

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi, mendorong banyak manusia untuk menciptakan inovasi - inovasi baru untuk membantu manusia dalam mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah, salah satunya yaitu internet. Sebuah perusahaan harus dapat membuat layanan informasi dan promosi untuk meningkatkan pelayanan pelanggan. Era globalisasi yang semakin dekat di mana perdagangan bebas menjadi suatu fenomena yang harus dihadapi dengan kesiapan yang matang dari berbagai faktor-faktor produksi yang dimiliki perusahaan (Setiawan, 2017).

Perumahan merupakan kebutuhan yang pokok manusia agar dapat menjalankan kehidupan, sehingga perumahan memiliki fungsi yang kompleks dalam kehidupan sehari-hari. Perumahan bukan hanya sebagai tempat tinggal oleh manusia, akan tetapi sekarang perumahan telah menjadi suatu lahan bisnis yang sangat menjanjikan. Perumahan pada umumnya dirancang dan dibangun oleh developer perumahan. Namun salah satu faktor penentu suksesnya seseorang developer perumahan menjalankan bisnis ini adalah baik atau tidaknya pemasaran. Biasanya, pemasaran perumahan dilakukan pada tempat-tempat keramaian dengan membuka ataupun menyewa stan ditempat tersebut. Pada masing-masing stan, pegawai pemasaran memberikan informasi mengenai rumah kepada calon pembeli. Namun hal ini dinilai kurang efektif, karena lingkup pemasaran hanya mencakup pembeli pada lokasi tertentu saja (Amirullah, 2018).

PT.D'One Property merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan perumahan dan tanah yang berlokasi di Sukarame Bandar Lampung, PT. D'One Property sering mengalami benturan dalam menghadapi konsumen yang terkesan ragu akan hasil dari perancangan dan pembangunan dari PT.D'One Property dalam membeli perumahan. Yang mana selama ini perusahaan dalam pemasarannya hanya mengandalkan brosur saja. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan alat komunikasi yang berbasis mobile agar lebih mudah dalam mempromosikan dan penjualan rumah.

Dari latar belakang di atas adalah belum adanya sistem pemasaran penjualan perumahan yang menggunakan sistem *mobile* yang mendukung keluhan atau permasalahan seperti konsumen harus datang ketempat lokasi. Maka dari itu sistem ini diperlukan untuk mempermudah proses pemasaran dan penjualan perumahan. Untuk itu penulis mengangkat judul **“Rekayasa Aplikasi Mobile Marketing untuk Perumahan Bersubsidi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana merancang dan membangun aplikasi mobile untuk pemasaran perumahan bersubsidi yang dapat digunakan pada PT. D'One Property?
2. Bagaimana menguji aplikasi mobile untuk pemasaran perumahan bersubsidi yang dapat digunakan pada PT. D'One Property menggunakan ISO ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada pemasaran perumahan pada PT. D'One Property.
2. Penelitian ini dibatasi pada perancangan dan pembuatan aplikasi pemasaran pada PT. D'One Property.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah sebagai berikut :

1. Merancang dan membangun suatu aplikasi pemasaran perumahan bersubsidi.
2. Menguji aplikasi mobile untuk pemasaran perumahan bersubsidi yang dapat digunakan pada PT. D'One Property menggunakan ISO menggunakan aspek *functionality* dan *usability*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat mendapatkan informasi mengenai marketing perumahan pada PT. D'One Property.
2. Hasil penelitian ini PT. D'One Property dapat mempermudah dan memperluas dalam proses pemasaran perumahan bersubsidi.
3. Memberikan informasi yang lengkap mengenai pemasaran perumahan bersubsidi pada PT. D'One Property.