

PEMANFATAN *E-MARKETING* PADA PEMASARAN PERUMAHAN DI TENGAH PADEMI COVID 19

Sapta Aji Sri Margiutomo
Email : Saptaaji@polsa.ac.id

Abstract

A The Covid-19 pandemic has had a tremendous impact on various sectors, especially the economic sector, properti companies have also felt the impact of the Covid-19 outbreak, in this study the extent to which the use of E-Marketing is for the sustainability of the Properti company in the Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. This research proves that the implementation of e-marketing through the marketplace carried out by properti entrepreneurs is in accordance with the procedure besides that e-marketing has a positive impact amid the Covid-19 pandemic on the economic resilience of companies in Pekalongan City by continuing to carry out the production process but still obeying the rules of Social Distancing. The use of e-marketing through the marketplace is deemed necessary to be implemented especially in the midst of the Covid-19 pandemic so that business activities can continue and generate economic value.

Keywords: E-Marketing; Propeti, Covid-19.

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang luar biasa terhadap berbagai sektor, khususnya sektor perekonomian, perusahaan properti juga merasakan dampak dari wabah Covid-19, dalam penelitian ini melihat sejauh mana pemanfaatan E-Marketing untuk keberlangsungan perusahaan Propreti di pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini membuktikan bahwa implementasi e-marketing melalui marketplace yang dilakukan oleh para pengusaha properti sudah sesuai prosedur selain itu e-marketing memberikan dampak positif ditengah pandemi Covid-19 pada ketahanan ekonomi perusahaan di Kota Pekalongan dengan tetap melakukan proses produksi namun tetap mematuhi aturan Social Distancing dimana Penggunaan e-marketing melalui marketplace dianggap perlu untuk diterapkan apalagi di tengah Pandemi Covid-19 sehingga kegiatan usaha tetap berjalan dan menghasilkan nilai ekonomi.

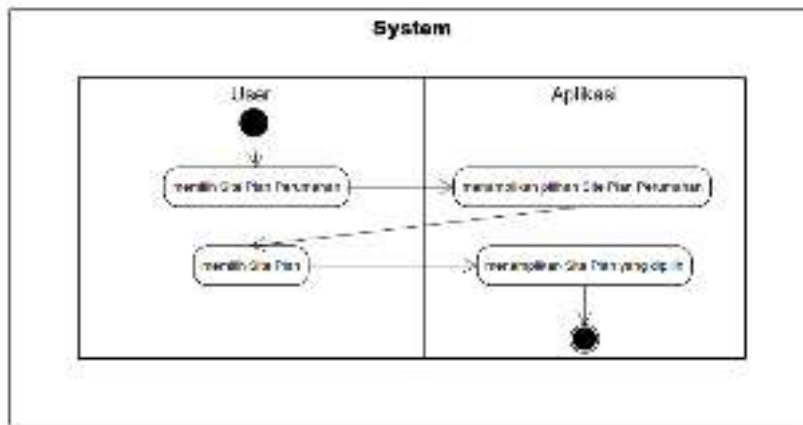
Kata Kunci: E-Marketing; Propeti, Covid-19.

1. Pendahuluan

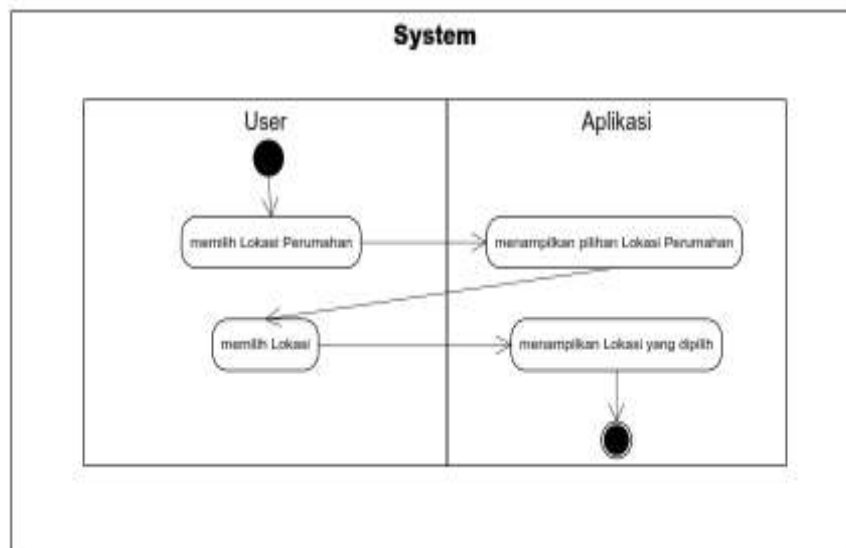
Wabah Covid-19 kini menjadi pandemi global setelah diumumkan oleh Badan Kesehatan Dunia dan penyebaran yang begitu cepat menjadikan Covid-19 sebagai topik utama di berbagai negara. Tidak terkecuali di Indonesia jumlah positif terinfeksi Virus Corona atau Covid-19 semakin hari semakin meningkat. Untuk pencegahan penularan atau memutus penyebaran covid 19 adalah ; dengan menjaga jarak dan memakai masker (Ausrianti, dkk, 2020) , dampak dari pencegahan tersebut perusahaan propeti tidak dapat melakukan pameran atau open hoause dimana pola tersebut dapat meningkatkan penjualan. Bentuk Pemasaran yang di gunakan oleh industry perumahan saat ini harus berubah, dimana harus bisa mendekat /memberikan informasi kepada konsumen Bukan hanya itu dampak Covid-19 ini juga mengubah perilaku bisnis pelaku usaha

