

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada zaman ini dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan bisnis-bisnis baik baru maupun yang sedang berjalan, kemunculan teknologi yang menjadi sebuah *new media* adalah era internet (Diandini, et al., 2016), dimana dijelaskan *new media* memiliki sembilan komponen yaitu, *digitality* (bersifat digital), *interactivity* (dapat berinteraksi), *hypertext* (dapat memiliki *link*), *dispersal* (luas), *shared* (dapat berbagi), *social* (dapat bersosialisasi), *virtuality* (membuat dunia virtual), *global and local* (tidak berjarak), dan *everywhere at once* (tidak berwaktu). Dengan begitu pemasaran perusahaan yang semula tradisional (*offline*) sekarang beralih ke *digital (online)*. Pemakaian internet menjadi sarana yang ampuh dalam melakukan aktivitas pemasaran properti melalui *website*. Kegiatan pemasaran yang menggunakan internet ini disebut *e-marketing*. Dimana *e-marketing* dapat memudahkan *client* memperoleh informasi properti secara cepat dan efisien, sehingga mempertahankan kepuasan kepada konsumen. Sehingga perusahaan dapat melakukan penyebaran promosi lebih luas lagi. Dengan memanfaatkan teknologi *e-marketing* perusahaan memiliki target bisnis yang jelas untuk membidik lebih banyak konsumen (Susanti, 2018).

Oleh karena itu dibutuhkan sebuah sarana pemasaran menggunakan *website real estate* yang sesuai dengan bidang usaha perusahaan yaitu pembangunan *website* pemasaran atau *e-marketing* mengikuti tahapan-tahapan dari SOSTAC *framework* yaitu menganalisis *Situation* (situasi) perusahaan, *Objective*, *Strategy*, *Tactic*, *Action*, dan *Control*. Dengan menggunakan SOSTAC *framework* ini dapat

memberikan *output* dari *design e-marketing* yang *user friendly* dan dilakukan *testing* fungsional sistem secara keseluruhan (Saputra & Saputra, 2015).

Sejalan dengan kemunculan perkembangan teknologi sebagai sarana aktivitas pemasaran pada PT. Dimitra Adi Wijaya belum menerapkan system informasi melalui website. PT Dimitra Adi Wijaya Property merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *marketing property agent, developer* dan kemitraan yang berlokasi di Labuhan Ratu Kecamatan Kedaton tepatnya di kompleks Perumahan Putra Kedaton Blok F6 Kota Bandar Lampung. Menjadi agensi properti berarti mempromosikan sekaligus menjual properti dari *developer* lain di luar PT. Dimitra Adi Wijaya. Namun dalam perkembangannya juga mempunyai produk properti yang berdiri di lokasi milik sendiri oleh PT. Dimitra Adi Wijaya yang disebut sebagai *developer*. Lain halnya dengan kemitraan dimana perusahaan memberikan kesempatan pihak di luar *developer* yaitu masyarakat umum dapat menanamkan modal berupa uang untuk digunakan pembangunan unit perumahan yang dimiliki *developer* maupun lahan yang dimiliki perusahaan PT. Dimitra Adi Wijaya untuk dibagi keuntungan yang di sebut sebagai bisnis kemitraan.

Saat ini masalah media promosi masih dalam bentuk brosur yang di promosikan secara *offline* ke tempat- tempat acara pameran maupun acara lainnya. Dengan belum dimilikinya sistem terkait promosi membuat PT. Dimitra Adi Wijaya yang belum dikenal luas oleh masyarakat baik itu di Bandar Lampung dan juga masyarakat luar Kota Bandar Lampung sehingga kesulitan mendapat calon *customer* untuk dapat mengenal produk properti yang ada di PT. Dimitra Adi Wijaya. Dengan alasan dari beberapa fenomena tersebut dan juga belum pernah

dilakukan penelitian mengenai pembuatan *website*, menjadi alasan mengapa objek penelitian dilakukan pada PT Dimitra Property.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengangkat proposal skripsi yang berjudul “**Rancang Bangun Aplikasi *E-Marketing* Berbasis Web Menggunakan Metode SOSTAC**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. pemasaran properti saat ini masih menggunakan brosur dan pemasangan spanduk di pinggir jalan dalam jumlah besar dan mahal.
2. belum adanya strategi melalui media website yang interaktif untuk menunjang kegiatan pemasaran guna mempromosikan properti yang ada di PT. Dimitra Adi Wijaya sehingga perusahaan belum dapat memperluas jangkauan pemasaran properti.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis system pemasaran yang ada di PT Dimitra Adi Wijaya Property.
2. Menghasilkan Rancang Bangun Aplikasi *E-Marketing* Berbasis Web Menggunakan Metode SOSTAC yang diharapkan memberikan informasi properti PT. Dimitra Adi Wijaya kepada konsumen.

1.4 Batasan Masalah

Batasan pada penelitian ini adalah :

1. *Stakeholder* dari sistem ini adalah admin (*marketing*) dan konsumen.
2. Aplikasi dapat menampilkan informasi berupa media gambar yang berhubungan dengan properti.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1.5.1 Bagi Perusahaan :

1. Memperluas jangkauan pemasaran properti.
2. Memberikan kemudahan untuk menambahkan informasi berupa konten ke dalam *website* utama.

1.5.2 Bagi Universitas Teknokrat Indonesia :

1. Universitas Teknokrat Indonesia dikenal di instansi perusahaan.
2. Universitas Teknokrat Indonesia akan dapat menguatkan kualitas lulusannya melalui hasil penelitian skripsi yang dilakukan oleh mahasiswa.

1.5.3 Bagi Peneliti :

1. Menambah wawasan tentang *marketing* dengan menggunakan metode SOSTAC.
2. Dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam menerapkan Aplikasi *e- marketing* berbasis web untuk media pemasaran properti.

1.5.4 Bagi Konsumen :

1. Memperoleh informasi yang *up to date* mengenai spesifikasi properti.
2. Dapat dimanfaatkan untuk referensi untuk memilih properti