dari penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa pemasaran *online* adalah suatu usaha yang dilakukan untuk memasarkan suatu produk atau jasa melalui dunia maya/*online* yang mana penjual dan pembeli tidak bertatap muka, yang ada hanyalah gambar produk atau penjelasan jenis jasa yang ditawarkan dengan kriteria penjelasan ada dalam *web*.

### Pengertian Strategi Pemasaran

Pengertian strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan berdasarkan pengamatan-pengamatan yang meliputi pengamatan pasar dan internal. Analisa pasar yaitu analisa pelanggan, pasar, lingkungan dan pengembangan skenario masa depan. Analisa internal meliputi kekuatan, kelemahan, kompetensi inti, sumber daya, harga, produk, promosi dan *channel* yang membutuhkan pengontrolan dan evaluasi yang kemudian dijadikan sebagai umpan balik untuk tujuan pemasaran dan pengembangan strategi pemasaran. (Jaya, 2019)

Penyusunan formula strategi berdasarkan hasil analisis *SWOT* (*strength, weakness, opportunities, thread*). Formulasi strategis ini harus diidentifikasi terlebih dahulu agar dapat menjadi tema strategis. Penentu tema strategis harus berpedoman pada visi dan misi yang sudah dimiliki perusahaan. (Adhi Prasetyo, Muhammad Ashoer et al., 2020)

Strategi pemasaran adalah suatu langkah pengambilan keputusan dalam mempersiapkan pemasaran yang berkualitas harus melawati pengamatan-pengamatan dari berbagai bidang seperti: visi, misi perusahaan, finansial perusahaan, *trand* pasar, pangsa pasar, kebutuhan pasar, budaya pasar melalui analisis *SWOT* (*strength, Weakness, Oportunity, Thread*) dan langkah-langkah untuk menghadapi tantangan yang ada. Maka itu diperlukan sebuah strategi yang tepat untuk dapat mendorong pertumbuhan penjualan dari pemasaran yang buat.

### Defenisi Perumahan

Menurut A.Rafin (2013) Keputusan Menteri Permukiman dan Prasarana Wilayah Republik Indonesia No 403/KPTS/M/2002 tentang Pedoman Teknis Pembangunan Rumah Sehat adalah sebagai berikut [5]: 1. Rumah Rumah adalah sebagai tempat membina keluarga, tempat berlindung dari iklim dan tempat menjaga kesehatan keluarga. 2. Rumah sehat Rumah sebagai tempat tinggal yang memenuhi ketetapan atau ketentuan teknis kesehatan yang wajib dipenuhi dalam rangka melindungi penghuni rumah dari bahaya atau gangguan kesehatan. 3. Perumahan Kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan.

### World Wide Web (WWW)

*World Wide Web* (*WWW*) adalah suatu program yang ditemukan oleh tim Berners-Lee pada tahun 1991. Awalnya Berners-Lee hanya ingin menemukan cara untuk menyusun arsip-arsip risetnya. Untuk itu, beliau mengembangkan suatu sistem untuk keperluan pribadi. Dengan program itu Berners-Lee berhasil menciptakan jaringan yang menautkan berbagai arsip sehingga memudahkan mencari informasi yang dibutuhkan. (Putra & Afri, 2020)

Pada tahun 1989 Berners-Lee membuat pengajuan untuk proyek pembuatan hiperteks, global, kemudian pada bulan Oktober 1990, *Warning Wera Wanua* sudah dapat dijalankan dalam lingkungan *CERN* (Pusat Penelitian Fisika Partikel Eropa). Pada musim panas tahun 1991 *WWW* secara resmi digunakan secara luas pada *jaringan Internet*. Dari penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa *World Wide Web* (*WWW*) adalah suatu karya jaringan yang diciptakan untuk kebutuhan pribadi namun sesuai dengan perkembangan waktu karya tersebut juga dibutuhkan masyarakat luas. (Jaya, 2019)

