

# **BAB I**

## **PENDAHUULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini pertumbuhan teknologi sangat pesat, dengan kemajuan teknologi seluruh sesuatu bisa dicapai dengan sangat instan. di zaman ini warga banyak menghabiskan waktu dengan memakai *smartphone* ataupun *computer* buat memandang bermacam media *online*, salah satunya merupakan periklanan. Dunia bisnis yang ingin berkembang dan berdaya saing harus mengikuti kemajuan zaman pada saat ini juga bisa memanfaatkan kesempatan ini untuk mempromosikan produk di media *online*.

Media *online* hanya dapat diakses dengan *internet*. Sekarang, Internet telah menjadi kebutuhan dan permintaan vital akan sandang dan papan. Melalui *Internet*, Anda dapat dengan cepat memperoleh berbagai informasi dari berbagai bidang, termasuk iklan ataupun profil industri, sekolah, organisasi, apalagi penjualan serta pemasaran online. Hanya dengan menjelajahi komputer, ponsel pintar, atau *gadget*.

Saat ini wabah *Covid 19* jadi pandemi mendunia setelah diumumkan oleh Badan Kesehatan Dunia penyebaran yang begitu sangat cepat *menjadikan Covid-19* selaku topik utama di bermacam negeri. Tidak terkecuali di Indonesia jumlah positif terinfeksi Virus Corona ataupun *Covid-19* terus menjadi hari terus menjadi bertambah, buat penangkalan penularan ataupun memutus penyebaran *covid 19* merupakan; dengan melindungi jarak serta mengenakan masker, akibat dari penangkalan tersebut industri properti tidak bisa melaksanakan pameran ataupun media brosur dimana pola tersebut dapat kurangi penjualan. Bentuk

Pemasaran yang digunakan oleh industri perumahan disaat ini mesti berganti, dimana wajib bisa mendekat/ memberikan informasi perumahan kepada konsumen, bukan hanya itu akibat *Covid 19* ini pula mengubah perilaku bisnis pelaksana usaha didalam melangsungkan usahanya. akibat dari *Covid 19* ini sangat dirasakan berbagai zona industri namun tidak berarti pelaksana properti mesti menyudahi dalam melakukan usahanya. akan tetapi perusahaan properti masih bisa berupaya tetap melakukan usahanya dan memasarkan melalui sistem *online(e- marketing)* dan juga tentang ini tidak akan melanggar syarat pemerintah terpaut syarat *social distancing*. Melalui peranan teknologi kegiatan usaha dan pendistribusian property masih bisa ditingkatkan. Mengenai ini dicoba dengan tujuan biar usaha properti tidak menyudahi begitu saja. Ada Norma baru buat pelaksana bisnis di kala menghadapi pandemi *Covid 19* yang mengharuskan pelaksana usaha guna lewat teknologi. Mengenai ini pula nantinya bakal berlaku pasca *Covid- 19* yang mengharuskan pelaksana properti *recovery*, Maka dari itu tujuan dari *website* promosi *property* ini untuk membantu konsumen dalam memilih *property* dengan berbagai promo yang ada di PT Winner nusantara jaya, dan juga memilih rumah yang akan di minati oleh konsumen, setelah kosumen berminat di salah satu *property* di *website* promosi *property* maka konsumen bisa menghubungi *marketing* yang tersedia di dalam *website* tersebut untuk mendapatkan info lebih lanjut dan juga untuk mengecek lokasi rumah yang diminati konsumen.

Winner Group berdiri dari tahun 2007 dengan induk perusahaan bernama PT. Winner Nusantara Jaya yang bergerak di bidang *Properti*. Perusahaan Winner Group adalah perusahaan yang bergerak di bidang *real estate* yaitu pengembang

*property (Developer)*. Saat ini Winner Group tengah menjajakan kawasan hunian baru di tengah kota Batam, yakni kawasan hunian Winner Gyana. Dalam hal pemasaran, perusahaan menggunakan sistem komisi untuk komisi *marketing* dalam pemasaran dan juga komisi untuk *freelance*. Ada dua jenis komisi yaitu:

- Komisi *closing fee* diambil dari biaya *booking fee* yang dibayarkan oleh konsumen saat memilih unit yang sudah di booking.
- Ketika pembayaran konsumen telah mencapai 10% dari harga jual, komisi penjualan dari *Marketing* akan keluar
- Untuk komisi *Marketing* mendapatkan fee 4% dari harga rumah dan untuk *Freelance* hanya mendapatkan 2,5% dari harga rumah

Dalam rangka mempromosikan produk *property*, PT Winner Nusantara Jaya melakukan pemasaran biasanya secara manual mempromosikan ke konsumen, dan jika ada konsumen yang membutuhkan hunian dan saat itu *marketing* mengajukan penawaran. Atau terkadang sering dalam melakukan pameran di pusat perbelanjaan besar atau pemasaran di mall. Cara pemasaran ini sangat efektif, tetapi membutuhkan biaya yang tidak sedikit karena butuh biaya untuk mencetak brosur dan juga ongkos ke lokasi yang cukup jauh. Jika konsumen yang ingin membeli rumah tetapi tidak berada di Batam cara ini akan sangat tidak efektif, dan akan lebih mahal jika tetap menggunakan cara manual yaitu menugaskan *marketing* melakukan pameran di luar kota Batam.

