

PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN ONLINE UNTUK MEMPERLUAS SEGMENTASI PASAR PROPERTI

Sandy Kosasi

STMIK Pontianak : Jl. Merdeka No. 372 Pontianak, 0561-735555

Jurusan Sistem Informasi, STMIK Pontianak, Pontianak

e-mail: sandykosasi@yahoo.co.id & sandykosasi@stmikpontianak.ac.id

Abstrak

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan memperoleh tempat tinggal dan memilih perumahan yang baik, kondusif, biaya operasional yang murah dan tidak hanya terbatas pada lokasi tertentu membuat sistem informasi pemasaran online ini memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah. Tujuan dari penelitian menghasilkan sebuah sistem informasi pemasaran online untuk memperluas segmentasi pasar properti. Sistem pemasaran online memudahkan masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu dan kesulitan mencari informasi mengenai properti tidak lagi mengalami hambatan. Situs pemasaran online ini memiliki spesifikasi khusus dengan menawarkan beberapa kelebihan, diantaranya dapat melihat model dan foto perumahan yang dipasarkan, menampilkan video lingkungan perumahan, menampilkan harga produk terkini, melakukan simulasi perhitungan dan pengajuan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) sehingga memudahkan sistem cicilan dan jangka waktu pelunasannya, mudah mengakses spesifikasi rumah yang diinginkan, tampilan situs yang menarik, dan kemudahan mengupdate informasi bagi perusahaan. Hasil pengujian sistem menunjukkan 75% responden menilai aplikasi ini baik, 25% menilai sangat baik, dan 5% menilai kurang baik. Penelitian selanjutnya dapat dilengkapi dengan sistem pembayaran e-payment dan jaminan keamanan transaksi online dengan Secure Socket Layer (SSL) dan Secure HTTP (S-HTTP).

Kata kunci – Sistem Informasi Pemasaran Online, Segmentasi Pasar, Properti

Abstract

Along with the increasing needs for good and condusive shelter and housing choices, and low operational costs not restricted to particular locations, online marketing information systems become an important aspect to contribute to regional economic growth. The purpose of the study was to produce an online marketing information system to expand the property market segmentation. Online marketing system allows people who have limited time and troubles of searching information regarding the property. This largest online marketing site has special specifications and offer several advantages: displaying the models and the photographs of the houses, the videos of the neighborhoods, and the price of the latest products to simulate the calculation and submission of the housing ownership credit so facilitate system installment and term callable. Futhermore, the specifications of desired houses can be easily accessed, the site looks interestings, and information of the company is easy to know. System test results showed that 70% of the respondents had positive responses to the application, while the others had very good (25%) and not good (5%) responses. Future research can discuss e-payment systems and security of online transactions through Secure Socket Layer (SSL) and Secure HTTP (S-HTTP).

Keywords – Online Marketing Information System, Market Segmentation, Property

1. PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi informasi dalam pemasaran online semakin mempengaruhi kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Kemudahan akses dengan jangkauan yang luas membuat setiap orang dapat menelusuri berbagai situs dalam melakukan transaksi jual-beli secara online. Saat ini pengguna internet di Indonesia saat ini sudah mencapai 64 juta orang, dan masih akan terus berkembang. Saat ini ada sekitar 25% pembeli mencari informasi melalui internet, 23% dari koran, dan 18% melalui media cetak [1]. Untuk saat ini tercatat sistem informasi pemasaran online properti sudah mencapai 96%, hanya 14% yang menggunakan koran dan 3% melalui media cetak lainnya [2]. Kenyataan ini memperlihatkan gaya hidup masyarakat dalam berbelanja mendorong berkembangnya pemasaran secara online untuk memenuhi berbagai keperluan seperti produk fashion, kosmetik, produk teknologi, dan tidak terkecuali untuk sektor properti. Pemasaran melalui media digital dapat memberikan banyak peluang dengan mengedepankan pelayanan kepada konsumen dan memberi ruang kepada agen properti untuk menemukan calon pembeli terbaik. Sistem online memudahkan masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu dan kesulitan mencari informasi mengenai properti tidak lagi mengalami hambatan [3]. Kondisi ini tentu memberikan stimulus untuk pertumbuhan industri properti dan memicu pergerakan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Munculnya inovasi baru dalam bisnis digital membuka peluang melakukan proses transformasi perubahan bentuk dari sistem informasi pemasaran properti secara offline menjadi online. Keberadaan bentuk pemasaran digital memberikan peluang besar bagi perusahaan melakukan perluasan segmentasi pasar properti tanpa batasan ruang dan waktu. Kehadiran sistem informasi pemasaran online juga menginspirasi salah satu perusahaan pengembang properti perumahan CV. Adezed di wilayah kota Pontianak. Selama ini dalam memasarkan properti perumahan masih mengandalkan kepada brosur, pameran, *flyer*, dan spanduk. Semua media ini memiliki keterbatasan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas karena hanya terbatas kepada lokasi tertentu saja dan tentunya sangat tidak efektif dalam memperluas jangkauan segmentasi pasarnya. Di sisi lain, jumlah pesaing yang semakin bertambah menyebabkan perusahaan semakin sulit memelihara performansi dan kinerja dengan tingkat profitabilitasnya. Namun dengan sistem informasi pemasaran online ini, semua informasi yang disampaikan tidak lagi hanya sebatas untuk wilayah kota Pontianak saja, namun sudah dapat diketahui dan menjangkau masyarakat secara luas di berbagai pelosok daerah yang ada di Indonesia bahkan luar negeri. Selain itu, sistem ini juga memberikan peluang bagi perusahaan CV. Adezed untuk membangun dan meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan-pelanggannya.