## **XAMPP**

XAMPP adalah aplikasi web server bersifat instan (siap saji) yang dapat digunakan baik disistem operasi Linux maupun di sistem operasi Windows. Fungsinya adalah sebagai server yang berdiri sendiri (localhost), yang terdiri atas program Apache HTTP server, MySQL database dan penerjemah bahasa yang ditulis dengan bahasa pemrograman PHP dan Perl. Nama XAMPP merupakan singkatan dari X (empat sistem oprasi apapun), Apache, MySQL, PHP, Perl. Program ini tersedia dalam GNU General public License dan bebas, merupakan web server yang mudah digunakan yang dapat melayani tampilan halaman web yang dinamis. (Hendraputra, 2021)

## **Hypertext Preprocessor (PHP)**

*PHP (Hypertext Preprocessor)* adalah sebuah Bahasa *scripting* umum yang banyak digunakan di kalangan *developer web*. Kelebihan *PHP* bisa digunakan diberbagai *operating system*, diantaranya *Linux, Unix, Windowa, Mac OsX, RISC OS*, dan *operating* sistem lainnya. (Putra & Afri, 2020).

Menurut (Nugroho, 2014) *PHP* merupakan bahasa pemrograman berbasis *web* yang terbukti sangat *reliable* penggunaannya dan mempunyai dukungan yang kuat.

## **MySQL Database**

*MySQL* adalah salah satu aplikasi yang merupakan salah satu perangkat lunak sistem pengelola basis data *DBMS (Data Base Management System)*. *MySQL* merupakan sebuah hubungan *Database Management System (DBMS)* yang membantu sebuah model data yang terdiri atas kumpulan hubungan nama (*named relation*). *Database MySQL* adalah salah satu *database* yang *open source*. *Database* ini banyak dipasangkan dengan *script PHP*.

*DBMS* biasanya menawarkan beberapa kemampuan yang terintegrasi seperti:

1. Membuat, menghapus, menambah dan memodifikasi basis data.
2. Pada beberapa *DBMS* pengelolanya berbasis *windows*. Sehingga lebih muda digunakan.
3. Tidak semua orang bisa mengakses basis data yang ada sehingga memberikan keamanan bagi data.
4. Kemampuan berkomunikasi dengan program aplikasi yang lain. Misalnyamungkinkan untuk mengakses basis data *MySQL* menggunakan aplikasi yang dibuat menggunakan *PHP*.
5. Kemampuan pengaksesan melalui komunikasi antar komputer (*client Server*).

Sebuah aplikasi *DBMS*, basis data dan aplikasi lainnya juga membutuhkan atrsitektur sistem. (Danny, 2017)

## **Pengertian Web Pages**

*Web pages* atau halaman *web* merupakan sebuah halaman khusus dari *web site* tertentu. Diumpamakan halaman *Web* ini adalah sebuah halaman buku dari *web site* tertentu.

## **Pengertian Web Browser**

Menurut (Nugroho, 2014) "*Web Browser* adalah *software* atau program yang fungsinya membuka *file website* dari *internet*, dan menampilkannya di komputer."

Ada beberapa *Web Browser* yang biasa digunakan diantaranya *Internet Explorer, Mozilla Firefox, Safari, Opera*, dan yang terbaru *Google Chrome*. Sebuah sumber informasi diidentifikasi dengan sumber yang dapat berupa halaman web, gambar, video, atau jenis konten lainnya. Meskipun penjelajah web terutama ditujukan untuk mengakses Internet, sebuah penjelajah juga dapat digunakan untuk mengakses informasi yang disediakan oleh server web dalam jaringan pribadi atau berkas pada sistem berkas.

## **Web Server**

Untuk menjalankan aplikasi ASP.NET membutuhkan program aplikasi yang diberi nama web server. Web server yang biasa digunakan merupakan bawaan dari windows (biasanya terdapat pada Windows XP Profesional Edition, Windows Vista), yaitu IIS (Internet Information Services).