didalam menjalankan usahanya. meskipun dampak dari Covid-19 ini sangat dirasakan berbagai sektor industri namun tidak berarti pelaku properti harus berhenti dalam menjalankan usahanya. Akan tetapi perusahaan property masih bisa berupaya tetap menjalankan usahanya dan memasarkan melalui sistem online (e-marketing) dimana hal ini tidak akan melanggar aturan pemerintah terkait aturan social distancing. Melalui peranan teknologi kegiatan usaha dan pendistribusian barang masih bisa dilakukan. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar usaha properti tidak berhenti begitu saja . Ada Norma baru bagi pelaku bisnis di kala menghadapi pandemi Covid-19 yang mengharuskan pelaku usaha untuk melekat teknologi. Hal ini juga nantinya akan berlaku pasca Covid-19 yang mengharuskan pelaku properti recovery bahkan untuk beradaptasi dengan norma baru yang mengharuskan

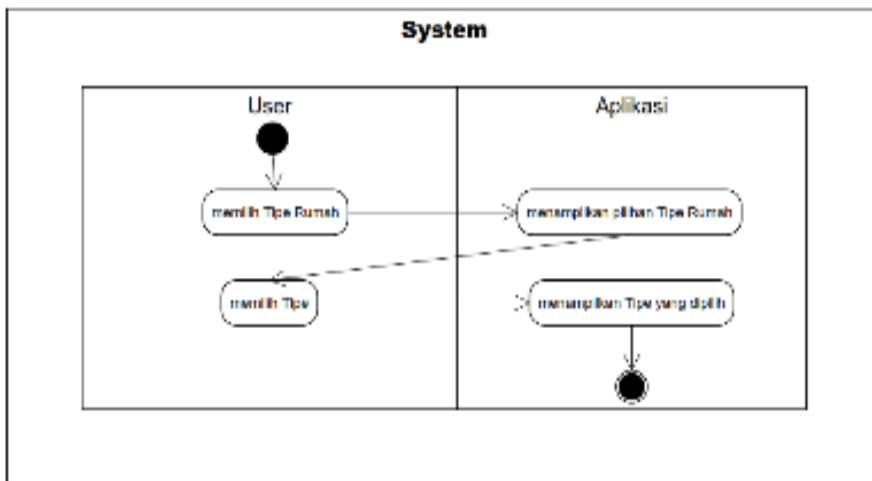
Untuk alur diagram di bawah ini akan menunjukkan alur dari sistem, termasuk tindakan utama dan titik keputusan. Aktivitas sistem dari aplikasi ini didokumentasikan ke dalam;



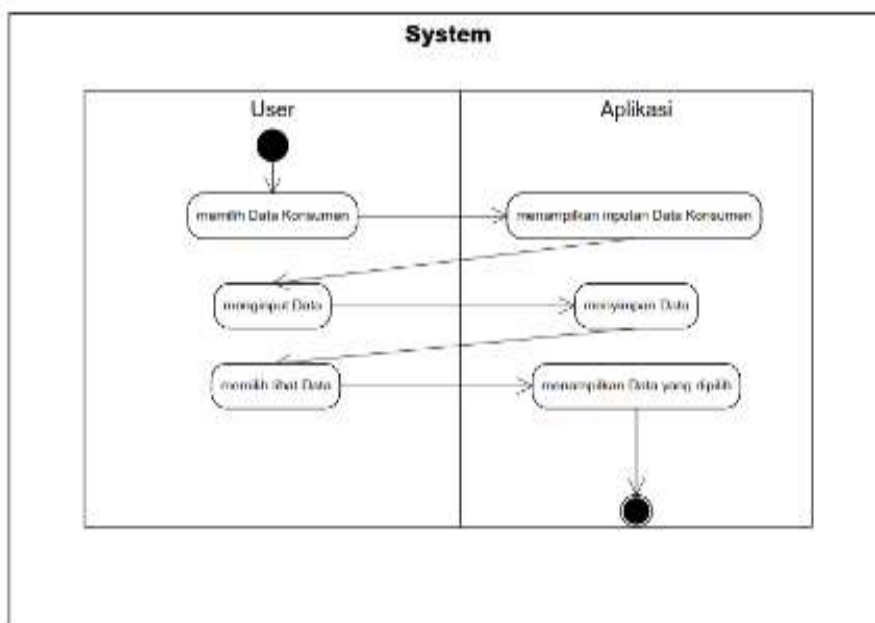
Gambar 2. Activity Diagram Menu Site Plan Perumahan



