



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen pemasaran menurut Wibowo (2019:8) “ Manejemen pemasaran merupakan kegiatan perencanaan, implementasi dan pengendalian strategi pemasaran dengan tujuan utama untuk mencapai tujuan pemasaran, sehingga *marketing plan* yang telah direncanakan dapat terealisasi dengan baik.”

Perumahan menurut UU RI No.41 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Pemukiman, rumah adalah struktur fisik atau bangunan terdiri dari ruangan, halaman dan area sekitarnya yang dipakai sebagai sarana pembinaan keluarga. Sedangkan perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan hunian yang dilengkapi dengan sarana dan prasarana lingkungan.

Perkembangan teknologi informasi yang terjadi saat ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari, dimana perkembangannya telah banyak merubah kehidupan manusia dan juga memberikan banyak manfaat seperti terciptanya fasilitas yang memberikan kemudahan bagi para pengguna teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi berpengaruh di berbagai bidang, salah satunya bidang bisnis. Pemanfaatan teknologi informasi dalam suatu perusahaan atau organisasi mampu mempengaruhi persaingan antar perusahaan, hal ini dikarenakan teknologi informasi memungkinkan suatu perusahaan memasuki pasar dengan mudah, murah dan tanpa batasan. Penggunaan dan pemanfaatan sistem informasi oleh perusahaan ditujukan untuk menunjang perkembangan dan kemajuan bisnis serta mempercepat suatu proses kerja agar lebih efisien dan teratur.

Manajemen pemasaran perumahan merupakan salah satu sektor yang membutuhkan pengimplementasian teknologi informasi. Penerapan teknologi informasi di dalam proses manajemen pemasaran perumahan memiliki fungsi sebagai



media penyampaian informasi perusahaan, meningkatkan efektivitas kinerja dan alat pendukung pemasaran dan pelayanan publik.

Kurangnya pengawasan terkait manajemen pemasaran perumahan akan berpengaruh terhadap harga perumahan dan laba perusahaan. Sebuah industri properti tidak lepas dari manajemen pemasaran perumahan, akan tetapi sering terjadi masalah di dalam manajemen pengelolaannya dan kurangnya penanganan. Minimnya inovasi dalam memasarkan unit perumahan juga memiliki pengaruh terhadap pemasaran.

PT Cipta Anugerah Musi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang properti berwujud (*real property*) yang berfokus pada pemasaran tanah dan bangunan (perumahan). Bisnis perumahan berkembang pesat karena meningkatnya minat masyarakat untuk membeli tanah, rumah, ruko dan bentuk properti lainnya. Perkembangan bisnis PT Cipta Anugerah Musi ditandai dengan jumlah properti yang berada di berbagai lokasi dengan luas lahan yang cukup besar. Terkait dengan bidang bisnis PT Cipta Anugerah Musi, maka proses pemasaran merupakan faktor penting bagi perkembangan dan kemajuan perusahaan.

Pada PT Cipta Anugerah Musi, proses manajemen pemasaran perumahan masih dilakukan secara manual. Dalam proses promosi masih menggunakan brosur. Penggunaan brosur sebagai media informasi yang diberikan kepada konsumen yang datang ke lokasi perumahan atau *event* di tempat umum. Dalam proses *booking* unit rumah, konsumen harus datang secara langsung ke perusahaan untuk melakukan transaksi reservasi rumah. Hal ini menyita waktu dan biaya dari konsumen. Proses pembelian serupa dengan proses reservasi yang mewajibkan konsumen mendatangi perusahaan untuk menyelesaikan proses pembelian rumah. Dalam pembuatan laporan dari proses *booking* dan juga pembelian, bidang administrasi mengumpulkan semua dokumen transaksi, baik itu transaksi *booking* dan pembelian, sehingga proses manajemen pemasaran perumahan pada PT Cipta Anugerah Musi mengalami kendala antara lain :



1. Kurang efisiensi dalam proses pemasaran dari segi inovasi pemasaran, informasi yang diberikan tidak secara *real-time*, tidak terintegrasi, tidak *user friendly* dan boros waktu serta tenaga untuk proses pembelian.
2. Seringnya terjadi kekeliruan perhitungan dalam proses pembuatan laporan hasil proses pemasaran mulai dari proses *booking* sampai dengan pembelian yang disebabkan perhitungannya masih menggunakan excel yang penggunaannya kurang efisien.