### **Pengertian URL (*Uniform Resource Locater*)**

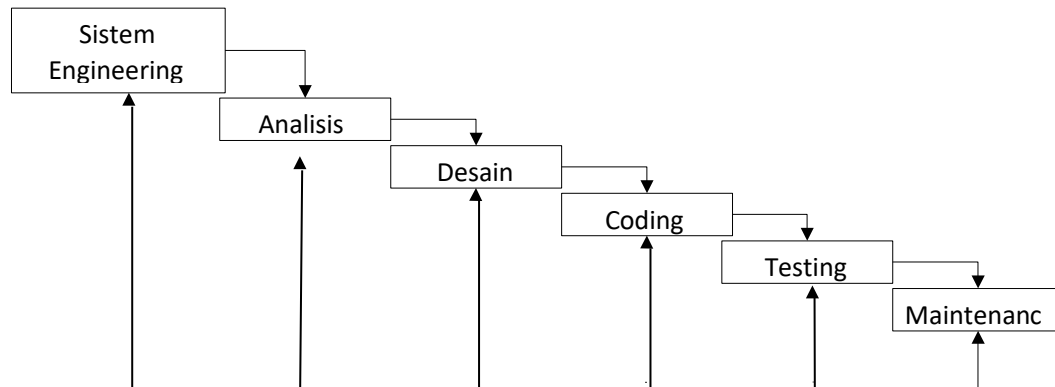
Menurut (Nugroho, 2014) “URL (*Uniform Resource Locater*) bisa diartikan secara sederhana sebagai alamat lengkap suatu *file* pada sebuah *website*. Di dalam URL termasuk pula nama Protocol, nama domain dan subdomain, nama direktori tempat *file* disimpan di *server*, dan nama *file* tersebut”.

URL dapat diakses dengan berbagai metode, dan bisa jadi bukan sekedar *file*, karena URL dapat menunjukkan query-query, dokumen yang disimpan dalam *database*, hasil dari suatu perintah *finger* atau *archie*, atau apapun yang berkaitan dengan data hasil proses

### **Metode Waterfall**

Adapun metode penyelesaiannya memakai model *waterfall* mengusulkan sebuah pendekatan kepada perangkat lunak yang sistematis yang mulai pada tingkat analisis, desain, kode, pengujian, dan pemeliharaan tahapan model ini meliputi :

1. *Sistem Engineering*  
Dalam tahap ini, yang dilakukan penulis adalah mengumpulkan data yang bertujuan untuk memudahkan dalam pembuatan sistem informasi.
2. *Analisis*  
Pada tahap ini, penulis menganalisis data yang terkumpul dan mempelajari data apa saja yang dibutuhkan dalam pembuatan sistem informasi ini. Dengan menganalisis data yang terkumpul dan mempelajari data yang dibutuhkan supaya dapat mempermudah dalam pembuatan sistem informasi.
3. *Desain*  
Desain dalam tahap ini yang dilakukan adalah mendesain struktur dalam arsitektur perangkat lunak dan perincian prosedur. Pada tahap desain ini maka akan terlihat gambaran rancangan sistem informasi yang dibuat.
4. *Coding*  
Tahap pembuatan *coding* diharapkan hasil dari *coding* ini dapat diolah oleh program komputer kemudian menghasilkan program secara rinci pada setiap modul.
5. *Testing*  
Setelah kode program selesai dibuat dan program dapat berjalan, *testing* dapat dimulai. *Testing* difokuskan pada logika internal dari perangkat lunak dan fungsi eksternal, kemudian mencari segala kemungkinan kesalahan yang ada. Dan memeriksa apakah sesuai dengan hasil yang diinginkan.
6. *Maintenance*  
Perangkat lunak yang telah diuji perlu dilakukan pemeliharaan secara berkala dan juga melakukan perbaikan atas kendala yang timbul. Uraian *waterfall* diatas dapat digambarkan sebagai berikut : (Solihin & Fuja Nusa, 2017)



**Gambar 1. Pemodelan Waterfall**

Sumber : (Solihin & Fuja Nusa, 2017)

