

# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 LATAR BELAKANG

### Grafik Properti

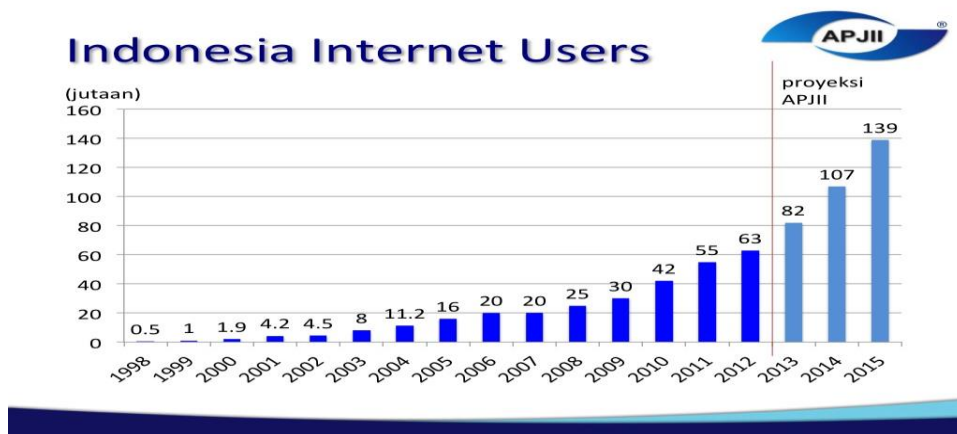
Berikut adalah grafik perkembangan properti di Indonesia



**Gambar I.1 Perkembangan properti di Indonesia (Kompas, Februari 2013)**

Perkembangan properti di Indonesia sangatlah pesat. Menurut perhitungan *Area Analytics* berdasarkan data *UrbanIndo.com*, sejak Bulan Agustus 2012 hingga Februari 2013 pemasaran properti di Indonesia selalu mengalami peningkatan setiap bulannya, di akhir bulan Februari 2013 total properti yang dipasarkan mencapai 101 juta properti yang terjual di Indonesia (Kompas, Februari 2013). Hal tersebut merupakan nilai yang cukup besar dan akan terus berkembang setiap tahunnya. Ar- rahman Properti (AR Properti), sebagai salah satu bentuk usaha bidang properti yang didirikan sejak tahun 2005 juga terus mengembangkan usahanya. Pada awal pendiriannya AR Properti hanya fokus pada sektor kontraktor bangunan rumah untuk properti menengah ke bawah. Namun AR Properti tidak berkembang sesuai yang diinginkan. Seiring berjalannya waktu, Dalam perkembangannya juga AR Properti ingin bergerak di bidang agen jual beli properti untuk wilayah Jabodetabek dan baru pada tahun 2012 AR properti menjadi agen jual beli properti. Sebagai agen jual beli properti AR Properti sangat membutuhkan data dan informasi selengkap-lengkapny tentang properti yang sedang dijual dan juga sedang diminati oleh pelaku industri properti.

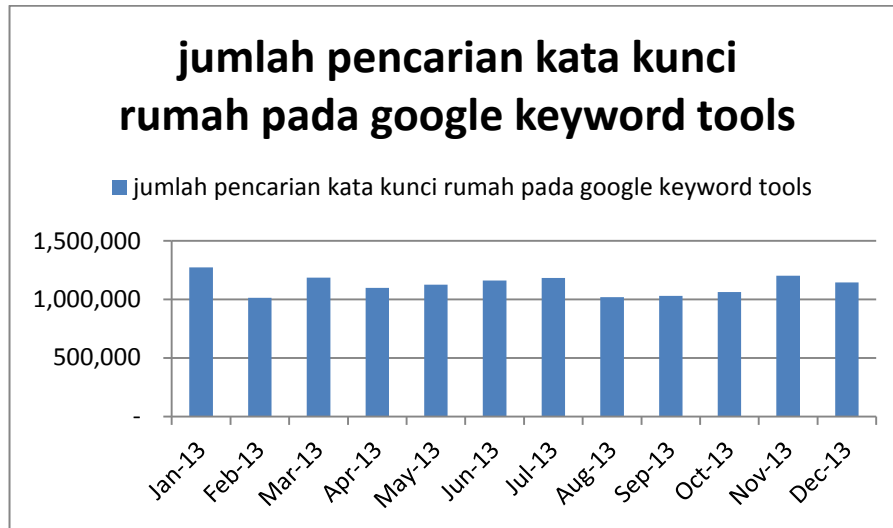
Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Penggunaan internet khususnya *website* jual beli dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. Sedangkan pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partai-partai besar, melalui pelabuhan laut seperti kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak yang terlibat dibandingkan pemasaran lewat internet. Pemasaran di internet sama dengan *direct marketing*, konsumen dapat berhubungan langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri.



