

# IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI ANGSURAN KREDIT MOBIL (STUDI KASUS PT ASRINDO JAYA JAKARTA)

Aria Budhi Swasono<sup>1</sup>, Yahdi Kusnadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, STMIK Nusa Mandiri, Jl. Damai No.8 Warung Jati Barat, Jakarta, 12540, Indonesia

E-mail: [ariabs16@gmail.com](mailto:ariabs16@gmail.com)

<sup>2</sup>Komputerisasi Akuntansi, AMIK BSI Jakarta, Jl. RS. Fatmawati No. 24 Jakarta Selatan, 12450, Indonesia

E-mail : [yahdi.ydk@bsi.ac.id](mailto:yahdi.ydk@bsi.ac.id)

**ABSTRAK**—Seiring semakin ketatnya persaingan antara penjualan produk yang sejenis khususnya kendaraan roda empat, PT Asrindo Jaya yang merupakan salah satu showroom mobil yang beralamat di jalan raya cipayung no 22 rt 003/05 Cipayung Jakarta Timur perlu membuat sebuah inovasi dan improvement dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat pembelian konsumen akan produk yang ditawarkan. Media periklanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan showroom PT Asrindo Jaya dalam memasarkan kendaraan mobil yang ditawarkan. Memberikan pelayanan yang lebih ke konsumen dan menyajikan berbagai informasi ke konsumen merupakan strategi yang jitu dalam menarik konsumen. Saat ini mengalami kesulitan dalam pemasaran, kesulitan dalam melakukan olah data kredit dan ketelitian serta kecepatan dan ketepatan dalam menghitung simulasi angsuran kredit. Dalam penelitian ini merupakan media alat bantu untuk memenuhi salah satu strategi pemasaran di showroom PT Asrindo Jaya. Dengan dibuatnya web Sistem Informasi Angsuran Kredit Mobil Berbasis Web Pada PT Asrindo Jaya Jakarta ini diharapkan dapat memenuhi keinginan pihak showroom untuk menarik konsumen.

Kata Kunci: Asrindo, mobil, informasi

**ABSTRACT**—Along with the increasingly intense competition between the sale of similar products especially four-wheeled vehicles, PT Asrindo Jaya which is one of the showroom of the car is located at the highway cipayung No 22 RT 003/05 Cipayung East Jakarta need to make an innovation and improvement in doing marketing strategies to improve Interest in consumer purchases of products offered. Advertising media is one of the marketing strategies used by PT Asrindo Jaya showroom in marketing the vehicles offered. Providing more services to consumers and presenting a variety of information to consumers is a great strategy in attracting

consumers. Currently experiencing difficulties in marketing, difficulties in performing credit data and accuracy and speed and accuracy in calculating credit installment simulations. In this research is a tool media to fulfill one marketing strategy in PT Asrindo Jaya showroom. With the creation of Web Based Car Loan Installment Information System In PT Asrindo Jaya Jakarta is expected to meet the desire of the showroom to attract consumers.

Keywords : asrindo, car, information

## PENDAHULUAN

Berkembangnya usaha-usaha perdagangan yang sangat pesat pada saat ini menjadikan informasi sebagai hal yang sangat penting peranannya dalam menunjang jalannya operasi-operasi demi tercapainya tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Teknologi internet sudah terbukti merupakan salah satu media informasi yang efektif dan efisien dalam penyebaran informasi yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja.

PT. Asrindo Jaya sebagai sebuah perusahaan yang melakukan kegiatan penjualan mobil, saat ini mengalami kesulitan dalam pemasaran (Rosadi dan Purnomo, 2012), kesulitan dalam melakukan olah data kredit (Elmayati, 2014) dan ketelitian serta kecepatan dan ketepatan dalam menghitung simulasi angsuran kredit (Suwarni, Amelia and Sari, Ade Nurmala, 2013).