### III. METODE

#### Jenis dan Sumber Data

##### Jenis Data

Adapun jenis data diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

##### 1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari perusahaan/instansi dalam bentuk wawancara dan kuesioner dimana data tersebut harus diolah terlebih dahulu untuk menjadi informasi penelitian. Adapun yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah dalam bentuk wawancara dilakukan kepada Kepala marketing yaitu bapak Suparman, petugas Front Office, dan admin PT. Nakama. Data yang di dapat berupa data tentang Rumah, Jenis rumahr, sistem yang sedang berjalan, stuktur organisasi, visi misi PT. Nakama.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah disajikan oleh perusahaan untuk menjadi acuan informasi penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder karena data yang di dapat telah disajikan oleh PT. Nakama untuk menjadi acuan informasi penelitian yaitu daftar kamar yang ada di hotel Madani, struktur organisasi, visi misi, data pemesanan rumah, data karyawan, dan sebagainya.

#### Sumber Data

Sumber data dalam sebuah penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dapat berasal dari internal dan dari eksternal objek penelitian. Data internal berupa dokumen dari PT. Nakama dan data eksternal berasal dari buku, E-jurnal dan internet.

#### Metode Pengumpulan Data

Terdapat dua metode pengumpulan data terdiri dari :

##### 1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data tentang objek penelitian di lapangan secara langsung di PT. Nakama dengan maksud untuk mendapatkan data sekunder tentang keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian, dengan mengumpulkan data berupa dokumen yang telah disediakan oleh Perusahaan.

##### 2. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Metode studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dari buku-buku referensi yang relevan dengan masalah yang dibahas dalam tugas akhir ini tanpa berhubungan secara langsung dengan tempat atau objek penelitian. Metode kepustakaan ini diperoleh dari data-data dokumen, referensi, kutipan-kutipan, buku-buku dan jurnal-jurnal dan majalah internet (web).

## Metode Analisis Data

Terdapat dua metode analisis data terdiri dari :

### 1. Metode Kualitatif

Metode pengumpulan data yang didapat secara langsung dari narasumber, baik secara tertulis maupun secara lisan.

Metode kualitatif dilakukan dengan cara wawancara kepada narasumber secara langsung, melakukan observasi kelapangan serta juga didapat dari hasil diskusi. Dari data-data yang dikumpulkan seorang peneliti akan dikembangkan menjadi sebuah rangkuman data yang kompleks.

Setelah memahami keseluruhan rangkuman data yang didapat dari awal hingga akhir penelitian, seorang peneliti akan menghasilkan suatu simpulan sebagai hasil analisis akhirnya. Sehingga analisis akhir yang didapat akan berupa laporan data yang subjektif apa adanya berdasarkan kenyataan di lapangan.

### 2. Metode Kuantitatif

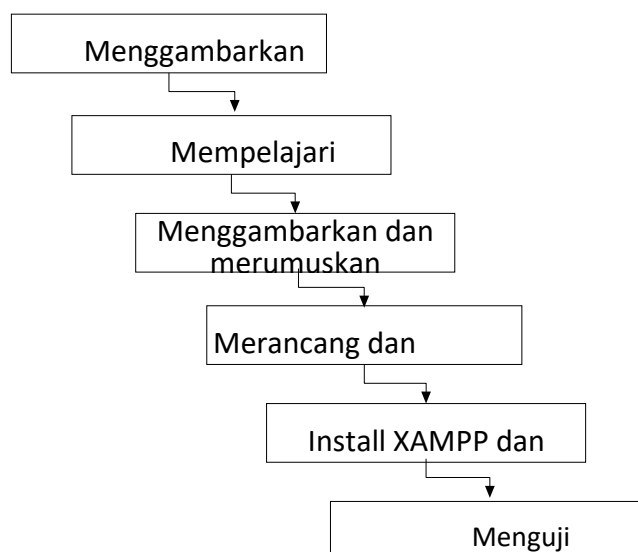
Metode penelitian yang dilakukan untuk mengungkapkan kebenaran dari sebuah teori. Bagaimana metode ini membahas data-data yang ada dengan menggunakan parameter serta hipotesis sebagai tolak ukurnya.