Sistem informasi pemasaran online adalah suatu bentuk kemajuan teknologi informasi yang telah membawa sejumlah perubahan, diantaranya menurunkan biaya interaksi antara pembeli dan penjual, interaksi menjadi lebih mudah, lebih banyak alternatif dan mempermudah kegiatan promosi, peluang memperluas pangsa pasar tanpa harus memiliki modal besar, peningkatan transparansi dan pelayanan kepada konsumen [4]. Pemanfaatan sistem informasi pemasaran online merupakan suatu mekanisme bisnis yang bekerja secara elektronik dengan memfokuskan kepada transaksi bisnis secara online dan memiliki kesempatan membangun hubungan yang lebih manusiawi dan memiliki personalisasi dengan pelanggan [5]. Masyarakat dapat melakukan pemesanan dan pembelian tanpa batasan tempat dan waktu, tanggap akan kekinian informasi [6]. Ekspansi usaha menjadi lebih fleksibel, menjangkau pasar sasaran lebih luas, media promosi lebih murah dan interaktif, kejelasan transparansi biaya operasional, digitalisasi produk/jasa, memperlancar pendistribusian, memberikan kemudahan transaksi komersial melintasi batas-batas budaya dan negara dengan biaya yang relatif lebih efektif, mempermudah membangun kemitraan bisnis dengan pola diferensiasi yang sesuai kebutuhan dengan spesifikasi produk/jasa tertentu [7]. Oleh karena itu, kebutuhan utama perancangan sistem informasi pemasaran online merupakan sarana penting memperluas segmentasi pangsa pasar sehingga memiliki kesempatan yang lebih luas untuk meraih keuntungan dan daya saing secara lebih kompetitif [8].

Penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa implikasi penting bagi perusahaan yang berniat untuk mengeksploitasi bisnis digital secara online membutuhkan kreativitas komunikasi pemasaran. Efek ini memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan perluasan pemasaran online [9]. Perusahaan yang sukses memasarkan produk secara online harus menghindari masalah dan hambatan, resiko dan ancaman, bagi pelanggan melakukan pembelian melalui pemasaran online dengan memberikan perlindungan untuk pencegahan dan pengamanan dalam prosedur belanja secara online [10]. Kedua atribut teknis pemasaran mempengaruhi adopsi sistem pemasaran online. Ketersediaan konsumen untuk menggunakan sistem pemasaran online perlu menyesuaikan dengan atribut pengaruh teknologi, diantaranya optimisme, kreativitas dan ketidaknyamanan sistem. Sementara pengaruh untuk atribut pemasaran, diantaranya pasokan pemasaran, kesesuaian pasokan pemasaran, persepsi pengendalian dan tekanan. Kesesuaian dan daya tarik pasokan pemasaran dapat mempengaruhi optimisme pengguna, dan secara tidak langsung akan mempengaruhi adopsi pengguna [11].

Penelitian sistem informasi pemasaran online ini memiliki spesifikasi khusus dengan menawarkan beberapa kelebihan, diantaranya dapat melihat model dan foto perumahan yang dipasarkan, menampilkan video lingkungan perumahan, menampilkan harga produk dan simulasi KPR (Kredit Pemilikan Rumah), mudah mengakses spesifikasi rumah yang diinginkan, tampilan situs yang menarik, dan kemudahan mengupdate informasi bagi perusahaan. Tujuan penelitian menghasilkan sebuah sistem informasi pemasaran online menawarkan produk/jasa perumahan untuk memperluas segmentasi pasar properti. Sasaran penelitian lebih mengarah kepada cara dan upaya untuk ikut serta membantu pertumbuhan perekonomian daerah tanpa harus melalui dukungan investasi besar dan memungkinkan setiap lapisan masyarakat untuk melakukannya dan merupakan peluang usaha dalam menumbuhkan bisnis properti khususnya di Kota Pontianak.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berbentuk studi kasus dengan metode penelitian R&D (Research & Development). Instrumen penelitian dengan teknik wawancara dan observasi, dan pengolahan data menggunakan teknik purposive sampling. Pemilihan cara pengujian dilakukan dengan menggunakan data yang mudah diperiksa, data yang sederhana dan mudah dihitung, data yang ekstrim dan data yang tidak diperbolehkan [12]. Selanjutnya untuk proses pembuatan perancangan prototipe sistem informasi pemasaran online menerapkan kerangka kerja CSS (Cascading Style Sheet), PHP (Personal Home Page), javascript framework, jQuery, CI (CodeIgniter), dengan memberdayakan MVC (Model View Controller). Untuk metode analisis perluasan pasar untuk memperoleh sejumlah fitur-fitur penting bagi kebutuhan konsumen dengan menggunakan analisis kesempatan pasar, dan melakukan perancangan dengan menggunakan perancangan model bisnis, antarmuka pelanggan, dan komunikasi pasar [13].