PT. Asrindo Jaya berkerjasama dengan dealer-dealer mobil untuk memasarkan mobil. Sistem penjualan dengan cara ini membutuhkan waktu yang lama dalam proses penjualan mobil tersebut maka sistem ini dinilai kurang efektif dan efisien (Kurniawati, 2010). Jika hanya mengandalkan sistem penjualan dengan cara tersebut maka pendapatan perusahaan tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Selain itu perkembangan perusahaan terasa dinilai agak lambat.

Oleh karena itu dirancang suatu sistem informasi angsuran kredit secara online dengan menggunakan media web atau internet dengan tujuan untuk meminimalkan waktu proses penjualan dengan tujuan dapat meningkatkan volume penjualan sehingga pendapatan perusahaan dapat meningkat (Rangkuti, 2009). Penggunaan website intranet itu lebih bisa diakses oleh Customer jarak jauh sehingga lebih mudah export data menggunakan HTTP protocol dibanding protocol lain karena tidak mengalami masalah dengan firewall.

## BAHAN DAN METODE

### A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Penelitian dan Pengembangan *atau* Research and Development (R&D), yaitu rangkaian proses atau langkah-langkah dalam rangka mengembangkan suatu produk baru atau menyempurnakan produk yang telah ada agar dapat dipertanggung jawabkan. Produk tersebut tidak selalu berbentuk benda atau perangkat keras (*hardware*), tetapi bisa juga perangkat lunak (*software*), seperti program komputer untuk pengolahan data, pembelajaran di kelas, perpustakaan atau laboratorium, ataupun model-model pendidikan, pembelajaran, pelatihan, bimbingan, evaluasi, sistem informasi manajemen, dan lain-lain. (Dharma, 2008:3).

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti memilih metode penelitian ini dalam konteks membuat dan mengembangkan suatu perangkat lunak berbasis web.

### B. Metode Pengumpulan Data

#### a. Observasi (Observation)

Peneliti melakukan pengamatan dan kunjungan langsung pada PT. Asrindo Jaya dengan beberapa acuan yaitu menganalisa beberapa bagian, diantaranya bagian *marketing* *atau sales* yang terkait dengan penjualan mobil.

#### b. Wawancara (Interview)

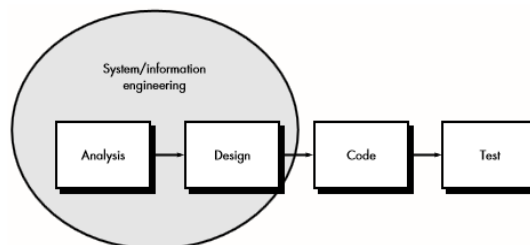
Dalam pengumpulan data, Peneliti melakukan wawancara dengan bagian *marketing* *atau sales* untuk melengkapi data atas penyusunan skripsi ini, sekaligus menambah kekurangan dari daftar yang diajukan secara tertulis.

#### c. Studi Pustaka (Literature)

Disini Peneliti menggunakan buku-buku, jurnal, dan literatur yang berhubungan dengan masalah sehingga dapat membantu penyelesaian masalah.

### C. Model Pengembangan Sistem

Menurut Rosa dan Shalahuddin (2014:28) “ Model SDLC air terjun (waterfall) sering juga disebut model sekuensial linier (sequential linier) atau alur hidup klasik (classic life cycle)”. Berikut adalah gambar model air terjun :



Sumber : Rosa dan Shalahuddin (2013:29)

