

**ANALISA DAN PERANCANGAN APLIKASI MARKETING
KAVLING MOBILE PT. ALMA ARYA MANDIRI**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Gusti Bagus Yuliantoro

16.21.0989

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

**ANALISA DAN PERANCANGAN APLIKASI MARKETING
KAVLING MOBILE PT. ALMA ARYA MANDIRI**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar sarjana
pada program studi informatika



Disusun Oleh :

Gusti Bagus Yuliantoro

16.21.0989

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2018**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISA DAN PERANCANGAN APLIKASI MARKETING KAVLING
MOBILE PT. ALMA ARYA MANDIRI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gusti Bagus Yuliantoro

16.21.0989

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 10 April 2018

Dosen Pembimbing



Dina Maulina, M.Kom.

NIK. 190302250

PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISA DAN PERANCANGAN APLIKASI MARKETING KAVLING MOBILE PT. ALMA ARYA MANDIRI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gusti Bagus Yuliantoro

16.21.0989

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 17 April 2018

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tonny Hidayat, M.Kom.

NIK. 190302182

Ali Mustopa, M.Kom.

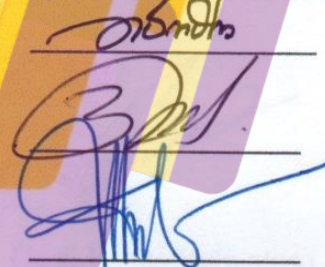
NIK. 190302192

Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng.

NIK. 190302105

Tanda Tangan

a.n



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 6 Agustus 2018



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 4 Agustus 2018



Gusti Bagus Yuliantoro
NIM. 16.21.0989

MOTTO

- **Jangan pernah jatuh pada kesalahan yang sama.**
- **Bahagikanlah orang – orang yang menyayangi dirimu.**
- **Hidup adalah perjuangan, manusia yang tak mau berjuang tidak ada bedanya dengan benda mati..**
- **Sesulit apapun atau sebahagia apapun hidup mu, jangan pernah melupakan Tuhan.**



PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa sebagai penguasa seisi alam raya yang telah memberikan anugerah dan karunia Nya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar

Dengan segenap hati dan jiwa, tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang paling saya sayangi (Gusti Bagus Suparnadi dan Gusti Ayu Putu Sueni) yang selalu memotivasi saya dan memberikan fasilitas dalam banyak hal, serta tak hentinya mendoakan yang terbaik.
2. Dosen pembimbing (Ibu Dina Maulina, M.Kom) yang selalu sabar dalam membimbing dan memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Para dewan penguji saya (Bapak Tonny Hidayat, M.Kom, Bapak Ali Mustofa, M.Kom dan Bapak Melwin Syahrizal, S.Kom., M.Eng) yang telah mendukung lancarnya sidang dan memberi masukan-masukan ilmu untuk perbaikan skripsi.
4. Kosan paket hemat (Andi, Juwanda, Prayit, badar) yang selalu menghibur dengan canda tawanya, memberikan semangat dan masukkan-masukan solusi ataupun bantuan serta doa dalam penyelesaian skripsi saya. Bagi yang belum selesai, semoga cepat menyusul.
5. Sahabat-sahabat Amikom (Akbar, Fendi, Nisa, Nita, Mala) yang selalu memberikan semangat dan selalu mengingatkan saya akan skripsi biar cepat selesai serta memberikan solusi terbaik mereka.
6. Teman-teman seperjuangan S1 Transfer yang telah memberikan dukungan, semangat dan doanya dalam penyelesaian skripsi saya.

Terima Kasih

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas segala karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisa Dan Perancangan Aplikasi Marketing Kavling Mobile PT. Alma Arya Mandiri”**

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk persyaratan kelulusan jenjang Program Strata satu (S1) jurusan Informatika pada Universitas Amikom Yogyakarta. Dalam pembuatan skripsi ini, tentu saja penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Krisnawati, S.Si, MT, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Sudarmawan, MT. Selaku Ketua Program Studi S1-Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Para penguji saya
4. Bapak Tonny Hidayat, M.Kom, Bapak Ali Mustofa, M.Kom dan Bapak Melwin Syahrizal, S.Kom., M.Eng selaku tim penguji pendadaran yang telah mendukung lancarnya sidang.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama penulis kuliah.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini.

Penyusunnya skripsi ini masih banyak sekali kekurangan serta masih jauh dari kata sempurna, maka kritik dan saran sangat diperlukan, dan semoga bermanfaat bagi pembaca dalam menambah wawasan dan pengetahuan.