Metode kuantitatif lebih cenderung menjadi sebuah penelitian ilmiah. Dengan cara mengumpulkan data menggunakan ilmu pasti yaitu melalui kuesioner, survey, percobaan penelitian serta wawancara. Pada metode kuantitatif hasil akhir akan berupa angka-angka objektif.

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis data dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang telah dikumpulkan, kemudian diklasifikasikan untuk mengetahui masalah yang dihadapi serta menggambarkan dan menjelaskan batasan masalah yang diteliti secara terperinci.

## Kerangka kerja Penelitian

Kerangka dasar merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data untuk menunjang penelitian penulis, perincian prosedur kerja yang akan dilakukan pada waktu meneliti, sehingga diharapkan dapat memberi gambaran dan arah mana yang akan dilakukan dan melaksanakan penelitian tersebut, kerangka dasar yang baik dapat memudahkan kita dalam melakukan penelitian sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.



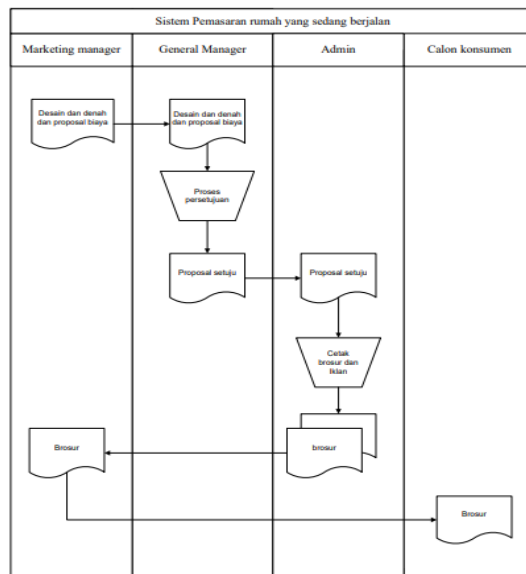
Gambar 2 . Kerangka kerja  
 Sumber : (Solihin & Fuja Nusa, 2017)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem pemasaran yang berjalan

Berikut ini adalah alur sistem Informasi pemasaran yang sedang berjalan pada PT. Nakama. Fungsi alur ini untuk memahami permasalahan yang akan dikaji adalah dengan cara identifikasi narasi. Berikut adalah narasi alur sistem informasi yang sedang berjalantersebut :

1. *Marketing Manager* mengajukan desain, warna dan jumlah brosur, proposal biaya untuk persetujuan cetak dan iklan kepada *General Manager*.
2. Pengajuan desain, warna dan jumlah brosur serta proposal biaya cetak dan iklan diterima oleh *General Manager*, yang akan di evaluasi oleh *General Manager*.
3. Evaluasi desain, proposal biaya cetak dan iklan disetujui oleh *General Manager*.
4. setelah mendapatkan persetujuan dari *general manager* maka desain dan iklan di pesan oleh pihak administrasi kantor dengan contoh desain dan jumlah yang telah ditentukan.
5. Jika percetakan selesai, brosur disiapkan tim administrasi untuk persiapan pemasaran yang akan diarahkan oleh *marketing manager*.
6. *Marketing Manager* akan mengadakan rapat dengan tim *marketing* untuk menjelaskan proyek baru yang dilengkapi dengan brosur, harga rumah dan denah rumah dan membawa tim *marketing* ke lokasi untuk memberikan keterangan proyek yang akan dipasarkan.
7. Brosur dibagikan kepada calon konsumen.