Gambar 1. Waterfall Model

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Kebutuhan Software

#### 1. Proses Bisnis Sistem

Dalam proses diawali dengan menerima aplikasi permohonan kredit dari calon pembeli melalui dealer yang telah menjalin kerjasama dengan perusahaan setelah itu memberikan dan membantu calon pembeli mengisi Form Aplikasi Permohonan Pembiayaan (FAPP) lalu menawarkan kepada calon pembeli price list/paket pembiayaan perusahaan yang telah disetujui oleh kantor atau membantu calon pembeli menghitung besarnya angsuran yang diinginkan kemudian mengarahkan calon pembeli pada struktur kredit yang terbaik bagi perusahaan dan calon pembeli setelah itu melakukan pengecekan fisik kendaraan dengan STNK & BPKB asli, jika ada permohonan kredit untuk unit bekas kemudian menyiapkan kelengkapan dokumen-dokumen dan data-data yang dibutuhkan untuk melakukan survey dan

Melakukan survey ke rumah calon pmebeli, dan melakukan survey ke tempat usaha calon pembeli (jika ada usaha) setelah itu melakukan verifikasi terhadap kebenaran dan legalitas dokumen-dokumen persyaratan kredit yang diberikan oleh calon pembeli dengan memberikan stempel “COPY SESUAI ASLI” pada semua dokumen persyaratan kredit yang diperoleh kemudian melengkapi dokumen persyaratan kredit yang masih belum diserahkan oleh pembeli (Memo Pending) dalam waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan dan memberikan rekomendasi terhadap

permohonan aplikasi kredit dari calon pembeli setelah melakukan survey bagian administrasi membuat laporan penjualan setiap akhir bulannya yang data-datanya diambil berdasarkan arsip nota pesanan, arsip surat jalan dan kemudian laporan tersebut akan diserahkan kepada manajer sebagai laporan penjualan.

**2. Tahapan Analisis**

Analisa kebutuhan adalah sebuah proses untuk mendapatkan informasi, model, spesifikasi tentang perangkat lunak yang diinginkan pengguna. Kedua belah pihak, yaitu klien dan pembuat perangkat lunak terlibat aktif dalam tahap ini. Informasi yang diperoleh dari pengguna inilah yang menjadi acuan untuk melakukan desain perangkat lunak.

**A. Halaman Admin**

- A1. Admin dapat mengelola data main banner.
- A2. Admin dapat mengelola data background.
- A3. Admin dapat mengelola data berita dan promo.
- A4. Admin dapat mengelola data harga angsuran kredit.
- A5. Admin dapat mengelola data kontak kami.

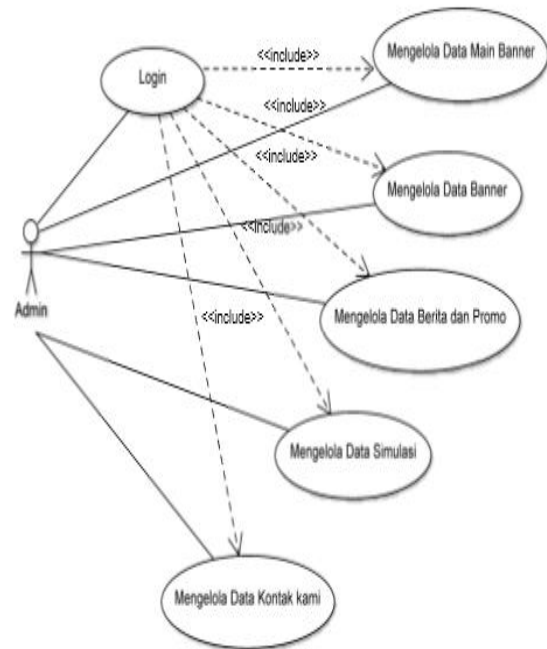
**B. Halaman Customer**

- B1. Customer bisa melihat informasi berita dan promosi.
- B2. Customer bisa mengisi data mobil yang diinginkan sesuai kategori.
- B3. Sistem menginformasikan harga mobil, uang muka, angsuran perbulan dan pembayaran pertama.
- B4. Customer bisa melihat informasi tentang perusahaan.
- B5. Customer bisa melihat persyaratan untuk kredit mobil.
- B6. Customer bisa melihat daftar promosi mobil.
- B7. Customer bisa melakukan kontak kami melalui keluhan, saran dan pertanyaan.