**Gambar I.2 Pengguna Internet di Indonesia (APJII, 2013)**

Sebuah survei yang diselenggarakan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2012 mencapai 63 juta orang atau 24,23 persen dari total populasi negara ini. Tahun berikutnya, angka itu diprediksi naik sekitar 30 persen menjadi 82 juta pengguna dan terus tumbuh menjadi 107 juta pada 2014 dan 139 juta atau 50 persen total populasi pada 2015 (Kompas, 12 Januari 2013).

Dalam perkembangan bisnis, bisnis *online* menjadi primadona baru dalam melakukan kegiatan jual beli barang maupun jasa yang diinginkan. Begitupun juga pada bisnis properti. Pelaku bisnis properti cenderung lebih memilih media *website* untuk melakukan aktifitas jual beli properti.



**Gambar I.3 Jumlah pencarian kata kunci pada google keyword tools**

Berdasarkan penelusuran di mesin pencari *google*, jumlah pencarian kata kunci rumah pada *google keyword tools* selalu berubah-ubah, namun dari data yang diperoleh jumlah pencariannya cukup stabil yaitu selalu diatas 1.000.000 pencarian tiap bulannya. Hal tersebut yang mendorong untuk menciptakan suatu bisnis *website* jual beli properti baru karena jumlah tersebut merupakan pasar internet yang baik untuk menjalankan sebuah bisnis *online* untuk bidang jual beli properti.

## **I.2 RUMUSAN MASALAH**

Hal utama yang harus dilakukan sebelum memulai usaha adalah membuat perencanaan bisnis (*business plan*) guna meminimalisasi resiko atau kerugian yang mungkin terjadi. Penyusunan bisnis ini dibuat secara sistematis yang akan menganalisa perencanaan strategi, perencanaan fungsional atau teknis, dan perencanaan keuangan. Dalam hal ini masalah yang diangkat adalah:

1. Bagaimana rencana pemasaran yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini?

2. Bagaimana rencana teknis atau operasi layanan yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini?
3. Bagaimana rencana manajemen dan organisasi yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini?
4. Bagaimana rencana keuangan yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini?

### **I.3 TUJUAN PENELITIAN**

1. Mendeskripsikan bagaimana rencana pemasaran yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini.
2. Mendeskripsikan bagaimana rencana teknis atau operasi layanan yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini.
3. Mendeskripsikan bagaimana rencana struktur organisasi dan sumber daya manusia yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini.
4. Mendeskripsikan bagaimana rencana keuangan yang digunakan dalam menjalankan bisnis *website* jual beli properti ini.

### **I.4 MANFAAT PENELITIAN**

1. Bagi perusahaan
  - 1) Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya perusahaan dalam mengelola sumber daya yang efektif, menyusun strategi pemasaran dan keuangan untuk mendukung pencapaian visi, misi, dan tujuan perusahaan.
  - 2) Dapat memberikan masukan pengambilan keputusan tindakan nyata dalam perencanaan bisnis ini dan menentukan kebijakan perusahaan dimasa yang akan datang mengenai strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi perusahaan
2. Bagi Investor
  - 1) Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi di *website* jual beli properti

## **I.5 BATASAN MASALAH**

Untuk mendapatkan suatu hasil seperti yang diharapkan, lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian maka perlu dilakukan pembatasan dalam penelitian ini yaitu,

1. Penelitian hanya menitik beratkan pada rencana bisnis, untuk internet marketing dan pengembangan *website* tidak dibahas secara terperinci
2. Pada perencanaan keuangan tidak dilakukan pembagian profit pada pemegang saham
3. Pada perencanaan teknis, kantor yang digunakan merupakan *virtual office*