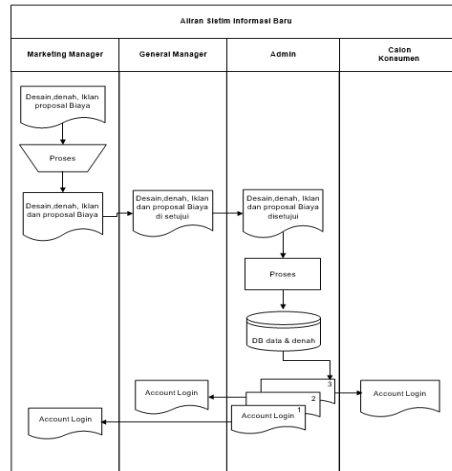
Gambar 3. Sistem yang berjalan  
 Sumber: Peneliti (2021)

Alur Sistem Informasi yang diusulkan

Berikut adalah narasi alur sistem Informasi yang diusulkan, antara lain:

1. *Marketing Manager* mengajukan desain, denah, proposal biaya desain untuk persetujuan *upload* ke dalam *website* kepada *General Manager*.
2. Pengajuan *upload* di *review* oleh *General Manager*
3. *Upload* disetujui oleh *General Manager* untuk pemasaran secara *web*.

4. Setelah disetujui oleh General Manager data di serahkan ke bagian admin untuk proses *upload* ke *web* yang terdiri dari gambar rumah, *type* rumah, harga rumah dan nama proyek perumahan, keterangan proyek dan promosi jika ada.
5. Data yang telah di *upload* dapat di lihat oleh *marketing manager* dan *General Manager* dengan cara log in ke *web* Properti Nakama.
6. Calon konsumen dapat *login in* ke *web* Nakama untuk melihat desain model rumah, *type* rumah, harga rumah dan denah rumah yang dipasarkan PT.Nakama



Gambar 4. Alur sistem yang diusulkan  
 Sumber: Peneliti (2021)

**Halaman Implementasi *log in***

Halaman *log in* ini terdapat dua bagian *log in* yaitu, *log in customer* dan *login admin*.

1. Log in admin Nakama dengan cara ketik email *address* dan password, yang berfungsi untuk *log in* ke bagian admin untuk perubahan dan *update* data yang dibutuhkan.
2. *Log in* dilakukan oleh admin sendiri untuk perubahan data yang perlu di rubah.

Form Login.



Gambar 5. login web Nakama  
 Sumber: Peneliti (2021)

**Form Halaman Implementasi *Log In Customers***



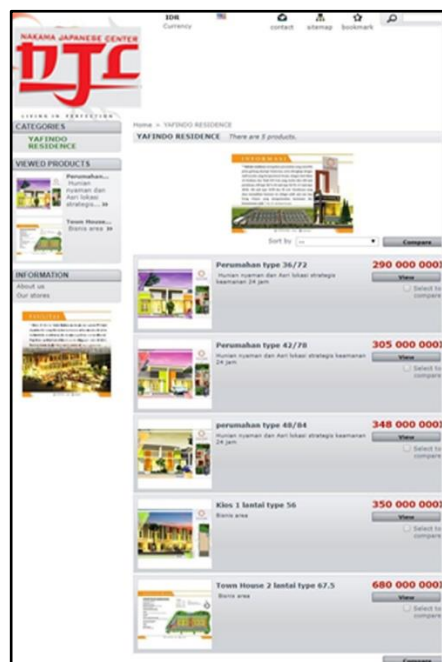
Gambar 7. Halaman Implementasi Log in Customer  
Sumber: Peneliti (2021)

Form Customer



Gambar 8. Form Customer  
Sumber: Peneliti (2021)

Form Kategori



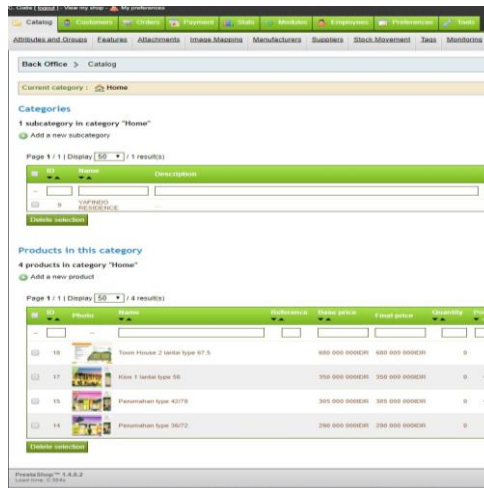
Gambar 9. Form Category  
Sumber: Peneliti (2021)

