

**PERANCANGAN WEB DENGAN PROGRAM PENDUKUNG INTERICAD
BERDASARKAN MODEL MARKETING INFORMATION SYSTEM
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN FURNITURE PADA UNIHOME**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
DEPARTEMEN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI**



**DIAJUKAN OLEH
RR. RINDANG KAMASWARI
NIM: 040610217**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2010**

ABSTRAKSI

Unihome merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang perdagangan furniture. Saat ini sistem penjualan dan pemasaran perusahaan masih berlangsung secara tradisional, yaitu dengan melakukan penjualan pada gerai toko. Dalam mengoptimalkan usaha perdagangan furniture tersebut, pemanfaatan media internet untuk melakukan transaksi pemasaran dan penjualan pun menjadi pilihan. Saat ini perusahaan telah menerapkan *Transaction Processing System* (TPS) dengan metode *online* yang mampu menyampaikan informasi secara *realtime*, sehingga perusahaan dapat memanfaatkan infrastruktur ini dalam pengembangan pemasaran dan penjualan melalui *website* (e-commerce).

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. Sehingga dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengangkat suatu fenomena penjualan secara online, menganalisa kebutuhan dan kemungkinan penerapan penjualan furniture berbasis web dengan bantuan intericad 6000.

Dalam menciptakan suatu sistem penjualan berbasis web yang unggul dibutuhkan fitur yang menarik dalam pelaksanaannya, salah satu cara yaitu dengan menyediakan *software* intericad 6000 pada *website* yang dapat digunakan oleh pelanggan dalam mensimulasikan produk yang diinginkan untuk dibeli. Kemudian agar pemanfaatan sistem transaksi pemrosesan penjualan melalui *website* tersebut dapat optimal, maka dibutuhkan suatu pendekatan model *Marketing Information System* (MKIS) dalam mengolah TPS lebih lanjut, yang kemudian akan diolah dalam suatu *Database Management System* (DBMS) bersamaan dengan *Marketing Intelligence Subsystem* dan *Marketing Research Subsystem* sebagai input, dimana DBMS ini akan menghasilkan subsistem output berupa informasi mengenai *product* dan *place* yang berguna untuk pengambilan keputusan baik bagi pelanggan dalam melakukan pembelian maupun pihak manajemen dalam meramalkan dan mengelola produk perusahaan serta memperoleh informasi mengenai potensi lokasi sebagai bentuk pengembangan usaha.

Kata kunci: *MKIS (Marketing Information Systems), TPS (Transaction Processing Systems), Marketing Research Subsystem, Marketing Intelligence Subsystem, DBMS (Database Management System), E-Commerce, Intericad 6000, product and place (Output Subsystem).*