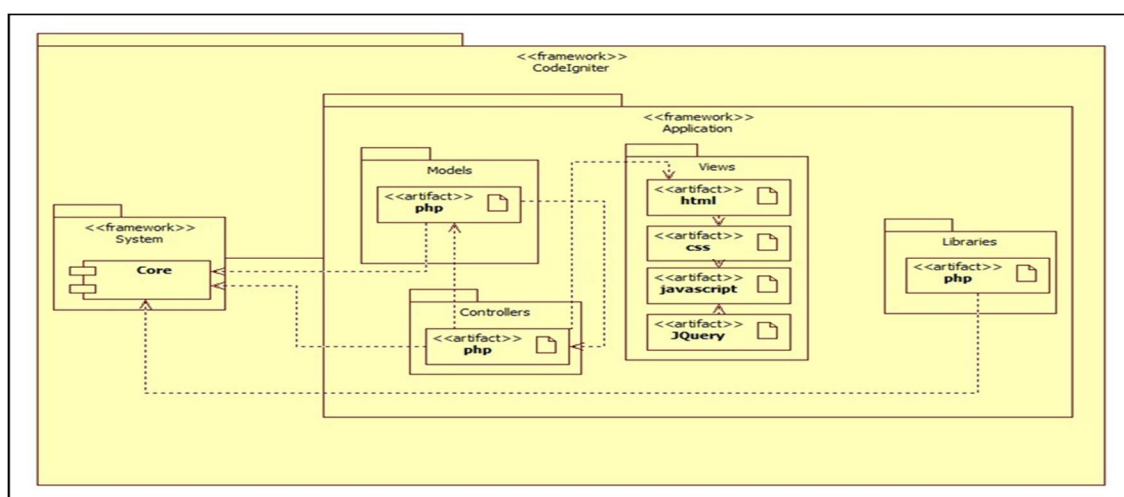
Penelitian ini menggunakan variabel tunggal yaitu perancangan sistem informasi pemasaran online untuk memperluas segmentasi pasar properti. Adapun aspek penelitian meliputi fitur-fitur pemasaran online, diantaranya manajemen produk perumahan (kategori, detail produk, harga, gambar, promosi, pengelolaan discount, pengelolaan transaksi jual-beli tunai dan kredit), manajemen pencarian tipe rumah, mekanisme pemesanan dan transaksi pembayaran properti online. Kebutuhan analisis diawali mengidentifikasi jumlah pesaing untuk usaha properti, yang mana belum banyak memanfaatkan media internet dalam model pemasaran online sehingga merupakan peluang bagus [14]. Perancangan sistem informasi pemasaran online menggunakan metode Waterfall. Metode ini diawali dengan tahap menganalisa dan mengumpulkan kebutuhan sistem secara lengkap, merumuskan pemenuhan kebutuhan mekanisme transaksi secara online. Tahap kedua, melakukan kegiatan perancangan proses bisnis secara online. Tahap ketiga, merancang dan merekonstruksi bahasa pemrograman dengan melakukan pengujian setiap unit fungsinya masing-masing. Tahap kelima, melakukan pengujian dan penerapan sistem pada perusahaan. Tahap terakhir melakukan pengujian kepada pengguna untuk mengetahui keandalan sistem [15].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan sistem informasi pemasaran online untuk produk properti diawali dengan tahap perencanaan untuk melakukan penelusuran setiap proses bisnis dalam mekanisme pemasaran pada sistem berjalan. Kegiatan ini untuk memperoleh semua informasi mengenai kebutuhan setiap proses bisnis pemasaran properti, agar model aplikasi dan prosedur sistem informasi pemasaran online ini memiliki kesesuaian dengan proses bisnis konvensional pemasaran selama ini. Merumuskan dengan pemilik bisnis tentang fungsionalitas sistem informasi pemasaran online dan aktivitas pada saat pemasaran produk properti perumahan, termasuk didalamnya mendefinisikan kebutuhan antarmuka pengguna (masyarakat umum). Melakukan restrukturisasi kegiatan pemasaran melalui media digitisasi dalam melakukan transformasi bisnis properti perumahan. Hal ini dapat menawarkan sebuah peluang baru dan sekaligus menjadi solusi dari sejumlah batasan pada perusahaan CV. Adezed dengan mempertimbangkan prosedur dan standarisasi operasional perusahaan selama ini. Sasarannya adalah menghasilkan proses digitisasi sistem informasi pemasaran online tanpa lagi harus bergantung kepada lokasi dan terikat dengan waktu transaksi bisnis.

Struktur dari sistem informasi pemasaran online memiliki 2 (dua) jenis kebutuhan: kebutuhan fungsional dan kebutuhan nonfungsional. Kebutuhan fungsional adalah kebutuhan untuk mengelola semua proses bisnis transaksi jual-beli secara online. Sementara kebutuhan nonfungsional menitikberatkan kepada properti perilaku sistemnya. Untuk perencanaan kebutuhan sistem meliputi semua struktur informasi dan elemen-elemen semua pengetahuan dari setiap pelanggan atau masyarakat umum. Mengidentifikasi kebutuhan informasi dan batasan sistem sebagai alternatif perubahan proses bisnis untuk melakukan kegiatan sinkronisasi dan interoperabilitas informasi agar menjadi lancar dalam mengelola semua pengetahuan pelanggan perusahaan. Sistem informasi pemasaran online properti ini menggunakan XAMPP 1.8.1-VC9 untuk menjalankan Apache web server dan PhpMyAdmin sebagai database server dan situs pencariannya.

Selanjutnya tahap perancangan sistem informasi pemasaran online properti ini menggunakan perangkat lunak open source PHP dengan kerangka CodeIgniter (CI) dan struktur file MVC (Model View Controller). Untuk perancangan basis datanya menggunakan Dreamweaver dan phpMyAdmin. Melalui kerangka CI semua fungsi yang dibutuhkan untuk menghasilkan sebuah aplikasi sudah tersedia seperti folder untuk application, assets, captcha, dan folder system sehingga memudahkan dalam perancangan sistemnya. Penerapan struktur komponen dalam kerangka MVC CodeIgniter memperlihatkan proses kerja sistem dalam bentuk diagram komponen (Gambar 1).