**B. Desain**

**1. Desain Sistem**

**a. Use Case Diagram Mengelola Data Angsuran Kredit Mobil (Admin)**



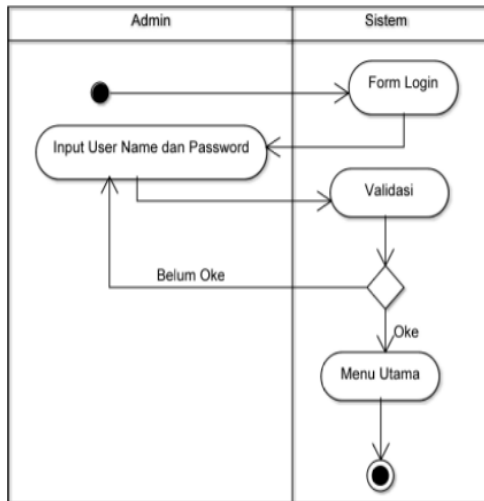
Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
 Gambar 2. Use Case Diagram Diagram pengelolaan data (Admin)

Tabel 1. Deskripsi Use Case Diagram Mengelola Data Main Banner (Admin)

|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <i>Use Case Name</i>                  | Mengelola Data <i>Main Banner</i>  |
| <i>Requirements</i>                   | B1   |
| <i>Goal</i>                           | Admin dapat menambah, mengedit, dan menghapus data main banner.                                    |
| <i>Pre-Conditions</i>                 | Admin telah login  |
| <i>Post-Conditions</i>                | Data main banner tersimpan, terupdate atau terhapus  |
| <i>Failed Condition</i>               | End<br>Gagal menyimpan, mengupdate atau menghapus  |
| <i>Primary Actors</i>                 | Admin  |
| <i>Main Flow/Basic Path</i>           | 1. Admin melihat main banner.<br>2. Admin menambah main banner.<br>3. Admin menyimpan main banner. |
| <i>Alternative Flow / Invariant 1</i> | 2a. Admin mengedit data main banner.   |
| <i>Invariant 2</i>                    | 2b. Admin menghapus main banner.   |

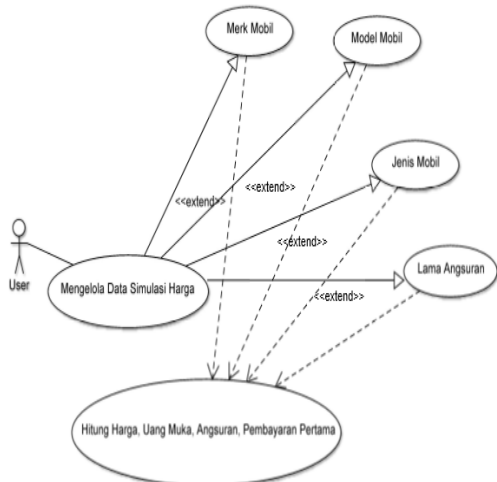
Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)

**b. Activity Diagram pengelolaan data (Admin)**



Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
 Gambar 3. Activity Diagram Mengelola Data Main Banner (Admin)

**c. Use Case Diagram Pengelolaan data angsuran kredit mobil Halaman Customer**



Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
 Gambar 4. Pengelolaan data angsuran kredit mobil Halaman Customer