Untuk menangani hal tersebut, maka dibangunlah sebuah aplikasi khusus yang digunakan untuk memasarkan, mengelola serta mencatat laporan pemasaran pada PT Cipta Anugerah Musi yang menggunakan pemrograman *PHP* dan *database MySQL*. Aplikasi tersebut tidak hanya dapat diakses oleh satu orang atau admin saja, tetapi dapat diakses juga oleh konsumen dan pimpinan perusahaan. Adapun judul yang diajukan penulis dalam laporan akhir ini yaitu “**Aplikasi Manajemen Pemasaran Perumahan PT Cipta Anugerah Musi Berbasis Website**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana membuat aplikasi manajemen pemasaran perumahan yang dapat membantu pemasaran dari segi promosi perumahan, mempermudah konsumen maupun perusahaan dalam berinteraksi, mengurangi kekeliruan perhitungan hasil *booking* dan pembelian rumah dan mempercepat dalam pembuatan laporan manajemen pemasaran perumahan di PT Cipta Anugerah Musi?”

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi pokok permasalahan menjadi beberapa hal berikut :

1. Data hanya diperoleh di kawasan perusahaan PT Cipta Anugerah Musi.



2. Aplikasi ini dapat diakses oleh konsumen, admin pemasaran dan pimpinan PT Cipta Anugerah Musi.
3. Aplikasi ini dibangun dengan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai *database*.
4. Aplikasi manajemen pemasaran perumahan PT Cipta Anugerah Musi berbasis *website* dibuat berdasarkan kebutuhan perusahaan.

1.4 Tujuan

Adapun tujuan dari pembuatan laporan akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Membangun sebuah aplikasi manajemen pemasaran perumahan berbasis *website* bagi konsumen, admin pemasaran dan pimpinan pada PT Cipta Anugerah Musi.
2. Mengembangkan sebuah sistem informasi manajemen pemasaran perumahan pada PT Cipta Anugerah Musi.
3. Memenuhi salah satu persyaratan akademis dalam menyelesaikan pendidikan Diploma III Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat dari pembuatan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu konsumen dalam melakukan transaksi reservasi dan pembelian rumah serta melihat informasi rumah dan membantu admin pemasaran dalam melakukan proses pembuatan laporan manajemen pemasaran pada PT Cipta Anugerah Musi.
2. Untuk mengakomodasi semua proses transaksi maupun pelaporan manajemen pemasaran perumahan agar lebih cepat, efisien dan efektif.
3. Mampu meminimalisir kesalahan-kesalahan yang terjadi selama melakukan proses manajemen pemasaran perumahan.



1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Lokasi Pengumpulan Data dan Waktu Pelaksanaan

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis dilaksanakan di PT Cipta Anugerah Musi yang beralamat di Jalan Mayor Ruslan No. 168 C, 20 Ilir D. I, Ilir Timur I, 9 Ilir, Kec. Ilir Timur II, Kota Palembang Sumatera Selatan.

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam rangka mendukung tercapainya pengumpulan data dengan melakukan kegiatan sebagai berikut :

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:229), “Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek-objek alam yang lain.”

Untuk mencari kelengkapan data mengenai penyusunan Laporan Akhir ini, penulis mengamati atas apa yang dikerjakan oleh PT Cipta Anugerah Musi terutama di bidang pemasaran.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu (Esterberg dalam Sugiyono 2019:18).

Pada metode pengumpulan data ini penulis melakukan wawancara langsung dengan staff PT Cipta Anugerah Musi terkait dengan hal-hal yang ingin penulis ketahui dari sistem kerja di PT Cipta Anugerah Musi.



3. Studi Literatur

Menurut Pilendia (2020:4), “Studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengelolah bahan penelitian.”

Penulis melakukan pengumpulan, pembacaan, pencatatan dan mengolah bahan penelitian dari dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar maupun dokumen elektronik pada PT Cipta Anugerah Musi dengan tujuan untuk mendukung proses pembuatan laporan akhir yang dilakukan penulis.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan di dalam laporan kerja praktik ini memberikan gambaran yang jelas dan tujuan yang sesuai, maka penulis membuat sistematika penulisan lagporan kerja praktik ini menjadi 5 (lima) bagian, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan mengemukakan secara garis besar mengenai laporan akhir ini secara singkat dan jelas mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan secara singkat teori umum, teori judul, teori khusus dan teori program. Teori umum dan teori judul berisikan istilah-istilah yang digunakan dalam pembuatan sistem tersebut berkaitan dengan judul, teori khusus yaitu berkaitan dengan sistem yang digunakan dan sistem yang akan dibuat, teori program yang berkaitan dengan program yang akan dibuat.

**BAB III****GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini memaparkan sejarah singkat berdirinya PT Cipta Anugerah Musi, visi dan misi, logo perusahaan dan struktur organisasi.

BAB IV**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan pembahasan dari masalah yang ada mengenai Aplikasi Manajemen Pemasaran Perumahan PT Cipta Anugerah Musi Berbasis *Website*.

BAB V**KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi kesimpulan dari apa yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya. Sebagai tindak lanjut dari kesimpulan, maka akhir penulisan dikemukakan saran yang berguna bagi semua pihak.