

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ali Akbar Rismayadi dkk pada tahun 2021. Dengan judul Algoritma K-Means Clustering Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Di CV. Integreet Kontruksi. Penelitian ini menjelaskan, Semakin ketatnya persaingan bisnis, menuntut setiap perusahaan untuk bekerja semaksimal mungkin agar dapat tetap unggul dalam persaingan. Salah satu caranya adalah dengan menentukan strategi pemasaran yang paling tepat guna menarik konsumen yang lebih banyak. CV.Integreet Konstruksi merupakan sebuah perusahaan jasa yang bergerak di bidang konstruksi, untuk sebuah perusahaan yang cukup besar perusahaan ini masih sering kesulitan dalam menentukan strategi pesaran seperti apa yang paling tepat, hal tersebut berdampak pada jumlah penjualan yang menurun setiap bulannya. Informasi dari data penjualan sebenarnya dapat di olah untuk dijadikan dasar dalam penentuan strategi pemasaran yang tepat. Diperlukan suatu teknik atau perangkat untuk membantu mentransformasikan data tersebut menjadi informasi berguna yaitu dengan penerapan data mining. Salah satu metode dari data mining yang dapat digunakan adalah metode Clustering, di mana metode ini akan mengidentifikasi objek yang memiliki kesamaan karakteristik tertentu. Algoritma yang digunakan untuk pembentukan cluster adalah algoritma K-Means.(Rismayadi et al., 2021)

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adi Nugroho Susanto Putro dkk pada tahun 2019. Dengan judul Implementasi Algoritma FP-Growth untuk

Strategi Pemasaran Ritel Hidroponik (Studi Kasus : PT. HAB). Penelitian ini menjelaskan, PT. Hidroponik Agrofarm Bandung (HAB) perusahaan yang bergerak di bidang budidaya sayur dan buah hidroponik. PT. HAB mengalami permasalahan dalam menjual hasil panen. Permasalahan pertama, produk PT. HAB adalah sayur dan buah segar tanpa pengawet yang tidak dapat bertahan lama. Permasalahan kedua, perilaku pelanggan sulit ditebak di pasar sehingga barang tidak terjual maksimal. PT. HAB memerlukan strategi pemasaran yang tepat. Kebiasaan belanja pelanggan dapat dicari polanya menggunakan teknik data mining asosiasi. Ada dua algoritma dalam analisis asosiasi, yaitu Apriori dan FP-Growth.(Putro & Gunawan, 2019)

PT. Bukit Napa Jaya adalah perusahaan Pelaksanaan konstruksi berbentuk PT. PT. Bukit Napa Jaya beralamat di Jl. Bukit Napa Kel. Kuranji Kec. Kuranji kabupaten KotaPadang. PT. Bukit Napa Jaya adalah badan usaha berpengalaman yang mengerjakan proyeknasional. Di perusahaan ini terdapat perumahan bersubsidi dan perumahan dengan beberapa jenis tipe. Tidak hanya itu konsumen pun bisa *request* untuk tipe dan jenis rumah. Perkembangan teknologi yang semakin pesat khususnya di bidang komputerisasi mendorong banyak instansi dan perusahaan-perusahaan milik negara maupun swasta untuk dapat memanfaatkan teknologi ini agar mampu bersaing dalam era globalisasi seperti sekarang ini. Sejalan dengan lajunya perkembangan dunia teknologi modern ini, banyak mengakibatkan perubahan kehidupan manusia dalam menangani setiap permasalahan yang terjadi dan ada hubungannya dengan proses pengembangan pemasaran secara menyeluruh. Strategi pemasaran sangatlah dibutuhkan pada perusahaan ini dalam pengembangan

digitalisasi. Adapun masalah yang di alami pada PT. Bukit Napa Jaya yaitu tidak adanya sebuah sistem untuk menentukan rumah tipe brapa yang paling diminati oleh konsumen, karena setiap tipe rumah mengalami tingkat penjualan yang berbeda. Sehingga tingkat penjualan rumah yang di alami oleh PT. Bukt Napa Jaya tidak stabil setiap bulan nya.

Kalau kita telusuri kemajuan yang telah di capai ini, sangat erat hubungannya dengan sebuah strategi pemasaran dalam pengembangan digitalisasi. Hampir semua perusahaan memiliki strategi untuk mempermudah perusahaan tersebut dalam pemasaran produknya. Dengan demikian peneliti membuat strategi pemasaran dalam pengembangan digitalisasi pada perusahaan ini menggunakan metode K-Medoids. Dimana nantinya peneliti akan melakukan *clustering* data penjualan pada perusahaan ini menggunakan aplikasi rapid miner untuk menentukan penjualan dengan tipe rumah mana yang paling diminati oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan agar perusahaan ini dapat berkembang seiring dengan perkembangan di era digitalisasi saat ini terutama di bagian pemasaran. Dalam penelitian ini dapat diketahui bagaimana strategi pemasaran yang dimiliki PT. Bukit Napa Jaya dengan menggunakan metode K-Medoids.