Yogyakarta, 28 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
INTISARI.....	xix
<i>ABSTRACT</i>	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Metode Penelitian	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.5.1.1 Studi Kepustakaan(Literatur).....	4
1.5.1.2 Observasi	4
1.5.1.3 Wawancara.....	5
1.5.1.4 Dokumentasi	5
1.5.2 Metode Analisa	5
1.5.2.1 Analisa Kelemahan Sistem	5
1.5.2.2 Analisa Kebutuhan Sistem.....	5

1.5.2.3 Analisa Kelayakan Sistem	6
1.5.3 Metode Perancangan	5
1.5.4 Metode Pengembangan	6
1.5.5 Metode Testing.....	6
1.5.6 Metode Implementasi	7
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Penelitian	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 Pengertian Sistem Informasi	12
2.2.1 Pengertian Sistem.....	12
2.2.2 Pengertian Informasi	13
2.2.3 Pengertian Sistem Informasi	13
2.2.4 Kualitas Informasi.....	14
2.3 Karakteristik Sistem Informasi	14
2.4 Konsep Arsitektur Sistem	15
2.4.1 Sistem Tuggal (Stand Alone).....	15
2.4.2 Sistem Tersentralisasi	15
2.4.3 Sistem Client Server	16
2.5 Kajian Teori	17
2.5.1 Pengertian Penjualan.....	17
2.5.2 Pengertian Pemasaran	17
2.5.3 Pengertian Strategi	18
2.5.4 Stategi Pemasaran	18
2.5.5 Fungsi Strategi Pemasaran	19
2.5.6 Konsep Strategi Pemasaran.....	20
2.5.7 Contoh Strategi Pemasaran	22
2.5.8 Pengertian Promosi	23

2.5.9 Investasi	24
2.6 Metode Pengembangan	24
2.6.1 SDLC (<i>System Development Life Cycle</i>).....	24
2.6.2 UML (<i>Unified Modeling Language</i>)	26
2.6.2.1 Use Case Diagram	26
2.6.2.2 Sequence Diagram.....	28
2.6.2.3 Activity Diagram	30
2.6.2.4 Class Diagram	32
2.6.3 Activity Diagram	25
2.6.4 Class Diagram	26
2.6.5 Sequence Diagram	28
2.7 Metode Analisis	33
2.7.1 Pengertian Analisis	33
2.7.2 Analisis Swot	33
2.7.3 Analisis Kebutuhan Sistem.....	35
2.7.4 Analisis Kelayakan	35
2.8 Konsep Basis Data.....	36
2.8.1 Entity Relationship Diagram	36
2.9 Metode Testing	38
2.9.1 Metode Testing White Box.....	38
2.9.2 Metode Testing Black Box	39
2.10 Perangkat Lunak Yang Digunakan	40
2.10.1 Jawa.....	40
2.10.2 PHP.....	41
2.10.3 Mysql.....	42
2.10.4 Android	42
2.10.4.1 Pengetia Android	42
2.10.4.2 Andoid SDK (<i>Software Development Kit</i>)	43

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

3.1 Gambaran Umum	44
3.2 Analisis	45
3.2.1 Analisis <i>SWOT</i>	45
3.2.1.1 Analisis Kekuatan (<i>Strenghts</i>).....	45
3.2.1.2 Analisis Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	45
3.2.1.3 Analisis Peluang (<i>Opportunities</i>)	46
3.2.1.4 Analisis Ancaman (<i>Threats</i>).....	46
3.3 Solusi Yang Dapat Diterapkan.....	48
3.4 Solusi Yang Dipilih.....	48
3.5 Analisis Kebutuhan Sistem	49
3.5.1 Analisis Kebutuhan Fungsional	49
3.5.2 Analisis Kebutuhan Non Fungsional	49
3.5.2.1 Kebutuhan Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	49
3.5.2.2 Kebutuhan Perangkat Lunak (<i>Software</i>)	50
3.5.2.3 Kebutuhan Sumber Daya Manusia (<i>Brainware</i>)	51
3.6 Analisis Kelayakan Sistem	51
3.6.1 Kelayaka Teknologi.....	52
3.6.2 Kelayakan Hukum	53
3.6.3 Kelayakan Operational	53
3.6.4 Kelayakan Ekonomi	54
3.7 Perancangan Sistem	54
3.7.1 Perancangan UML.....	54
3.7.1.1 <i>Use Case Diagram</i>	55
3.7.1.2 <i>Class Diagram</i>	55
3.7.1.3 <i>Sequence Diagram</i>	55
3.7.1.3.1 <i>Sequence Diagram</i> Login Admin	56
3.7.1.3.2 <i>Sequence Diagram</i> Buat Akun Marketing	56