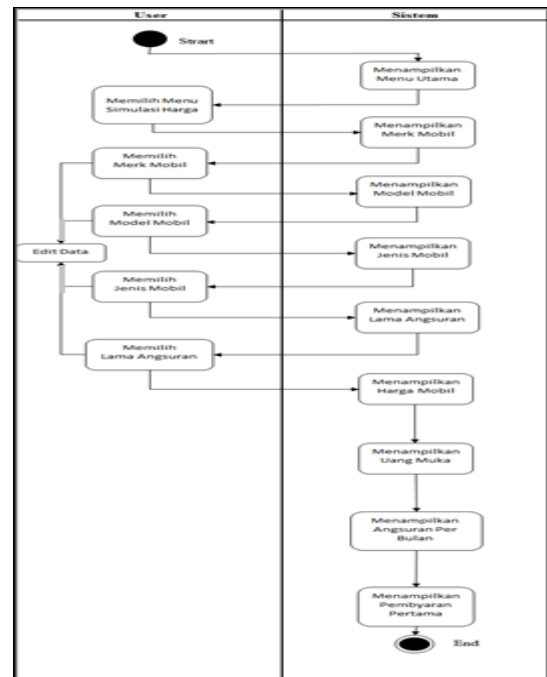
Tabel 2. Deskripsi Use Case Diagram Pengelolaan data angsuran kredit mobil Halaman Customer

|                       |   |
|-----------------------|---|
| <i>Use Case Name</i>  | Mengelola Data Angsuran Kredit Mobil      |
| <i>Requirements</i>   | A1  |
| <i>Goal</i>           | Customer dapat melakukan input data mobil |
| <i>Pre-Conditions</i> | Customer telah mengisi data mobil         |

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <i>Post-Conditions</i>                | Data angsuran kredit mobil tersimpan  |
| <i>Failed Condition</i>               | End<br>Gagal menyimpan data mobil   |
| <i>Primary Actors</i>                 | Customer  |
| <i>Main Flow/Basic Path</i>           | 1. Customer input data merk mobil, model mobil, jenis mobil dan lama angsuran |
| <i>Alternative Flow / Invariant 1</i> | 1. Customer mengganti data mobil  |

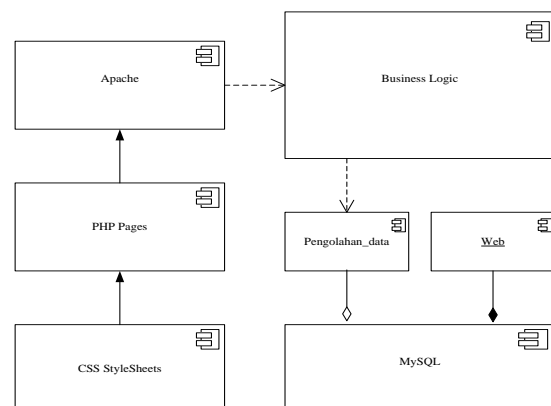
Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)

**a. Activity Diagram Data Simulasi Harga**



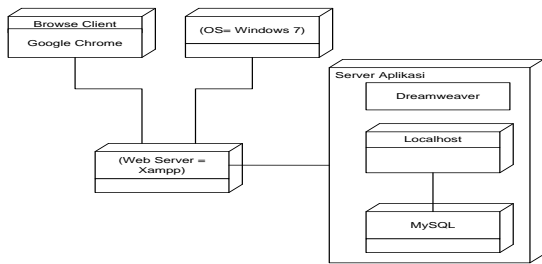
Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
 Gambar 5. Activity Diagram Simulasi Harga

**d. Component Diagram**



Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
 Gambar 6. Component Diagram Pengelolaan Data Kredit Mobil

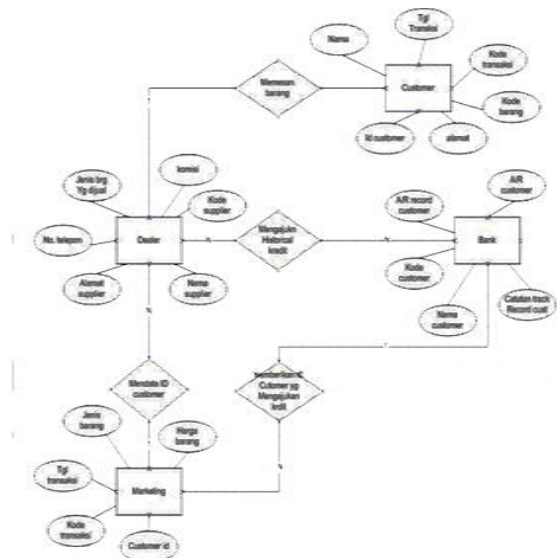
**e. Deployment Diagram**



Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
Gambar 7. Deployment Diagram Pengelolaan Data Kredit Mobil