K-Medoids merupakan suatu algoritma yang digunakan untuk menemukan medoids didalam sebuah kelompok (cluster) yang merupakan titik pusat dari suatu kelompok (cluster). Algoritma K-Medoids lebih baik dibandingkan dengan K-Means karena pada K- Medoids kita menemukan k sebagai objek yang representatif untuk meminimalkan jumlah ketidaksamaan objek data, sedangkan pada K-Means menggunakan jumlah jarak euclidean distances untuk objek data.(Sindi et al., 2020)

Pengembangan strategi pemasaran sangat lah di butuhkan untuk membantu perusahaan ini dalam meningkatkan penjualannya, Berdasarkan latar belakang masalah maka peneliti akan melakukan sebuah pengembangan strategi pemasaran dengan melakukan penginputan data perusahaan menggunakan metode k-medoids untuk membuat strategi pemasaran di perusahaan ini dan bertujuan untuk meningkatkan penjualannya. Dengan adanya permasalahan diatas, maka penelitian ini diberi judul:

“STRATEGI PEMASARAN PERUMAHAN DALAM PENGEMBANGAN DIGITALISASI PEMASARAN PADA PT. BUKIT NAPA JAYA MENGGUNAKAN METODE K-MEDOIDS”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan permasalahan yang akan dibahas pada laporan ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan sistem untuk menentukan rumah tipe brapa yang paling diminati oleh konsumen pada PT. Bukit Napa Jaya ?
2. Bagaimana strategi pemasaran ini bisa mengstabilkan dan meningkatkan penjualan rumah yang ada pada PT. Bukit Napa Jaya ?

1.3 Hipotesa

Hipotesa merupakan dugaan sementara dimana nantinya akan dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan. Berdasarkan permasalahan yang ada dapat dikemukakan beberapa hipotesa sebagai berikut :

1. Diharapkan penerapan sistem untuk menentukan rumah dengan tipe brapa yang paling diminati ooleh konsumen menggunakan metode K-Medoids dapat meningkatkan strategi pemasaran pada PT. Bukit Napa Jaya.
2. Diharapkan strategi pemasaran pada perusahaan PT. Bukit Napa Jaya dapat menstabilkan dan meningkatkan penjualan rumah yang ada.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok dalam penelitian ini maka peneliti memberikan Batasan masalah yaitu, Peneliti akan melakukan penerapan strategi pemasaran perumahan dalam pengembangan digitalisasi pemasaran dengan cara melakukan klasterisasi data penjualan untuk mengetahui tipe rumah mana yang paling banyak diminati konsumen pada PT. Bukit Napa Jaya menggunakan aplikasi rapid miner dan metode K-Medoids.

1.5 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, ada beberapa tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk membuat sebuah sistem strategi pemasaran perumahan dalam pengembangan digitalisasi pada PT. Bukit Napa Jaya.
2. Untuk mrlakukan penerapan strategi pemasaran dalam menstabilkan dan meningkatkan penjualan rumah pada PT. Bukit Napa Jaya.
3. Untuk menerapkan pembelajaran selama dikampus pada penelitian yang dilakukan pada PT. Bukit Napa Jaya.

4. Untuk menentukan rumah tipe berapa yang harus banyak dibuat atau dibangun sesuai dengan peminatan konsumen dengan sistem yang telah dibuat pada PT. Bukit Napa Jaya.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari hasil penelitian diperusahaan ini yaitu :

1. Dengan adanya strategi pemasaran dalam pengembangan digitalisasi dapat membuat Perumahan PT. Bukit Napa Jaya semakin berkembang untuk strategi pemasarannya.
2. Dengan adanya strategi pemasaran dapat menstabilkan dan meningkatkan penjualan rumah pada PT. Bukit Napa Jaya.
3. Dengan adanya pembelajaran selama di kampus peneliti dapat menerapkannya pada penelitian ini dan peneliti dapat pembelajaran baru pada PT. Bukit Napa Jaya.
4. Dengan adanya peminatan konsumen yang lebih banyak pada rumah dengan tipe tertentu peneliti dapat menentukan rumah tipe berapa yang harus banyak dibangun pada PT. Bukit Napa Jaya.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.7.1 Sekilas Tentang PT. Bukit Napa Jaya

