BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, pembangunan di segala bidang akan mengalami pertumbuhan dan peningkatan. Tidak terkecuali bidang ekonomi yang mengacu pada kebutuhan primer. Kebutuhan primer merupakan tuntutan secara alamiah yang harus dipenuhi. Manusia akan berusaha sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhan primernya. Artinya, bila kebutuhan ini tidak terpenuhi, manusia akan mengalami kesulitan. Itulah sebabnya mengapa kebutuhan ini disebut juga dengan kebutuhan dasar manusia. Salah satu kebutuhan primer manusia yang sangat dibutuhkan saat ini adalah rumah, perumahan atau tempat tinggal. Perkembangan bisnis properti yang terjadi saat ini tidak lepas dari pertumbuhan penduduk itu sendiri. Semakin padatnya pertumbuhan penduduk menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan perumahan, hal ini mendorong para *develover* perumahan untuk membuat solusi alternatif perumahan yang sesuai dengan apa yang di cita-citakan konsumennya. Salah satu perusahaan properti yang sedang dibangun saat ini adalah perumahan Cigadung Greenland yang berlokasi di kelurahan Cigadung, Kecamatan Cibeunying kaler Kota Bandung. Perumahan Cigadung Greenland ini merupakan salah satu produk perumahan yang dikelola oleh PT. Hanggar Anugerah Sejati yang dibangun sejak awal Oktober 2013 sampai sekarang.

Saat ini masyarakat sebagai calon konsumen dihadapkan pada berbagai jenis pilihan, tipe rumah, serta variatif harga yang ditawarkan oleh para *developer* perumahan. Hal ini karena banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang properti yang menawarkan produk rumah dengan kelebihannya masing-masing. Pada saat ini Perumahan Cigadung Greenland mempunyai konsep unik yang jarang dimiliki oleh perusahaan properti lainnya yakni *free design* dalam penaataan tata letak ruangannya sesuai dengan permintaan konsumennya, namun hal ini tidak banyak diketahui oleh masyarakat karena perumahan Cigadung Greenland sendiri hanya melakukan strategi promosinya berupa viral saja, sehingga masih ada beberapa kavling tanah yang masih kosong dan unit rumah yang belum terjual, sedangkan saat ini sudah banyak industri perumahan yang bermunculan dipasaran, sehingga

mengakibatkan timbulnya persaingan yang semakin ketat dan menjadi salah satu kendala bagi perumahan Cigadung Greenland. Oleh karena itu perumahan Cigadung Greenland membutuhkan berbagai strategi dalam melakukan perancangan promosi perumahannya selain promosi berbentuk viral.

Idealnya dalam hal ini informasi tentang perumahan Cigadung Greenland seperti profil perumahan, lokasi, tipe rumah, luas tanah, harga serta angsuran pembayaran dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat, sehingga tertarik untuk melakukan pembelian unit rumah, atau berinvestasi di perumahan ini dari berbagai bentuk promosi yang seharusnya dilakukan oleh perumahan Cigadung Greenland.

Karena adanya ketidak sinkronan kondisi saat ini dengan kondisi ideal pada perumahan Cigadung Greenland, maka penting untuk ditindak lanjuti agar penelitian ini dapat menjawab permasalahan-permasalahan yang terdapat pada objek yang sedang diteliti.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat di uraikan permasalahan pada pokok pembahasan masalah yang ada di perumahan Cigadung Greenland, yakni :

- Kurangnya strategi promosi yang dilakukan dan promosi yang telah dilakukan baru hanya berbentuk viral atau informasi berantai dari konsumen satu ke konsumen lainnya
- Persaingan yang semakin ketat dari perusahaan properti lainnya.
- Masih ada kavling tanah dan unit rumah yang belum terjual

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang dipaparkan pada latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah, yakni :

Bagaimana cara mempromosikan perumahan Cigadung Greenland agar diketahui masyarakat luas dan tertarik untuk membeli atau berinvestasi di perumahan ini?

I.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan intinya, maka penelitian ini dibatasi sebagai berikut :

- Batasan dari sisi subjek :
  Penelitian ini lebih di fokuskan kepada masyarakat kalangan atas, dimana harga-harga perumahan di Cigadung Greenland dapat terbilang mahal bagi masyarakat umumnya.
- Batasan dari sisi objek :
  Penelitian ini lebih fokus kepada perumahan Cigadung Greenland sebagai objek yang diteliti.
- Keterangan Tempat :
  Lebih di fokuskan kepada wilayah penginformasian wilayah Jawa barat dan DKI Jakarta, karena perumahan ini berada di Bandung sebagai ibukota Jawa barat, dan DKI Jakarta juga merupakan wilayah yang sering kali memiliki banyak investor.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Adapun pentingnya tujuan dari perancangan ini adalah untuk mempromosikan perumahan Cigadung Greenland kepada masyarakat luas agar masyarakat tertarik dan melakukan pembelian unit rumah ataupun berinvestasi. Sedangkan manfaat dari perancangan ini adalah masyarakat atau calon konsumen bisa mengetahui keberadaan perumahan Cigadung Greenland dan dapat mengakses segala informasi tentang perumahan Cigadung Greenland dengan mudah.