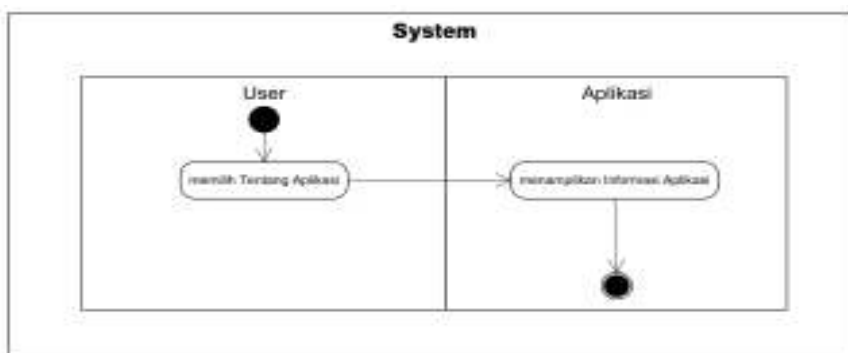
Gambar 3. Activity Diagram Menu Lokasi Perumahan



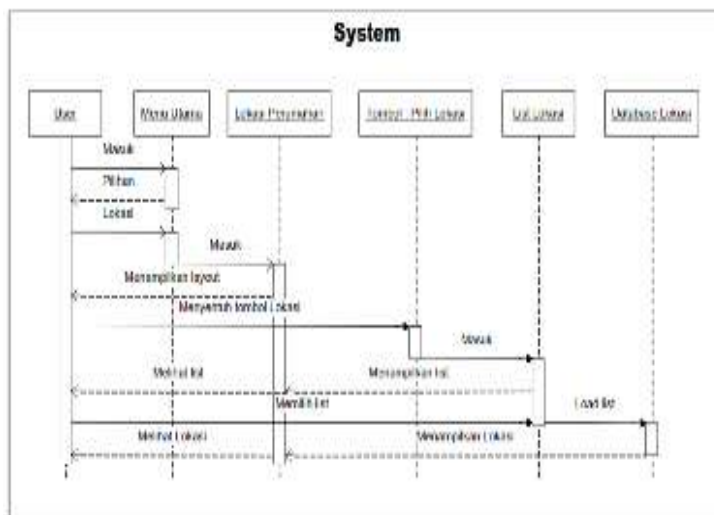
Gambar 4. Activity Diagram Menu TipeRumah



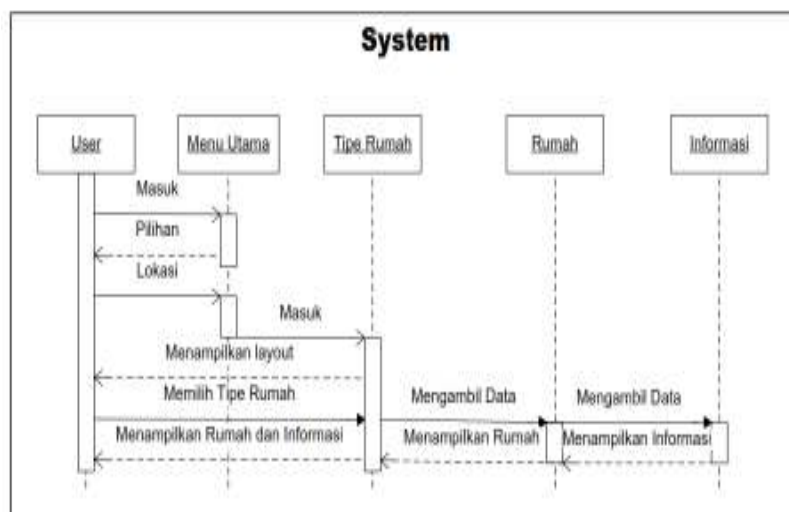
Gambar 5. Activity Diagram Menu Data Konsumen