3.7.1.3.3	<i>Sequence Diagram</i> Input Lahan Kavling.....	57
3.7.1.3.4	<i>Sequence Diagram</i> Login Marketing.....	57
3.7.1.3.5	<i>Sequence Diagram</i> View Denah Kavling.....	58
3.7.1.4	<i>Activity Diagram</i>	58
3.7.1.4.1	<i>Activity Diagram</i> Login Admin	59
3.7.1.4.2	<i>Activity Diagram</i> Buat Akun Marketing.....	60
3.7.1.4.3	<i>Activity Diagram</i> Input Data Kavling	61
3.7.1.4.4	<i>Activity Diagram</i> Login Marketing.....	62
3.7.1.4.5	<i>Activity Diagram</i> View Denah Kavling.....	63
3.7.1.4.6	<i>Activity Diagram</i> Input Data Customer	64
3.7.1.4.7	<i>Activity Diagram</i> Pembelian Lahan Kavling ...	65
3.7.1.4.8	<i>Activity Diagram</i> Petunjuk Penggunaan	66
3.7.1.5	<i>ERD (Entity Relationship Diagram)</i>	66
3.7.2	Perancangan Basis Data.....	67
3.8	Perancangan Tampilan.....	70
3.8.1	Tampilan Admin	70
3.8.1.1	Halaman Login Admin	70
3.8.1.2	Halaman Utama Admin	71
3.8.1.3	Halaman Menu Daftar Marketing.....	72
3.8.1.4	Halaman Menu Buat Akun Baru	73
3.8.1.5	Halaman Menu Daftar Kavling.....	74
3.8.1.6	Halaman Menu Detail Kavling	75
3.8.1.7	Halaman Edit Kavling	76
3.8.1.8	Halaman Edit Detil Kavling	77
3.8.1.9	Halaman Daftar Customer	78
3.8.1.10	Halaman Edit Customer.....	79
3.8.1.11	Halaman Cetak Biodata	80
3.8.1.12	Halaman Transaksi	81

3.8.1.13 Halaman Cetak Kwitansi	82
3.8.1.14 Halaman Laporan Transaksi	83
3.8.1.15 Halaman Cetak Laporan Transaksi	84
3.8.2 Tampilan Aplikasi Marketing	85
3.8.2.1 Wellcome Screen	85
3.8.2.2 Halaman Login Marketing	86
3.8.2.3 Halaman Menu Utama Aplikasi Marketing	87
3.8.2.4 Halaman Menu Lahan Kavling Aplikasi Marketing	88
3.8.2.5 Halaman Menu Lahan Kavling Detil Aplikasi Market...	89
3.8.2.6 Halaman Gambar Denah Kavling	90
3.8.2.7 Halaman Menu Pesan Kavling Aplikasi Marketing	91
3.8.2.8 Halaman Menu Data Customer	92
3.8.2.9 Halaman Menu Bantuan Marketing	93

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

4.1 Implementasi Sistem	94
4.2 Pembuatan Program	94
4.2.1 Implementasi <i>Database dan Tabel</i>	94
4.2.2 Impelemtasi <i>Framwork Codeigiter</i>	99
4.2.2.1 Konfigurasi Dasar	99
4.2.2.2 <i>Koneksi Database</i>	101
4.2.3 Implementasi Interface	101
4.2.3.1 Halaman Login Admin	101
4.2.3.2 Halaman Beranda	103
4.2.3.3 Halaman Daftar Marketing	104
4.2.3.4 Halaman Buat Akun Baru	104
4.2.3.5 Halaman Daftar Kavling	105
4.2.3.6 Halaman Detil Kavling	106