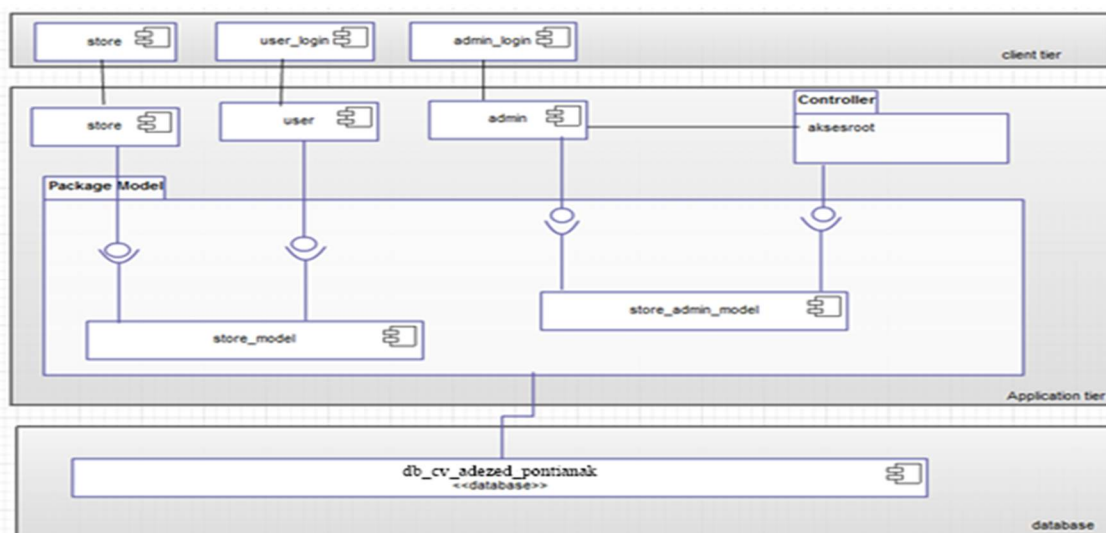


Gambar 1. Diagram Komponen MVC CodeIgniter

Unit kerja atau yang mengatur semua komponen dalam framework Code Igniter adalah komponen core yang berada dalam package system. Komponen core membawahi atau mengelola

model dan controller yang saling memiliki ketergantungan (dependency) dimana controller mengirim permintaan data dan model yang menerima akan melakukan pengambilan data yang diinginkan controller dari database. Hasil permintaan data tersebut akan ditampilkan ke view oleh controller. Untuk struktur file MVC pada framework CodeIgniter biasanya diletakkan dalam folder application yang telah dikelompokkan berdasarkan fungsi masing-masing. Penggunaan MVC untuk memisahkan pengembangan berdasarkan komponen utama seperti manipulasi data, antarmuka pengguna, dan bagian yang menjadi kontrol dalam sistem informasi pemasaran online properti ini. Bagian controller melakukan pemanggilan ke model untuk mendapatkan data yang relevan dan menampilkannya. Controller memberikan data untuk fungsi view yang akan menampilkan data dan berbagai elemen antarmuka. MVC berisi berbagai fungsi yang akan melakukan query ke database, seperti function menu_upload(), tampil_produk(), pencarian(), hingga data_login_member(). Kemudian bagian view berisikan folder admin dan folder situs. Bagian controller berisikan beberapa file php, seperti member.php mengelola halaman login user, produk.php mengelola situs pemasaran rumah. Kemudian setelah melalui MVC maka akan masuk ke bagian web server yang berfungsi menerima permintaan (request) dari klien dan akan dikirimkan kembali (response) yang hasilnya adalah bentuk dari halaman situs.

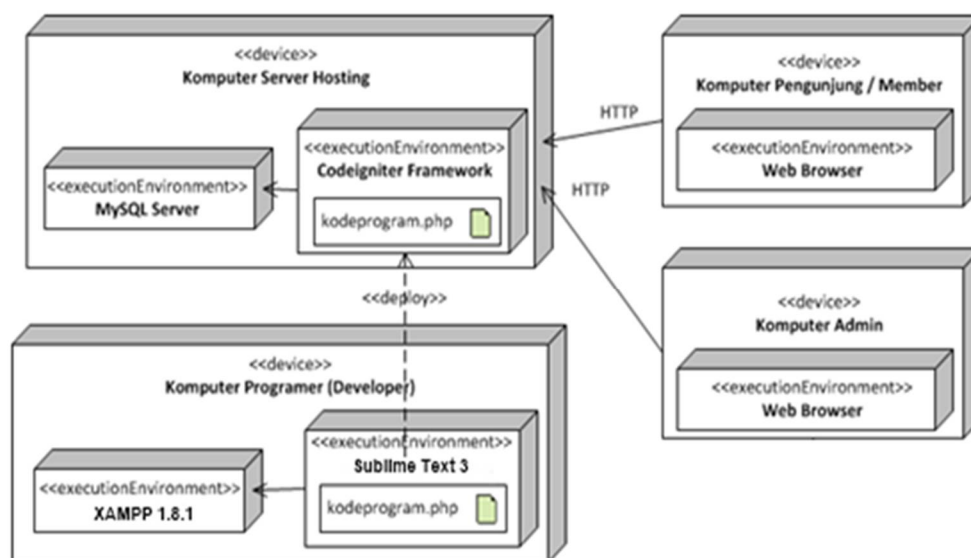
Perancangan sitemap dalam sistem ini dapat membantu untuk memvisualisasikan isi setiap halaman dan link atau navigasi di antara halaman-halaman tersebut. Sebuah sitemap juga mempermudah dan mengatur kode dan filenya. Melalui pembuatan bagan alir dapat membantu pemeliharaan dan melakukan perbaharuan isi situs. Mengerjakan sesuatu secara skematis akan mengurangi kemungkinan kesalahan dalam konsep perancangan sistemnya. Membuat sitemap akan mendapatkan gambaran perancangan dan dapat memulai pembuatan situs tersebut. Sistem ini memiliki empat buah sitemap untuk masing-masing aktor yaitu untuk pengunjung umum, member dan admin untuk mengelola situs. Sistem informasi pemasaran online memiliki kemampuan komunikasi antara client tier dengan server tier melalui antarmuka sistem. Kebutuhan dalam proses presentation logic akan menampilkan view pada MVC CodeIgniter sehingga memiliki tampilan antarmuka dengan pengguna. Untuk kebutuhan business logic memiliki proses untuk mengatur tampilan presentation logic atau mengirim informasi melalui antarmuka untuk kemudian masuk ke dalam server tier yang mengelola data access logic oleh model-model yang akan bertanggung jawab terhadap pengambilan maupun penyimpanan di dalam basis data (Gambar 2).



