

SKRIPSI
IMPLEMENTASI E-MARKETING HUNIAN SEMENTARA DI
WILAYAH YOGYAKARTA

***E-MARKETING IMPLEMENTATION OF TEMPORARY RESIDENCE IN
YOGYAKARTA AREA***



Heni Nurhidayati

125610076

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMAN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
AKAKOM
YOGYAKARTA
2017

SKRIPSI

IMPLEMENTASI E-MARKETING HUNIAN SEMENTARA DI

WILAYAH YOGYAKARTA

E-MARKETING IMPLEMENTATION OF TEMPORARY RESIDENCE IN

YOGYAKARTA AREA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Jenjang Strata

Satu (S1) Program Studi Sistem Informasi

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer

AKAKOM

Yogyakarta

Disusun Oleh :

Heni Nurhidayati

125610076

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER

AKAKOM

YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
IMPLEMENTASI E-MARKETING HUNIAN SEMENTARA DI
WILAYAH YOGYAKARTA

Telah dipersiapkan dan disusun oleh

HENI NURHIDAYATI
125610076

Telah dipertahankan didepan Tim Pengaji



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Komputer

Tanggal.....22.....FEB 2017

Ketua Program Studi Sistem Informasi



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya/kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atas pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 23 Januari 2017



Penulis

PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kupersembahkan kepada Tuhan yang Maha Esa Tuhan penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a serta sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi besar Muhammad SAW. Dengan rasa syukur dan bahagia karya tulis ini kupersembahkan untuk:

Kedua orang tuaku, Bapak Sugeng Hartono dan Ibunda tercinta Wahyuni yang telah memberikan dukungan moril maupun materi, kasih sayang serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya.

Kakak ku Mba Ika Andriani terimakasih buat segala bentuk dukungan dan doa khusus nya terimakasih buat sering-sering transferan ghaib nya :D dan Adik ku Fahrul Munazir yang selalu bertanya “mba kapan wisudanya” terimakasih untuk semangat dan setiap doanya.

Keluargaku, Bunda tante sekaligus partner terbaik terimakasih untuk selalu menguatkan dan memberi nasehat.

Sahabat - sahabatku geng sudrun (nur ndut, adi saprik, lekwid septa kurnia, prisca tenggeli, botak yang seperti jailangkung kadang terbit kadang terbenam) terima kasih atas dukungan, doa, hiburan dan kebersamaannya selama ini, teman-teman seangkatan senasip seperjuangan yang mungkin tidak bisa disebutkan satu persatu.

Motto

“Jika yakin bahwa Allah mengurus urusan kita, takkan ada khawatir apalagi menggugat kehendak-Nya. Maka, perbaiki hubungan kita dengan Allah, biarkan Allah menyelesaikan urusan kita.”

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
KATA PENGANTAR	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRAC	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	5
2.1 Tinjauan Pustaka	5
2.2. DasarTeori	6
2.2.1 e-Marketing	6

2.2.2 Kost	7
2.2.3 Google Maps	8
2.2.3 Website	8
2.2.3 Latitude	9
2.2.3 Longitude	9
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	10
3.1 Bahan / Data	10
3.2 Peralatan	10
3.3 Prosedur Kerja dan Pengumpulan Data	11
3.4 Analisis dan Rancangan Sistem	11
3.4.1 Gambaran Sistem	12
3.4.2 Diagram Konteks	12
3.4.3 Data Flow Diagram Level 1	13
3.4.4 Rancangan Data	15
3.4.5 Struktur Tabel	16
3.4.6 Relasi Antar Tabel	18
3.4.7 Rancangan Tampilan	19
3.4.8 Rancangan Implementasi E-marketing	22
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN SISTEM	25
4.1 Implementasi Sistem	25
4.1.1 Script Pendaftaran Kost	25
4.1.2 Script Pendaftaran Pemilik Kost	27
4.1.3 Script Input Data Kost	28
4.1.4 Script Pemetaan	29

4.1.5 Scrip Menghitung Jumlah Pengunjung	31
4.1.6 Script Graik Pengunjung	32
4.2 Pembahasan Sistem	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	36
4.1 KESIMPULAN	36
4.2 SARAN	36
DAFTAR PUSTAKA	xv
Lampiran	37

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 3.1 Gambaran Sistem	12
Gambar 3.2 Diagram Konteks	12
Gambar 3.3 Data Flow Diagram	13
Gambar 3.4 <i>Entity Relation Diagram (ERD)</i>	15
Gambar 3.5 Ralasi Antar Tabel	18
Gambar 3.6 Rancangan Tampilan Input Data Pemilik Kost	19
<u>Gambar 3.7 Rancangan Tampilan Input Data Kost</u>	20
<u>Gambar 3.8 Rancangan tampilan Output Data Pemilik Kost</u>	21
<u>Gambar 3.9 Rancangan Laporan Output Data kost.</u>	21
<u>Gambar 4.1 Script Pendaftaran Kost</u>	25
<u>Gambar 4.2 Halaman Pendaftaran Kost</u>	26
<u>Gambar 4.3 Script Pendaftaran Pemilik Kost</u>	27
<u>Gambar 4.4 Halaman Pendaftaran Pemilik Kost</u>	28
<u>Gambar 4.5 Script Input Data Kost</u>	29
<u>Gambar 4.6 Script Pemetaan</u>	30
<u>Gambar 4.7 Halaman Pemetaan</u>	31
<u>Gambar 4.8 Script Menghitung Jumlah Pengunjung</u>	31
Gambar 4.9 Script Grafik Pengunjung	33
Gambar 5.0 Halaman Grafik Pengunjung	34