4.2.3.7 Halaman Daftar Customer	107
4.2.3.8 Halaman Edit Customer	108
4.2.3.9 Halaman Cetak Biodata	109
4.2.3.10 Halaman Transaksi	110
4.2.3.11 Halaman Cetak Kwitansi	111
4.2.3.12 Halaman Laporan Transaksi	112
4.2.3.13 Halaman Cetak Laporan	113
4.2.3.14 Halaman <i>Wellcome Screen</i>	113
4.2.3.15 Halaman Login Marketing	114
4.2.3.16 Halaman Beranda Marketing	114
4.2.3.17 Halaman Daftar Lahan Kavling	115
4.2.3.18 Halaman Denah	116
4.2.3.19 Halaman Detil Kavling	116
4.2.3.20 Halaman Input Data Customer	117
4.2.3.21 Halaman Pemesanan Kavling	117
4.2.3.14 Halaman Bantuan	118
4.3 Uji Coba Sistem	119
4.3.1 <i>White Box Testing</i>	119
4.3.2 <i>Black Box Testing</i>	120
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	125
5.2 Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan.....	11
Tabel 2.2 Simbol – simbol <i>Use case diagram</i>	27
Tabel 2.3 Simbol – Simbol <i>Sequence Diagram</i>	28
Tabel 2.4 Simbol – Simbol <i>Activity Diagram</i>	31
Tabel 2.5 Simbol – Simbol <i>ERD</i>	37
Tabel 3.1 Analisis <i>SWOT</i>	47
Tabel 3.2 Tabel User.....	67
Tabel 3.3 Tabel Kavling.....	68
Tabel 3.4 Tabel Transaksi.....	68
Tabel 3.5 Tabel Detil Kavling.....	69
Tabel 3.6 Tabel Customer.....	69
Tabel 4.1 <i>Black Box Testing</i>	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus Hidup Pengembangan SDLC	25
Gambar 3.1 <i>Use Case Diagram</i>	55
Gambar 3.2 <i>Class Diagram</i>	55
Gambar 3.3 <i>Sequence Diagram</i> Login Admin.....	56
Gambar 3.4 <i>Sequence Diagram</i> Buat Akun Marketing	56
Gambar 3.5 <i>Sequence Diagram</i> Input lahan Kavling	57
Gambar 3.6 <i>Sequence Diagram</i> Login Marketing	57
Gambar 3.7 <i>Sequence Diagram</i> View Denah Kavling	58
Gambar 3.8 <i>Activity Diagram</i> Login Admin	59
Gambar 3.9 <i>Activity Diagram</i> Buat Akun Marketing	60
Gambar 3.10 <i>Activity Diagram</i> Input Denah Kavling	61
Gambar 3.11 <i>Activity Diagram</i> Login Marketing	62
Gambar 3.12 <i>Activity Diagram</i> View Denah Kavling	63
Gambar 3.13 <i>Activity Diagram</i> Input Data Customer.....	64
Gambar 3.14 <i>Activity Diagram</i> Pembelian Lahan Kavling	65
Gambar 3.15 <i>Activity Diagram</i> Petujuk Penggunaan	66
Gambar 3.16 <i>Entity Relationship Diagram</i>	67
Gambar 3.17 Halaman Login	70
Gambar 3.18 Halaman Utama.....	71
Gambar 3.19 Halaman Menu Daftar Marketing	72
Gambar 3.20 Halaman Menu Buat Akun Baru	73
Gambar 3.21 Halaman Menu Daftar Kavling	74
Gambar 3.22 Halaman Detail Kavling	75
Gambar 3.23 Halaman Menu Edit Kavling.....	76
Gambar 3.24 Halaman Edit Detil Kavling	77
Gambar 3.25 Halaman Menu Daftar Customer	78

Gambar 3.26 Halaman Edit Data Customer.....	79
Gambar 3.27 Halaman Cetak Biodata.....	80
Gambar 3.28 Halaman Transaksi.....	81
Gambar 3.29 Halaman Cetak Kwitansi.....	82
Gambar 3.30 Halaman Laporan Transaksi.....	83
Gambar 3.31 Halaman Cetak Laporan Transaksi.....	84
Gambar 3.32 Halaman Wellcome Screen.....	85
Gambar 3.33 Halaman Halaman Login Marketing.....	86
Gambar 3.34 Halaman Menu Utama Aplikasi Marketing.....	87
Gambar 3.35 Halaman Menu Lahan Kavling.....	88
Gambar 3.36 Halaman Menu Lahan Kavling Detail.....	89
Gambar 3.37 Halaman Menu Detail Denah Kavling.....	90
Gambar 3.38 Halaman Menu Pesan Kavling Aplikasi Marketing.....	91
Gambar 3.39 Halaman Menu Data Customer.....	92
Gambar 3.40 Halaman Menu Menu Bantuan.....	93
Gambar 4.1 <i>Create Database</i> Alma Kavling.....	95
Gambar 4.2 Tabel - Tabel di database alma kavling.....	95
Gambar 4.3 Tabel User.....	96
Gambar 4.4 Tabel Customer.....	97
Gambar 4.5 Tabel Kavling.....	97
Gambar 4.6 Tabel Detil Kavling.....	98
Gambar 4.7 Tabel Transaksi.....	98
Gambar 4.8 Konfigurasi <i>autoload.php</i>	99
Gambar 4.9 Konfigurasi <i>config.php</i>	100
Gambar 4.10 Konfigurasi <i>route.php</i>	100
Gambar 4.11 Skrip Koneksi <i>Database</i>	101
Gambar 4.12 Halaman Login Admin.....	102
Gambar 4.13 Usernama Password Salah.....	103