Gambar 2. Diagram Komponen Sistem Informasi Pemasaran Online

Untuk arsitektur dari perancangan sistem informasi pemasaran online secara fisik terdapat dua perangkat komputer yaitu komputer pengunjung dan komputer untuk administrator. Komputer-komputer tersebut harus terkoneksi melalui internet agar dapat melakukan koneksi ke

komputer server hosting. Pengunjung atau member dan administrator dapat mengakses sistem informasi pemasaran online tersebut melalui browser yang terdapat di komputernya. Programmer (developer) memiliki komputer sendiri yang dipakai selama implementasi sistem situs sistem informasi pemasaran online. Dalam komputer tersebut terdapat perangkat lunak Sublime Text 3 dan XAMPP 1.8.1 yang berguna untuk membantu kerja programmer dalam mengembangkan sistem usulan tersebut. Sistem informasi pemasaran online ini dikembangkan oleh programmer (developer) dalam bentuk file php yang dapat di sebarakan hasil akhirnya ke dalam folder atau bagian-bagian tertentu dari framework codeigniter tersebut. File yang telah di upload dan menjadi susunan dalam framework codeigniter akan dijalankan oleh komputer server hosting dengan MySQL Server. Database ini akan dibentuk dari hasil export dari XAMPP di komputer programmer (developer) dan akan di import oleh MySQL Server Komputer Server Hosting (Gambar 3).