Karena perusahaan PT Winner Nusantara Jaya masih kurang dalam memiliki alat pemasaran untuk menjual rumah atau apartemen, dengan menggunakan teknologi berbasis web untuk kegiatan promosi yang dinilai masih kurang. dikarenakan bahwa teknologi informasi dapat digunakan semaksimal

mungkin untuk mempermudah dan meningkatkan kinerja PT Winner Nusantara Jaya mengembangkan sistem informasi pemasaran properti. Agar bisa bersaing di dunia bisnis ini. Dengan bantuan pemasaran online, PT Winner Nusantara Jaya dapat meminimalkan penggunaan biaya promosi, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Melalui pemasaran *online*, konsumen dapat dengan mudah mencari informasi tentang keberadaan perusahaan PT Winner Nusantara Jaya dan produk yang sudah ada. Karena *Internet* adalah jaringan *global* komputer yang sangat luas di dunia, setiap komputer saling terhubung di seluruh dunia dan berisi berbagai informasi mengenai penjualan di dunia *digital* dan konsumen dapat menghubungi *marketing* melalui kontak yang sudah tersedia di deskripsi perumahan di *website*.

Melalui pemasaran *online*, konsumen dapat dengan mudah mencari informasi tentang keberadaan perusahaan PT Winner Nusantara Jaya dan produk yang sudah ada. Karena Internet adalah jaringan global komputer yang sangat luas di dunia, setiap komputer saling terhubung di seluruh dunia dan berisi berbagai informasi mengenai penjualan di dunia digital dan konsumen dapat menghubungi marketing melalui kontak yang sudah tersedia di *website*.

Dan akan hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penulisan ilmiah yang berjudul **“APLIKASI PROMOSI PROPERTI BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE WATERFALL”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan kepada sesuai latar belakang yang sudah dijabarkan tadinya, identifikasi permasalahan yang akan dijadikan bahan pembuatan penelitian ini merupakan sebagai berikut :

1. Media penyebaran informasi promosi rumah kota Batam belum optimal
2. Kelengkapan informasi mengenai *property* masih perlu ditingkatkan
3. Belum adanya *website* khusus untuk *digital marketing* dalam menginformasikan *property* di PT Winner Nusantara Jaya

### 1.3 Pembatasan Masalah

Supaya terurut dan sesuai dari tujuan, batasan pada masalah pada penelitian ini berupa :

1. *Website* ditujukan bagi konsumen yang ingin membeli *property* yang ada di kota batam
2. Hanya membahas sistem informasi pemasaran secara *online* berbasis *web* pada perusahaan PT Winner Nusantara Jaya.
3. Antarmuka *Website* berfokus pada deskripsi yang ada di *Property*
4. Menggunakan Sublime text sebagai text editor untuk pengolahan data penulis menggunakan program php dan juga *database* MySQL yang sudah terdapat pada Localhost.

### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang pada di atas maka permasalahan dari penelitian ini adalah pada berikut:

1. Bagaimana cara merancang sistem pemasaran di perusahaan PT Winner Nusantara Jaya dalam memperkenalkan serta mempromosikan produk *property* kepada calon konsumennya?
2. Bagaimanakah mengevaluasi pada sistem pemasaran di perusahaan PT Winner Nusantara Jaya agar sistem berjalan dengan efektif dan efisien

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan Pada penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk merancang sistem pemasaran di perusahaan PT Winner Nusantara Jaya dalam memperkenalkan serta mempromosikan produk *property* kepada calon kosumennya
2. Untuk mengevaluasi pada sistem pemasaran di perusahaan PT Winner Nusantara Jaya agar sistem berjalan dengan efektif dan efisien

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat pada penelitian ini merupakan hal yang menjadi bagian penting pada sebuah penelitian, maka berikut manfaat yang dapat dihasilkan dari penelitian ini berupa:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

#### **1. Bagi Akademisi**

memberi informasi dan tambahan pengetahuan serta bisa digunakan untuk masa depan dalam manajemen informasi khususnya tentang sistem informasi pemasaran berbasis *online*.

#### **2. Bagi Peneliti**

Dapat menambah wawasan dan semakin mengerti tentang system *information* pemasaran dalam bidang *property*.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang bisa dihasilkan dari penelitian ini berupa:

- a) Bagi perusahaan  
Bisa dijadikan pertimbangan dan koreksi untuk pemimpin perusahaan agar tercapainya tujuan organisasi *digital marketing*.
- b) Bagi Pelanggan  
Mempermudah pelanggan mendapatkan informasi mengenai *property*, dan juga mengenai produk *property* yang lainya yang ada di perusahaan PT Winner Nusantara Jaya