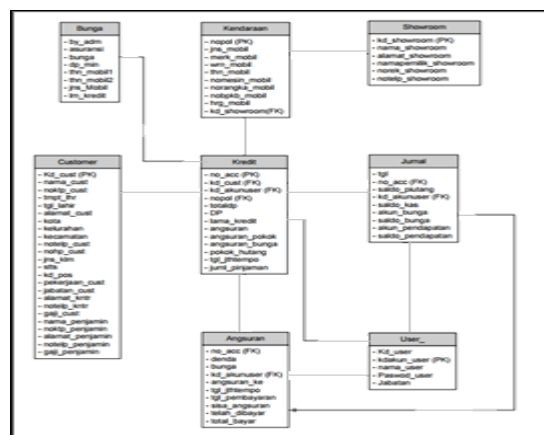
**2. Desain Database**

**a. Entity Relationship Diagram**



Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
Gambar 5. Entity Relationship Diagram

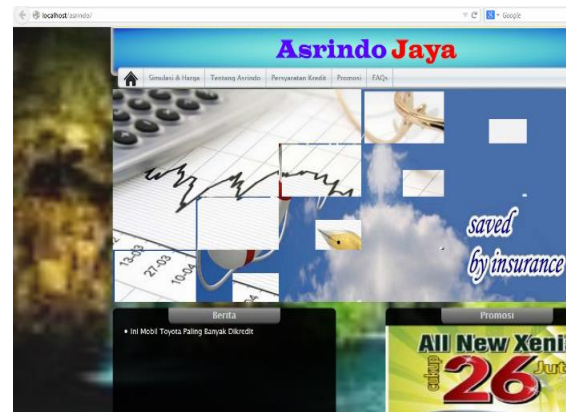
**b. Logical Record Structured**



Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
Gambar 6. Logical Record Structured

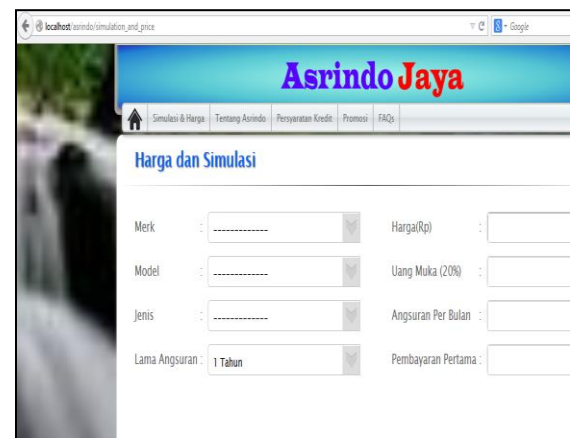
**3. Desain Customer Interface**

**a. Tampilan Beranda**



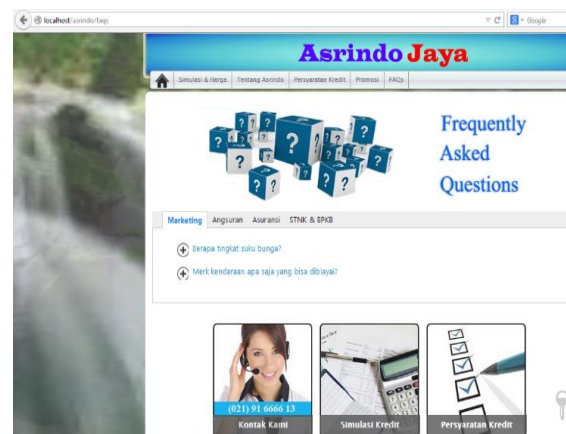
Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
Gambar 8. Tampilan Beranda