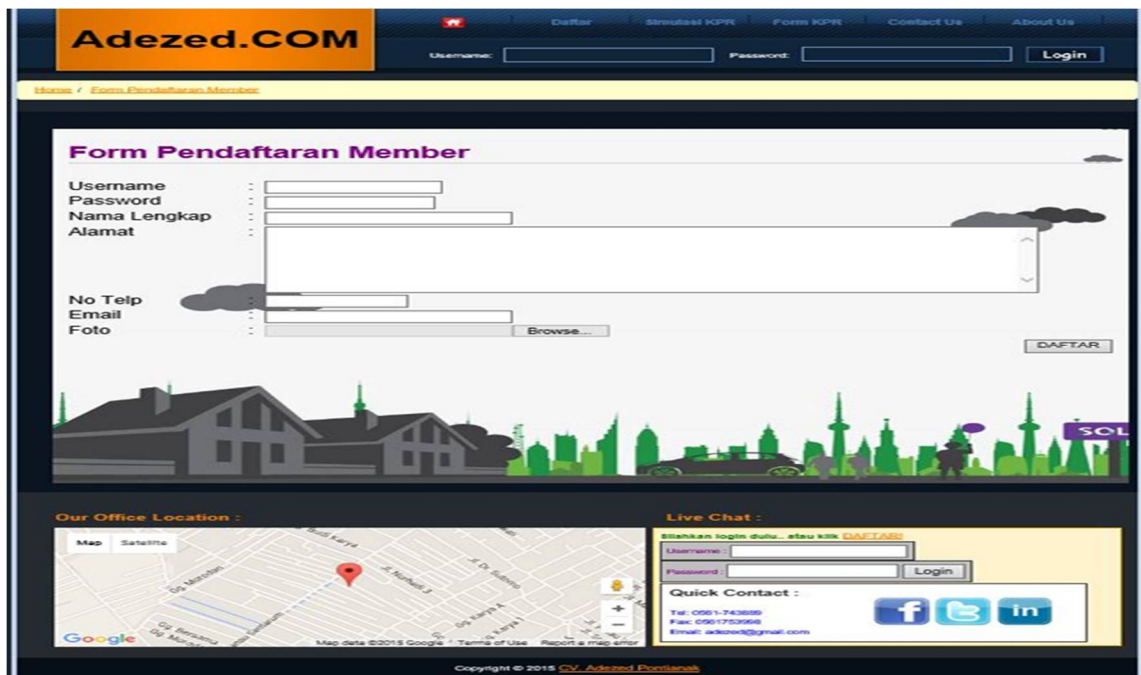


Gambar 3. Diagram Deployment Sistem Informasi Pemasaran Online

Prototipe untuk tampilan antarmuka situs sistem informasi pemasaran online dapat dikelompokkan ke dalam 2 jenis, yaitu antarmuka untuk halaman back-end dan tampilan antarmuka untuk public (umum). Tampilan antarmuka untuk pihak back-end merupakan tampilan yang pengaksesnya harus tervalidasi sebagai admin, setelah itu halaman antarmuka back-end ini akan disediakan, sedangkan tampilan antarmuka untuk pihak public tidak diperlukan validasi terlebih dahulu untuk mengaksesnya. Untuk halaman utama ini akan di sediakan tampilan form dengan 2 masukan yaitu username dan password, dan 1 buah dropdown dengan pilihan level yaitu admin atau member dan tombol sign in untuk melakukan validasi user dengan level admin atau member. Jika tervalidasi dan username tersebut memiliki level admin maka akan di arahkan ke halaman back-end. Antarmuka untuk halaman public home ini adalah halaman default saat tampilan pertama kali di akses dengan alamat dasar. Halaman ini menampilkan daftar project, kolom pencarian, kolom untuk login member, navigasi menu dan informasi penting lainnya guna memberi kemudahan akses saat pengunjung masuk ke situs (Gambar 4). Untuk mengakses situs ini, harus melakukan registrasi lebih dulu mendaftar sebagai member situs dari CV. Adezed Pontianak (Gambar 5). Sistem memiliki kelebihan untuk melakukan simulasi perhitungan KPR sehingga dapat memberikan informasi mengenai cicilan dan mekanisme pembayarannya secara lebih tepat (Gmbar 6).



Gambar 4. Situs Home Sistem Informasi Pemasaran Online



Gambar 5. Situs Registrasi Menjadi Member

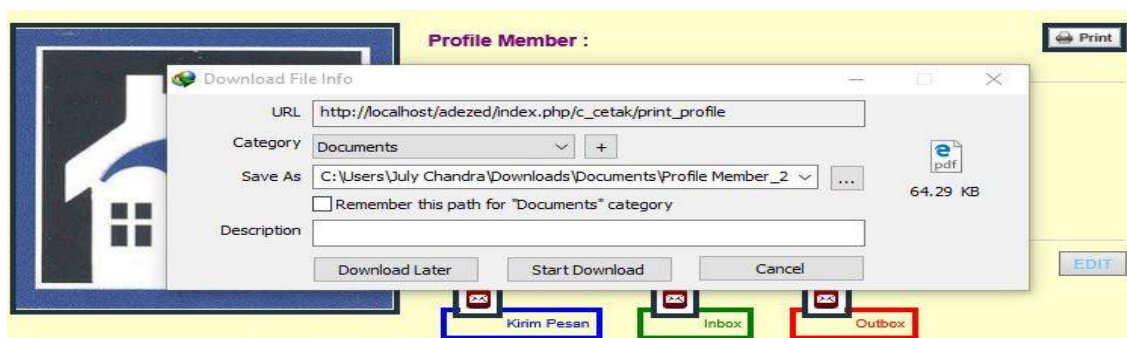
Gambar 6. Situs Melakukan Simulasi Perhitungan Kredit Pemilikan Rumah

Prototipe sistem juga dapat menampilkan halaman profile member. Halaman ini dapat menampilkan foto, informasi data pribadi dan informasi penting lainnya seperti histori pemesanan, histori pengajuan KPR, status konfirmasi pembayaran, pesan masuk, dan pesan keluar. Memiliki fasilitas form untuk mengedit profile member. Member dapat mengubah semua data pribadi melalui form edit profile ini kecuali data username karena username merupakan kunci utama (primer) yang digunakan di dalam database (Gambar 7).

Gambar 7. Situs Profile & Edit Profile Member

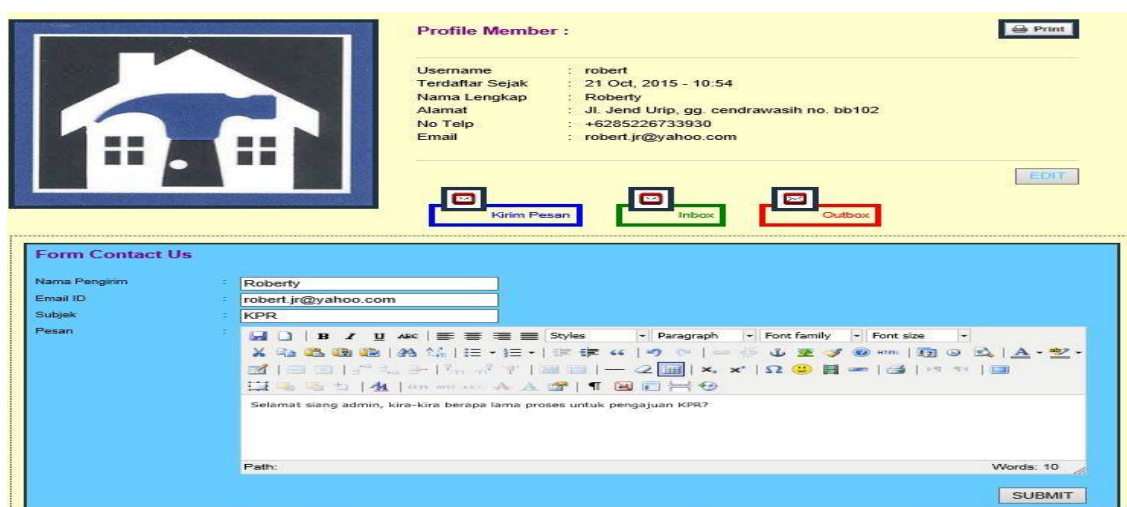
Memiliki hasil pencarian properti penawaran perumahan berdasarkan query yang di input oleh user. Pada kolom pencarian terdapat beberapa pilihan query yang dapat mempermudah user untuk menemukan properti sesuai dengan kriteria yang dicari. Pengunjung harus mengisi semua informasi yang diperlukan pada form pendaftaran untuk menjadi member pada situs CV. Adezed Pontianak kecuali data foto. Data foto akan terisi dengan data foto default apabila user dengan sengaja mengosongkan bagian isian data foto. Setelah melakukan pengisian form pendaftaran member dan menekan tombol daftar maka akan muncul sebuah notifikasi yang memberitahukan bahwa username dan password yang di daftarkan sudah dapat digunakan untuk login sebagai member.

