

**RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PEMASARAN
PERUMAHAN BERBASIS WEB PADA PT. CITRA KEDATON
YOGYAKARTA**

Danang Stiawan
D3 Sistem Informasi
Fakultas Teknologi Informasi & Elektro
Universitas Teknologi Yogyakarta

INTISARI

**RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PEMASARAN
PERUMAHAN BERBASIS WEB PADA PT. CITRA KEDATON
YOGYAKARTA**

Pemasaran perumahan merupakan suatu kegiatan yang memiliki peran penting bagi perusahaan properti termasuk pada PT. Citra Kedaton, sebuah keberhasilan suatu proyek perumahan juga ditentukan oleh kegiatan pemasaran yang optimal. PT. Citra Kedaton menawarkan kaveling-kaveling tanah siap bangun dengan ketentuan yang diterapkan oleh perusahaan, selanjutnya kaveling yang tersedia akan dipasarkan beserta informasi berupa harga, fasilitas, luas tanah, lokasi perumahan, dan ketentuan pembangunan rumah. Kegiatan pemasaran pada PT. Citra kedaton dilakukan melalui penyebaran brosur dan pemasangan baliho. Namun cara pemasaran tersebut belum terlalu optimal, disamping kurang menyeluruh juga menambah biaya pemasaran. Oleh karena itu melalui sistem informasi pemasaran perumahan berbasis *web* diharapkan dapat mengoptimalkan kegiatan pemasaran pada PT. Citra Kedaton. Sistem ini dibangun dengan metode analisis dan pengumpulan data dengan metode pemrograman prosedural Hasil dari penelitian ini adalah sistem informasi pemasaran perumahan berbasis web pada PT. Citra Kedaton Yogyakarta menyajikan informasi tentang kaveling tersedia, harga, lokasi perumahan, fasilitas, prosedur dan ketentuan pembelian dan simulasi KPR (Kredit Pemilikan Rumah) yang dapat memudahkan kegiatan pemasaran dan memudahkan konsumen dalam mencari informasi rumah yang akan dibeli.

Kata Kunci: *Sistem Informasi Pemasaran, web, Perumahan.*

**THE DESIGN OF WEB-BASED MARKETING
INFORMATION SYSTEM FOR HOUSING COMPLEX
OF PT. CITRA KEDATON YOGYAKARTA**

Danang Stiawan

D3 Information System

Faculty of Electrical and Information Technology
University of Technology Yogyakarta

ABSTRACT

Marketing is very important for property company like PT. Citra Kedaton. The success of housing project is also determined by the success of optimum marketing activities. PT. Citra Kedaton offers to the customers the sites on which the houses will be built. The company sets the rules and conditions on the sites, and then the marketing team launches information covering up the price, facilities, site width, location, and the rules of erecting houses. The marketing activities of PT. Citra Kedaton are through brochures distribution and billboard ads. This kind of marketing is limited but costly. Thus web-based marketing information system is believed to be able to optimize the marketing activities of PT. Citra Kedaton. This system is built with analysis and data gathering method, supported by procedural programming method. The output of the research is web-based housing marketing information system presenting information on the existing sites, prices, location, facilities, rules and procedures for housing credit and mortgage. This is considered simplifying the marketing activities and the consumers finding information about the houses to buy.

Key words: marketing information system, web, housing complex