Gambar 4.14 Halaman Beranda	103
Gambar 4.15 Halaman Daftar Marketing.....	104
Gambar 4.16 Halaman Buat Akun Baru	105
Gambar 4.17 Halaman Daftar Kavling	106
Gambar 4.18 Halaman Detil Kavling.....	107
Gambar 4.19 Halaman Daftar Customer.....	108
Gambar 4.20 Halaman Edit Data Customer.....	109
Gambar 4.21 Halaman Cetak Biodata.....	110
Gambar 4.22 Halaman Transaksi.....	111
Gambar 4.23 Halaman Cetak Kwitansi.....	111
Gambar 4.24 Halaman Laporan Transaksi.....	112
Gambar 4.25 Halaman Cetak Laporan.....	113
Gambar 4.26 Halaman Wellcome Screen	113
Gambar 4.27 Halaman Login Marketing	114
Gambar 4.28 Halaman Beranda Marketing	115
Gambar 4.29 Halaman Daftar Lahan Kavling	115
Gambar 4.30 Halaman Denah	116
Gambar 4.31 Halaman Detil Kavling.....	116
Gambar 4.32 Halaman Input Data Customer.....	117
Gambar 4.33 Halaman Pemesanan Kavling.....	118
Gambar 4.34 Halaman Bantuan	118
Gambar 4.35 Tampilan <i>Runtime Error</i>	120
Gambar 4.36 Tampilan <i>Sintax Error</i>	121

INTISARI

Teknologi informasi dewasa ini berkembang pesat seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Kehidupan masyarakat modern tidak dapat dipisahkan dengan teknologi informasi. Kebutuhan akan akses informasi semakin mudah dan cepat, begitu pula aspek lain. Selain memberikan kemudahan akses informasi, manusia di mudahkan dengan pemenuhan kebutuhan seperti, sandang, pangan atau bahkan investasi. PT. Alma Arya Mandiri merupakan pt yang bergerak di bidang property berupa kavling tanah, perumahan dan sewa alat berat. Dengan semakin bertambahnya permintaan akan kavling tanah oleh pelanggan, maka semakin banyak transaksi yang di lakukan setiap hari nya. Permasalahan koordinasi, dan pendataan yang tidak terkomputerisasi membuat penjualan pada PT. Alma Arya Mandiri tidak maksimal.

Dengan melihat dari permasalahan di atas, maka penulis berinisiatif untuk melakukan penelitian. Dengan menggunakan metode *SWOT (strengths, weakness, oppertunities, threat)* dan menganalisa kebutuhan melalui observasi langsung, wawancara, serta dokumentasi untuk merancang sebuah sistem yang dapat meningkatkan penjualan PT. Alma Arya Mandiri.

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sarana penunjang kegiatan transaksi jual beli tanah kavling pada PT. Alma Arya Mandiri, khususnya pada divisi penjualan. Secara garis besar aplikasi ini akan mengefisiensi pengolahan data serta kordinasi antara bagian marketing dan admin dan juga memudahkan marketing dalam melakukan pemesanan kavling tanah dimana saja.

Kata Kunci : Aplikasi, Investasi, Teknologi Informasi, Kavling Tanah, Marketing, PT. Alma Arya Mandiri.

ABSTRACT

Today's information technology is growing rapidly along with the development of science. The life of modern society cannot be separated from information technology. The need for access to information is easier and faster, as are other aspects. In addition to providing easy access to information, people are easily facilitated by meeting needs such as clothing, food or even investment. PT. Alma Arya Mandiri is a PT engaged in property in the form of lots of land, housing and heavy equipment rental. With the increasing demand for land lots by customers, the more transactions are carried out every day. Problems with coordination and data collection that are not computerized make sales at PT. Alma Arya Mandiri is not maximal.

By looking at the problems above, the authors took the initiative to conduct research. Using the methods of SWOT (strengths, weakness, opportunities, threat) and analyzing needs through direct observation, interviews, and documentation to design a system that can increase sales of PT. Alma Arya Mandiri.

It is hoped that this research can be useful as a means of supporting the sale and purchase of land lots at PT. Alma Arya Mandiri, especially in the sales division. Broadly speaking, this application will make data processing efficient and coordinate between the marketing and admin departments and also facilitate marketing in ordering land lots anywhere.

Keywords: Application, Investment, Information Technology, Land Plots, Marketing, PT. Alma Arya Mandiri.