Untuk mengubah data profile dapat dilakukan dengan menekan tombol edit pada halaman profile member sehingga akan tampil form edit profile. Member dapat mengubah semua data pribadi melalui form edit profile ini kecuali data username karena username merupakan primary key yang digunakan dalam database. Setelah data yang ingin di ubah sudah di isi dengan benar langkah selanjutnya adalah dengan menekan tombol simpan data. Sistem akan menampilkan pop up unduhan yang muncul ketika user menekan tombol print pada halaman profile. Fitur print berfungsi untuk mengonversi halaman html menjadi format pdf yang kemudian dapat di cetak oleh user (Gambar 8).



Gambar 8. Situs Mencetak Profile

Selanjutnya sistem akan menampilkan menu pengiriman pesan yang dapat di akses melalui halaman profile. Menu kiriman pesan menampilkan form contact us yang berfungsi untuk mengirim pesan kepada admin. Tampilan ini akan muncul pada halaman profile ketika member menekan tombol Kirim Pesan. Untuk mengirim pesan, member harus mengisi form kirim pesan dan kemudian menekan tombol submit (Gambar 9).



Gambar 9. Situs Form Mengirimkan Pesan Member

Setelah melakukan pemesanan untuk unit perumahan yang diinginkan, pelanggan akan di hubungi oleh pihak CV. Adezed Pontianak untuk melakukan sejumlah pembayaran pada saat proses pembelian rumah. Pembayaran tersebut dapat dilakukan via transfer bank. Untuk melakukan konfirmasi pembayaran yang telah di transfer maka pelanggan dapat mengisi form konfirmasi pembayaran melalui menu konfirmasi pembayaran yang terdapat pada halaman profile member kemudian menekan tombol submit. Form konfirmasi pembayaran akan muncul pada halaman profile ketika member menekan tombol konfirmasi pembayaran (Gambar 10).

Profile Member :

Username : robert
 Terdaftar Sejak : 21 Oct, 2015 - 10:54
 Nama Lengkap : Roberty
 Alamat : Jl. Jend Urip, gg. cendrawasih no. bb102
 No Telp : +6285226733930
 Email : robert.jr@yahoo.com

Form Konfirmasi Pembayaran :

Nama Pengirim : Roberty
 Email ID : robert.jr@yahoo.com
 No Telp : 85226733930
 Jenis Pembayaran : Booking Fee
 Metode Pembayaran : Setoran Tunai - Transfer Bank
 Nama Rekening : Robert Setiadi
 No Rekening : 24577900008
 Tanggal Pembayaran : 10/20/2015
 Jumlah Pembayaran : 5000000
 Bank Tujuan : Bank Central Asia - No. Rek 171 055 1810 an Fuad, SE

STATUS (Konfirmasi Pembayaran) :

Gambar 10. Situs Form Konfirmasi Pembayaran Member

Setelah melakukan konfirmasi pembayaran maka data akan tersimpan di menu profile member pada kolom Status Konfirmasi Pembayaran dengan status menunggu (pending). Member dapat memeriksa status konfirmasi pembayaran secara berkala dalam rentang waktu maksimal 1x24 jam atau langsung menghubungi pihak admin untuk memastikan pembayaran yang di transfer apabila sudah melewati waktu 1x24 jam (Gambar 11).

Konfirmasi Pembayaran							
STATUS (Konfirmasi Pembayaran) :							
#	Tgl Pembayaran	Nama Rek	No Rek	Jenis Pembayaran	Metode Pembayaran	Bank Tujuan	Status
21	20-10-2015	Robert Setiadi	24577900008	Booking Fee	Setoran Tunai - Transfer Bank	Bank Central Asia - No. Rek 171 055 1810 an Fuad, SE	Pending
22	15-10-2015	Robert Setiadi	24577900008	Down Payment (DP)	Setoran Tunai - Transfer Bank	Bank Central Asia - No. Rek 171 055 1810 an Fuad, SE	Belum Diterima

Gambar 11. Notifikasi Konfirmasi Pembayaran Member

Sistem ini juga memiliki fitur untuk menampilkan antarmuka diagram lingkaran (Pie Diagram) yang merangkum data pendapatan pemohon KPR yang dapat di akses dari halaman Laporan Permohonan KPR. Diagram Pie pada halaman ini menampilkan rangkuman informasi mengenai permohonan KPR yang akan disampaikan kepada CV. Adezed Pontianak dalam bentuk visual meliputi Status Permohonan KPR, Pendapatan Per Bulan, Project Yang Diajukan, Status Nasabah Bank BCA, Status Pemohon, dan Jenis Kelamin Pemohon untuk keperluan analisis sebelum ada persetujuan (Gambar 12).



Gambar 12. Diagram Lingkaran Situs Laporan Permohonan KPR

Sistem pengujiannya menggunakan test penerimaan untuk mengetahui kesesuaian sistem yang dihasilkan dan sudah bisa digunakan oleh pengguna. Pengujian dilakukan dengan merekomendasikan hasil penelitian kepada pengguna baik halaman pengguna maupun anggota. Kesimpulan untuk hasil testing yaitu 75% responden menilai aplikasi ini baik, 25% menilai sangat baik, dan 5% menilai kurang baik. Berdasarkan hasil test penerimaan dapat disimpulkan sistem informasi pemasaran online untuk memperluas segmentasi pasar properti ini sudah dapat membantu pengguna melakukan transaksi jual-beli perumahan secara online.