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1 Perbandingan Dengan Penelitian Sebelumnya	21
Tabel 3.1 Struktur Tabel Admin	22
Tabel 3.2 Struktur Tabel Pemilik Kost	22
Tabel 3.3 Struktur Tabel Kost	23
Tabel 3.4 Struktur Tabel Galery	23

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, Dengan segala puji dan syukur khadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Kuasa atas Rahmat dan Karunia Nya yang melimpah. Sehingga pada kesempatan yang baik ini, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “IMPLEMENTASI e-MARKETING HUNIAN SEMENTARA DI WILAYAH YOGYAKARTA”.

Skripsi ini merupakan syarat ilmiah untuk menyelesaikan pendidikan komputer jurusan Sistem Informasi di perguruan tinggi STMIK AKAKOM Yogyakarta. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Cuk Subiantoro, S.Kom., M.Kom. selaku ketua STMIK AKAKOM Yogyakarta.
2. Ibu Deborah Kurniawati, S.Kom., M.Cs selaku ketua jurusan Sistem Informasi sekaligus dosen pembimbing yang telah membimbing mulai dari awal sampai akhir dan memberikan saran, semangat dan motivasi.
3. Ibu Pulut Suryati, S.Kom., M.Cs dan Ibu Sur Yanti,S.E., M.Sc selaku dosen penguji dalam penyusunan skripsi ini.
4. Kedua orang tua Bapak, ibu dan keluarga tercinta yang telah memberikan doa serta dukungan selama ini.
5. Teman-teman yang selama ini telah membantu dan mendukung dalam banyak hal dan pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Saya menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangannya baik dalam penulisan maupun penyajian materinya. Untuk itu segala kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan guna perbaikan di masa yang akan datang.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pengembangan pengetahuan. Amin.

Yogyakarta, 23 Januari 2017

Penulis

ABSTRAK

Sebagai kota pelajar, Yogyakarta setiap tahun selalu dibanjiri oleh pendatang baru sehingga tempat tinggal sementara menjadi suatu kebutuhan. Selama ini informasi kost diperoleh hanya dengan cara langsung mendatangi tempat kost, bahkan pendatang harus mencari dulu tempat kost yang ada, tentu saja akan menghabiskan banyak waktu dan tenaga. Selama ini publikasi rumah kost para pemilik kost hanya melalui tempelan-tempelan “menerima kost” yang di tempel di depan kost nya atau di jalan-jalan dan melalui para penghuni kostnya yang menginformasikan kepada temannya

Dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini maka dibuatlah e-marketing sebagai sarana bagi para pemilik kost untuk mempromosikan rumah kost nya. E-marketing adalah salah satu komponen dalam *e-commerce* dengan kepentingan khusus oleh marketer, yakni strategi proses pembuatan, pendistribusian, promosi, dan penetapan harga barang dan jasa kepada pangsa pasar internet atau melalui peralatan digital lain. Aplikasi yang dibangun dirancang agar pemilik kost dapat mempublikasikan kost yang dimiliki. Penggunaan internet menjadikan lingkup promosi lebih luas.

Aplikasi yang dibangun menjadi media e-marketing bagi pemilik kost dengan cara menginformasikan kost yang dimiliki melalui website yang telah tersedia. Disamping itu, informasi jumlah pengunjung halaman kost dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemilik kost untuk memperbaiki jasa dan informasi kostnya.

Kata kunci : e-marketing, kost, pemilik kost.

ABSTRACT

As a city of student, Yogyakarta is always being flooded by newcomers, thus the temporary residence is a necessity. During this time the boarding house information is obtained only by coming directly to the house. Even the newcomers have to look for the available houses which certainly will take a lot of time and effort. During this time, the boarding house announcements by its owners are only through the sign board “Take in Boarders” which is sticked in the front of their house or on the road, and through its residents who inform to their friends.

With the development of technologies nowadays, e-marketing is created as a means for the boarding house's owners to promote their houses. E-marketing is one of the components in e-commerce with a special interest by marketers, the strategy-making process, distribution, promotion, and pricing of goods and services to the market through the Internet or other digital equipment. This application built to facilitate the owners so they can promote their boarding house. The use of the Internet makes the scope of broader promotion.

Application that built into media e-marketing for the boarding house owners by informing the boarding house through a website that has been provided. In addition, information about the numbers of visitors at the page can be an evaluation for the owner of the boarding house to improve services and information.

Keywords: e-marketing, boarding house, boarding house owners