

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis khususnya bidang properti, saat ini secara aktual terus melonjak pesat, dan persaingan bisnis antar developer properti cukup ketat. Berbagai macam metode cara jual dan promosi telah diterapkan untuk mendapatkan umpan balik positif dari pelanggan, guna meningkatkan kuantitas penjualan.

Satu hal penting didalam proses penjualan properti (perumahan) adalah strategi jitu promosi yang didapatkan melalui *brainstorming*, developer properti sudah menggunakan beberapa metode promosi produk melalui media atau alat pendukung seperti, brosur, maket, serta rumah contoh yang ada dilokasi.

Aktivitas promosi memiliki peranan penting untuk meningkatkan ketertarikan calon pembeli dengan produk yang akan dijual. Ada beberapa unsur bauran promosi yang menunjang aktivitas tersebut, yaitu: Periklanan (Advertising), Penjualan pribadi (Personal Selling), Publisitas (Publicity), Promosi penjualan (Sales Promotion) dan Pemasaran langsung (Direct Marketing). [1]

Dari bauran unsur promosi tersebut beberapa metodenya sudah diterapkan didalam sistem promosi produk di berbagai bidang, salah satunya bidang Properti dan Real Estate. Perusahaan dibidang Properti dan Real Estate yang sudah menggunakan beberapa metode bauran promosi tersebut salah satu nya PT. Graha Sultan Raya Situbondo.

Namun dari penggunaan metode tersebut masih ditemukan beberapa hal yang dianggap belum maksimal, bisa dikatakan dari metode bauran Publisitas dan Promosi penjualan, sistem yang digunakan belum ada perbaruan atau inovasi, meskipun produk yang dijual adalah perumahan subsidi tipe 36 yang diperuntukan bagi masyarakat berpenghasilan menengah, tetapi publisitas dan promosi tetap harus diutamakan agar bisa memberikan pelayanan terbaik dan terkesan bernilai dimata konsumen.

Sejauh ini berdasarkan survey pada PT. Graha Sultan Raya Situbondo, pihak developer sudah menggunakan teknologi pemasaran digital berupa Website, sedangkan kompetitor setara sudah selangkah lebih maju dengan menggunakan pemasaran digital lain berupa *social media* dan aplikasi *Augmented Reality* walaupun belum banyak ditemukan untuk perumahan subsidi.

Augmented Reality sendiri merupakan teknologi yang menyatukan benda maya dua dimensi ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut secara real dalam waktu nyata [2].

Tidak dapat dipungkiri dimasa sekarang lebih tepatnya pada era *pandemic covid-19* teknologi akan sangat membantu dalam proses promosi produk, terutama dalam bidang *property* perumahan atau *Real Estate*, banyak developer properti komersil yang telah mengandalkan teknologi untuk membantu promosi penjualan contohnya perusahaan besar seperti Agung Podomoro Land, Ciputra dan masih banyak lagi.

Penerapan aplikasi *Augmented Reality* dalam sistem promosi penjualan rumah subsidi dapat membantu memfasilitasi pihak developer dalam memasarkan produknya, karena pada aplikasi akan ditampilkan objek 3D rumah, gambar, serta informasi lengkap spesifikasi bahan bangunan rumah.

Dari uraian diatas, menjelaskan tentang permasalahan yang ditemukan pada proses promosi penjualan rumah subsidi, kemajuan teknologi bisa sangat berdampak di berbagai bidang, maka dari itu setiap produsen atau perusahaan yang ingin terus bersaing, wajib jeli dengan kemajuan teknologi saat ini, mengingat rata-rata masyarakat saat ini sudah hidup berdampingan dengan teknologi adalah hal yang mendasari dilakukannya penelitian ini mengenai “Pembangunan Aplikasi *Augmented Reality* Untuk Perumahan PT. Graha Sultan Raya Situbondo Sebagai Media Promosi Digital”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana cara pembuatan aplikasi media promosi produk rumah subsidi dengan menerapkan teknologi *Augmented Reality* berbasis android untuk calon konsumen developer PT. Graha Sultan Raya Situbondo
2. Bagaimana agar penggunaan aplikasi *Augmented Reality* mudah dipahami dan digunakan oleh calon konsumen?

1.3 Tujuan

Tujuan dan manfaat yang diharapkan dapat menjadi solusi penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan membuat media promosi produk rumah subsidi dengan menerapkan teknologi *Augmented Reality* (AR) menggunakan Unity 3D. Aplikasi ini mempunyai fitur objek 3D interior dan eksterior, serta informasi lengkap gambar dan spesifikasi bangunan agar dapat memudahkan pihak developer khususnya bidang Marketing dan Sales dalam proses penjualan.
2. Membangun desain grafis simpel yang memenuhi prinsip desain *User Interface* dan *User Experience* serta diimplementasikan kedalam aplikasi AR agar aplikasi cepat dan mudah dipahami oleh pengguna.

1.4 Ruang Lingkup Proyek Akhir

Adapun batasan dalam pengerjaan proyek akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi ini dirancang dan dibangun khusus untuk developer perumahan subsidi PT. Graha Sultan Raya Situbondo.
2. Materi yang ditampilkan/dipromosikan adalah objek 3D eksterior dan interior rumah, sesuai dengan rencana awal kerja sama penelitian dari pihak penulis dan developer.
3. Versi android minimal yang digunakan adalah android *kitkat*.
4. Aplikasi berisi objek 3D (Eksterior dan Interior), gambar denah interior rumah, gambar render façade, serta informasi lengkap spesifikasi bahan bangunan.

5. Aplikasi AR yang saya buat hanya untuk mempromosikan untuk contoh satu rumah saja untuk type 36

1.5 Metodologi Pengerjaan

Pada metodologi pengerjaan ini kami menggunakan metode yang digunakan untuk perancangan aplikasi PT.Graha Sultan Raya Situbondo adalah *Multimedia Development Life Cycle / (MDLC)* dengan tahapan sebagai berikut:

1. *Concept* (Konsep)
2. *Design* (Perancangan)
3. *Material Collecting* (Pengumpulan Material)
4. *Assembly* (Pembuatan)
5. *Testing* (Pengujian)
6. *Distribution* (Distribusi)