Pengujian penerimaan juga bertujuan untuk menguji kesesuaian sistem dengan spesifikasi fungsional sistem. Sistem navigasi dan fitur-fitur dalam sistem yang telah disediakan sudah dapat menampilkan desain rumah, foto rumah yang dipasarkan, spesifikasi tiap-tiap unit rumah, bahan material yang digunakan, denah lokasi, fasilitas perumahan, pemetaan melalui citra satelit google, simulasi KPR, video lingkungan perumahan, fitur yang menampilkan form untuk pengajuan KPR, form pemesanan, fitur live chat, history pemesanan, history pengajuan KPR, status konfirmasi pembayaran online, fitur inbox/outbox yang dapat merekam pesan masuk dan pesan keluar, memberikan informasi harga yang bersaing dan informasi umum lainnya yang berguna untuk menunjang pemasaran properti perumahan secara online.

4. KESIMPULAN

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan memperoleh tempat tinggal yang baik, kondusif, dan tidak hanya terbatas pada lokasi tertentu membuat sistem informasi pemasaran online ini memiliki kontribusi penting untuk memperluas segmentasi pasar properti. Mudah mendapatkan dan menjangkau kebutuhan informasi penawaran rumah bagi masyarakat yang berasal dari luar dari Kota Pontianak. Memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk membina hubungan dengan pembeli melalui komunikasi secara online. Kemampuan sistem digitisasi melalui simulasi KPR secara online menawarkan peluang terutama pengunjung (masyarakat) dapat memperoleh informasi mengenai sistem cicilan dan pelunasannya sehingga tidak lagi perlu menggunakan jasa pihak ketiga.

5. SARAN

Untuk realisasi penerapannya membutuhkan kesiapan sumberdaya manusia dan ketersediaan infrastruktur teknologi informasi dalam kelancaran transaksi dan menjalin interaksi secara personal dengan pembeli (pelanggan) perusahaan. Penelitian mendatang perlu melengkapi dengan sistem pembayaran e-payment agar dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Melengkapi sistem keamanan dengan membuat Secure Socket Layer (SSL) dan Secure HTTP (S-HTTP) agar keamanan saat melakukan transaksi online menjadi lebih terjamin dan kepercayaan masyarakat akan semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kompas, <http://www.peluangproperti.com/berita/properti/2014-09/4926/penerapan-e-commerce-pada-produk-properti>, di akses pada tanggal 4 Maret 2016.
- [2] Rosadi, Doddy., <http://www.suara.com/bisnis/2014/12/05/143351/survei-jual-beli-properti-mulai-beralih-ke-e-commerce>, di akses pada tanggal 4 Maret 2016.
- [3] Kosasi, Sandy., 2016, The Information System Design of Web-Based Sales Second-hand Cars, *Citec Journal*, Vol. 3, No. 1, hal 1-14.
- [4] Chen, N., Hung, Y., 2015, Online Shopping Orientation And Purchase Behavior for High-Touch Products, *International Journal of Electronic Commerce Studies*, Vol. 6, No. 2, hal 187-202.
- [5] Li, Y., and Yang, R., 2014, New Business Model for Company to Win the Competition, *American Journal of Industrial and Business Management*, Vol. 4, hal 190-198.
- [6] Xiaohui, G., Rong, G., JianYu, W., Chongning, H., 2014, Key Technology of Distributed E-Commerce System Architecture, *Telkomnika Indonesian Journal of Electrical Engineering*, Vol. 12, No.5, hal 3987-3993.
- [7] Opreana, A., Vinerean, S., 2015, A New Development in Online Marketing: Introducing Digital Inbound Marketing, *Expert Journal of Marketing*, Vol. 3, No. 1, hal 29-34.
- [8] Kosasi, Sandy., 2015, Pembuatan Bisnis Toko Online Sebagai Peluang Usaha Menumbuhkan Pasar Global, *Prosiding Seminar Ilmiah Nasional Teknologi Komputer (SENATKOM)*, Vol 1, 23 Oktober, hal 680-686.
- [9] Wu, J., Wen, N., Dou, W., Chen, J., 2015, Exploring the effectiveness of consumer creativity in online marketing communications, *European Journal of Marketing*, Vol. 49, No. ½, hal 262-276.
- [10] Al-Matarneh, N. S., 2016, Online Shopping Risks and Effect on Consumers Purchasing Behavior, *International Journal of Online Marketing Research*, Vol. 2, No. 1, hal 62-69.
- [11] Li, J., Ji, H., Qi, L., Li, M., and Wang, D., 2015, Empirical Study on Influence Factors of Adaption Intention of Online Customized Marketing System in China, *International Journal of Multimedia and Ubiquitous Engineering*, Vol. 10, No. 6, hal 365-378.
- [12] Shelly, G., Rosenblatt, H., 2012. *System Analysis and Design*, Ninth Edition, Course Technology. Cengage Learning.
- [13] Mohapatra, S., 2013, *E-Commerce Strategy: Text and Cases (Springer Texts in Business and Economics)*, New York: Springer.
- [14] Govindaraju, R., Chandra, D.R., 2012, Analysis of Level and Barriers of E-Commerce Adoption by Indonesian Small, Medium, and Micro Enterprises (SMMEs), *Internetworking Indonesia Journal*, Vol 4, No 1B, Hal 9-14.
- [15] Sommerville, I., 2015, *Software Engineering*, Tenth Edition, Pearson Education, Inc.