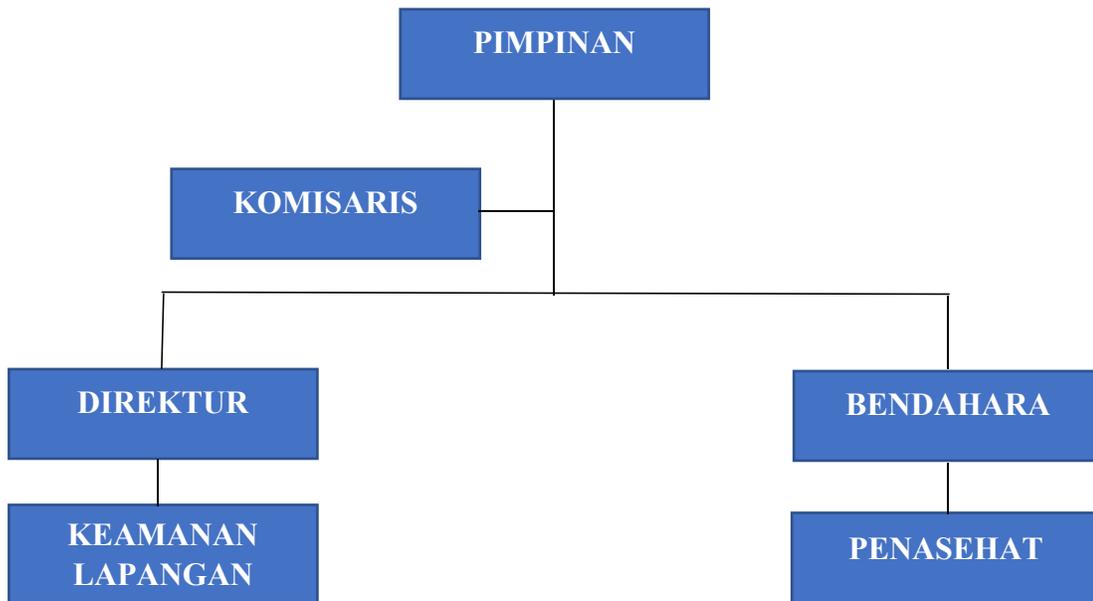
PT. Bukit Napa Jaya adalah perusahaan Pelaksanaan konstruksi berbentuk PT. PT. Bukit Napa Jaya beralamat di Jl. Bukit Napa Kel. Kuranji Kec. Kuranji Kota Padang Sumatera Barat. Perusahaan ini di dirikan pada tahun 2017, perusahaan ini membuat perumahan bersubsidi yang berkerjasama dengan pemerintah. Tidak hanya

perumahan subsidi, perusahaan ini juga menjual rumah dengan berbagai tipe dan juga bisa membuat rumah dengan berbagai tipe atau jenis sesuai request dari konsumen.

PT. Bukit Napa Jaya adalah badan usaha berpengalaman yang mengerjakan proyek nasional. PT. Bukit Napa Jaya saat ini memiliki kualifikasi. PT. Bukit Napa Jaya dapat mengerjakan proyek-proyek dengan sub klasifikasi :
BG001 Jasa Pelaksana Untuk Konstruksi Bangunan Hunian Tunggal dan Koppel.
BG002 Jasa Pelaksana Untuk Konstruksi Bangunan Multi atau Banyak Hunian.

1.7.2 Struktur Organisasi

Dengan adanya struktur organisasi diharapkan akan dapat diketahui dengan jelas mengenai tugas, wewenang dan tanggung jawab di PT. Bukit Napa Jaya. Adapun struktur organisasi PT. Bukit Napa Jaya dapat dilihat pada gambar 1.1 sebagai berikut:



Sumber : PT. Bukit Napa Jaya

Gambar 1.1 Struktur Organisasi PT. Bukit Napa Jaya

1.7.3 Tugas dan Tnggung Jawab

Berikut adalah uraian pekerjaan pada PT.Bukit Napa Jaya

1. Pimpinan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 - a. Memimpin seluruh kegiatan yang ada di perusahaan.
 - b. Mengatur dan membagi pekerjaan karyawan.
 - c. Pengaturan gaji karyawan.
 - d. Bertanggung jawab penuh atas kerugian dan keuntungan perusahaan.
2. Komisaris mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 - a. Bertanggung jawab atas kinerja perusahaan.
 - b. Mendukung, mengangkat, dan memberikan penilaian pada kinerja karyawan.
 - c. Memastikan sumber keuangan pada perusahaan cukup.
 - d. Melakukan pengesahan pada setiap anggaran yang keluar.
3. Direktur mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 - a. Menyusun strategi bisnis untuk perusahaan.
 - b. Melakukan evaluasi perusahaan.
 - c. Melakukan rapat rutin.
 - d. Menunjuk orang yang mampu memimpin.
 - e. Mengawasi situasi perusahaan.
4. Bendahara mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a. Menyusun rencana anggaran.
- b. Memfasilitasi kebutuhan pembiayaan program kerja dan roda perusahaan.
- c. Menyusun laporan dan pembukuan.
- d. Mengetahui transaksi perusahaan.
- e. Mengatur dan mengelola bukti transaksi
 - 5. Keamanan lapangan mempunyai tanggung jawab sebagai berikut :
 - a. Mengontrol kinerja dan jalannya proyek di lapangan.
 - b. Bertanggung jawab penuh atas jalannya proyek di lapangan.
 - 6. Penasehat mempunyai tanggung jawab sebagai berikut.
 - a. Memberi arah kebijakan, masukan, nasehat dan pertimbangan-pertimbangan dalam suatu ide atau program dalam pengembangan perusahaan.
 - b. Sebagai penampung aspirasi dalam usaha-usaha pengembangan perusahaan.