Form Detail Product



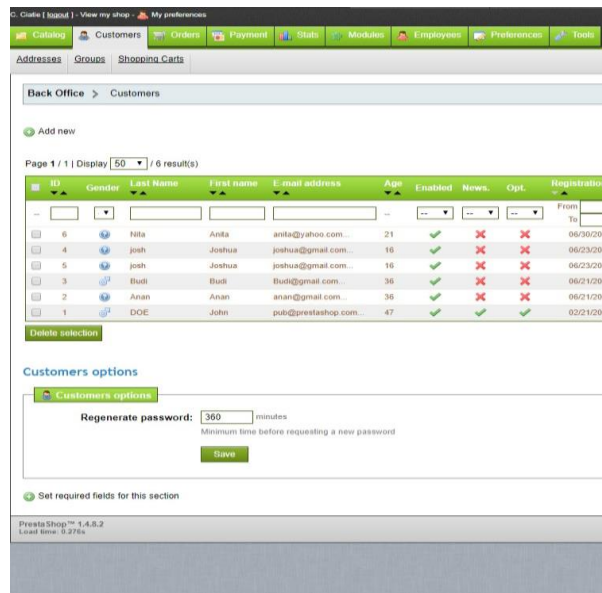
Gambar 10. Detail Product  
Sumber: Peneliti (2021)

Halaman Laporan Admin



Gambar 11. Laporan Admin  
Sumber: Peneliti (2021)

## Halaman Laporan Customer



ID	Gender	Last Name	First name	E-mail address	Age	Enabled	News	Opt.	Registration
6		Nita	Anita	anita@yahoo.com...	21	✓	✗	✗	06/30/2017
4		josh	Joshua	joshua@gmail.com...	16	✓	✗	✗	06/23/2017
5		josh	Joshua	joshua@gmail.com...	16	✓	✗	✗	06/23/2017
3		Budi	Budi	Budi@gmail.com...	36	✓	✗	✗	06/21/2017
2		Anan	Anan	anan@gmail.com...	36	✓	✗	✗	06/21/2017
1		DOE	John	pub@prestashop.com...	47	✓	✓	✓	02/21/2017

Gambar 12 Halaman Laporan Customer  
Sumber: Peneliti (2021)

## Pembahasan

Berdasarkan pada analisa peneliti atas pemasaran yang ada pada perusahaan Nakama, dan dilanjutkan dengan pembuatan coding serta pengimplementasian sistem yang berjalan maka peneliti bersyukur dapat menyelesaikan sebuah *website* pemasaran yang bertujuan memaksimalkan pemasaran rumah melalui jaringan *internet* khususnya *website* supaya proyek Nakama mendapatkan perhatian yang baik.

Aplikasi pemasaran ini dikembangkan dengan berbasis web dengan metode Waterfall. Berdasarkan metode Waterfall ini maka dilakukan analisa kebutuhan, setelah analisa kebutuhan maka tahap selanjutnya *design* sistem. Desain yang ada dirancang agar dapat memberikan gambaran jelas tentang aplikasi yang akan dibangun, *simulation prototype* yang bekerja membuat bentuk simulasi dengan bantuan alat *tools php* untuk membangun yang akan di *design*, selanjutnya *implementation* dalam tahap ini akan menerapkan semua yang di bangun dan diuji, monitoring berupa pengamatan, dan *management* atau pengaturan.