**b. Tampilan Simulasi Angsuran Kredit Mobil**



Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
Gambar 8. Tampilan Simulasi Angsuran Kredit Mobil

**c. Tampilan Kontak Kami**



Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)  
Gambar 9. Tampilan Kontak Kami

### C. Code

Dalam membuat pengkodean dalam program yang dibuat ini peneliti menggunakan bahasa pemrograman script PHP untuk pendekatannya yang sesuai sebagai web programming.

### D. Pengujian (Testing)

Pengujian yang dilakukan terhadap program yang dibuat menggunakan *Black Box Testing*.

Sebagai contoh ada pada table berikut ini sebagai testing form login.

Tabel 3.  
Hasil Pengujian *Blackbox Testing* Halaman Admin

| No | Skenario Pengujian | Test Case  | Hasil yang Diharapkan          | Hasil Pengujian | Kesimpulan |
|----|--------------------|--|--------------------------------|-----------------|------------|
| 1  | Field di isi       | Nama admin=budi<br>hermanto<br>Custome rname=budi<br>Password=budi | Data akan disimpan oleh sistem | Sesuai Harapan  | Valid<br>n |
| 2  | Field tidak di isi | Nama admin=(kosong)<br>Custome rname=budi<br>Password=budi         | Data tidak tersimpan           | Sesuai harapan  | Valid<br>n |

Sumber : Swasono & Kusnadi (2016)

### KESIMPULAN

Dari hasil riset lapangan dan proses pembuatan web yang Peneliti lakukan, maka Peneliti mengambil kesimpulan beberapa hal sebagai berikut:

1. Sistem informasi perhitungan angsuran mobil sudah dapat dilakukan secara online. Selain itu Customer juga dapat melihat informasi produk dan harga secara online.
2. Beberapa keuntungan yang bisa diambil dengan penerapan perancangan sistem informasi angsuran kredit berbasis web ini adalah dapat menghemat waktu, biaya, juga efektifitas dari para Customer atau calon pembeli.
3. Penyampaian informasi dan juga peluang mempromosikan kredit mobil pada PT ASRINDO JAYA menjadi lebih baik dan lebih luas lagi, karena dunia internet tidak mengenal tidak mengenal wilayah, usia maupun waktu.

### REFERENSI

- Elmayati (2014), Sistem Informasi Penjualan Kredit Mobil Pada Show Room Serba Mobilindo Lubuklinggau, Jurnal Teknik Informatika Politeknik Sekayu (TIPS) Volume 1, No. 1, Oktober 2014. (21 Mei 2017)
- Kurniawati, E. (2010). Evaluasi Sistem Pengendalian Internal Atas Penjualan Kredit Studi Kasus Pada PT.“Y” SEMARANG. Fokus Ekonomi, 5(1).
- Rangkuti, F. (2009). Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication. PT gramedia pustaka utama.
- Rosa, A. S., & Shalahuddin, M. (2013). Rekayasa perangkat lunak terstruktur dan berorientasi objek. Bandung: Informatika.
- Rosadi Dadi, Purnomo (2012), Simulasi Kredit Pemasaran Mobil Bekas Berbasis Web Menggunakan Codeigniter Framework. Jurnal Computech dan Bisnis, ISSN 1978:9629, Vol. 6 No. 1, 2012 (21 Mei 2016).
- Suwarni, Amelia and Sari, Ade Nurmala (2013). Aplikasi Perhitungan Kredit Mobil pada PT. Procar Finance Palembang. Jurnal STMIK GI MDP. Vol. 11 No. 1, 2013 (21 Mei 2017)
- Swasono, A., B., & Kusnadi, Y. (2016). Laporan Akhir Penelitian Mandiri. Jakarta: AMIK BSI Jakarta