Sistem aplikasi pemasaran yang ada pada saat ini diyakini dapat mengatasi permasalahan yang terjadi pada perusahaan ini. Sebelumnya sudah dijelaskan bahwa PT. Nakama masih menggunakan sistem yang manual dalam pemasaran dan penjualan produk rumah. Dengan aplikasi ini tidak terjadi kemungkinan kehilangan data dalam sebuah database penyimpanan data serta mempermudah dalam pengelolaan data-data barang masuk, barang keluar, dan data barang dengan cepat, tepat dan akurat.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan:

Aplikasi ini berjalan cukup baik dengan seluruh aspek pendukung dalam proses promosi, penjualan, pendataan konsumen, pendataan produk dan pelaporan yang dibutuhkan. Aplikasi pemasaran dan penjualan rumah ini dirancang dengan menggunakan PHP dan Mysql keduanya saling terhubung agar mengetahui pemasaran produk rumah yang sedang berjalan dengan menggunakan teknologi pemasaran berbasis computer yang dapat mengontrol pemesanan rumah, penjualan rumah dan laporan- laporan yang dibuat.

## VI. REFERENSI

- Adhi Prasetyo, Muhammad Ashoer, J. H., Janner Simarmata, Ridha Sefina Samosir, Hafiz Nugraha, J., Harmayani, Surya Hendra Putra, Irdawati, D. P. Y. A., & Bonaraja Purba, S. O. M. (2020). *Konsep dasar e-Commerce*. Yayasan Kita Menulis.
- Danny, M. (2017). Perancangan Sistem Informasi LPPM pada STMIK Cikarang berbasis Web Menggunakan Database MySQL. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 12(4).
- Devega, M., Nasution, N., & Saputri, R. (2019). Sistem Informasi Perumahan pada PT. MAHKOTA HUTAMA PROPERTI Berbasis Web. *ZONasi: Jurnal Sistem Informasi*, 1(1). <https://doi.org/10.31849/zn.v1i1.2374>
- Dewi Teresia, E. S., & Hermi, H. (2016). PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN, UKURAN PERUSAHAAN DAN KEPUTUSAN KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*. <https://doi.org/10.25105/jmat.v3i1.4969>
- Hendraputra, S. (2021). Penerapan Metode AHP Berbasis Web Dalam Pemilihan Dosen Terbaik. *Remik*, 5(2). <https://doi.org/10.33395/remik.v6i1.11192>
- Janner Simarmata, Romindo, Surya Hendra Putra, A. P., Muhammad Noor Hasan Siregar, D. P. Y. A., & Dina Chamidah, Bonaraja Purba, J. (2020). *Teknologi Informasi dan sistem Informasi Manajemen*.
- Jaya, F. S. (2019). Rancang Bangun Aplikasi E-Commerce. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 68–75.
- Kurniawan, H. (2016). Perancangan Aplikasi Sistem Pengendalian Stock Barang Pada UD. Makmur Jaya. *SISFOTENIKA*, 6(2). <https://doi.org/10.30700/jst.v6i2.111>
- Nugroho, B. (2014). Dasar Pemrograman Web PHP-MySQL dengan Dreamweaver. *Gava Media*. [https://doi.org/10.1016/0378-1119\(87\)90155-7](https://doi.org/10.1016/0378-1119(87)90155-7)
- Putra, S. H., & Afri, E. (2020). Penerapan Sistem Informasi Geografis Berbasis Web Untuk Pengembangan Pariwisata pada Kabupaten Langkat. *InfoTekJar: Jurnal Nasional Informatika Dan Teknologi Jaringan*, 5(1).
- Setiawan, E. (2019). KBBI - Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Sidik, A., Sutarman, & Marlenih. (2019). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Perumahan Citra Raya. *Perancangan Sistem Informasi Penjualan Perumahan Citra Raya*, 7(1).
- Solihin, H. H., & Fuja Nusa, A. A. (2017). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN, PEMBELIAN DAN PERSEDIAAN SUKU CADANG PADA BENGKEL TIGA PUTRA MOTOR GARUT. *Infotronik : Jurnal Teknologi Informasi Dan Elektronika*. <https://doi.org/10.32897/infotronik.2017.2.2.37>

---

Yunita, S., Yulistiyanti, D., & Surajiyo, S. (2022). PERANCANGAN SISTEM PENJUALAN KREDIT RUMAH PADA PT. SURYA KREDIT PINTAR. *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 6(1).  
<https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5838>