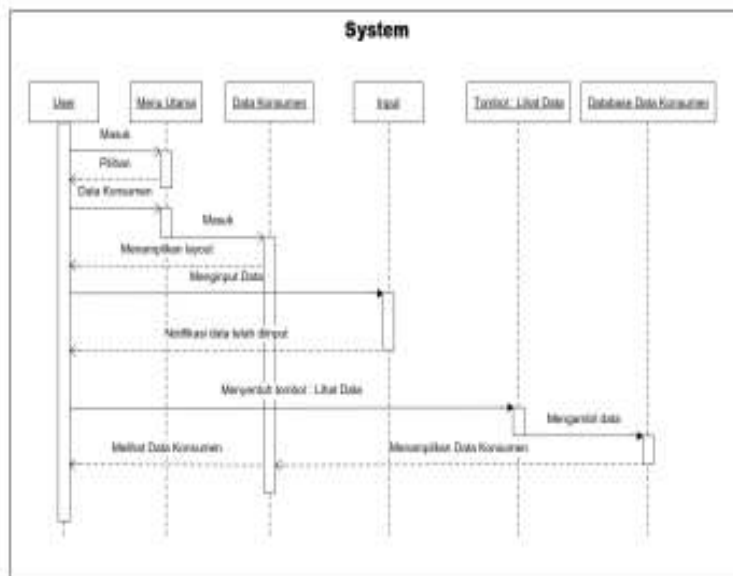
Gambar 6. Activity Diagram Menu Tentang Aplikasi



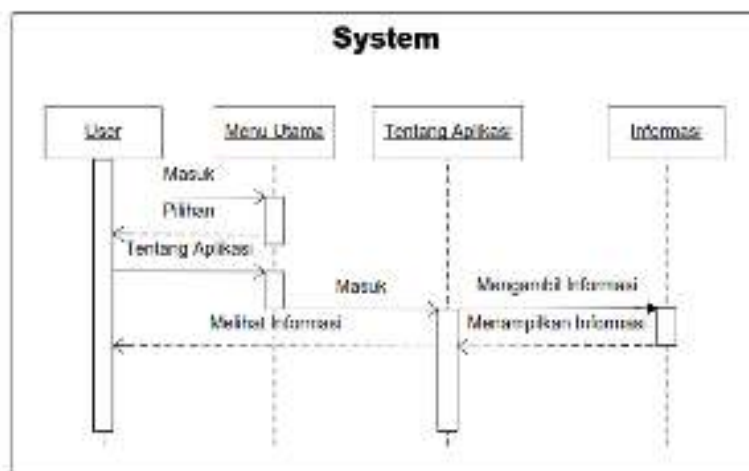
Gambar 9. Sequence Diagram Menu LokasiPerumahan



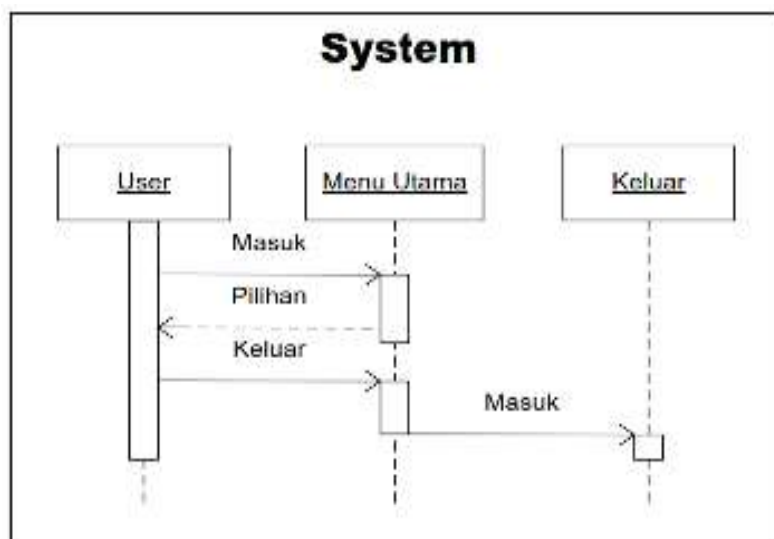
Gambar 10. Sequence Diagram Menu TipeRumah



Gambar 11. Sequence Diagram Menu Data Konsumen



Gambar 12. Sequence Diagram Menu Tentang Aplikasi



Gambar 13. Sequence Diagram Menu Keluar

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan program, aplikasi sistem pemasaran perumahan berbasis android telah berhasil dibuat. *E-Marketing* dapat dilaksanakan, beberapa keuntungan di dapat dari hasil program aplikasi berbasis android ini ; berikut:

Menggunakan App sehingga bisa memberikan tampilan yang menarik dan sesuai keinginan.

Dapat mempermudah tenaga pemasaran dalam memasarkan perumahan dan memberikan data pada konsumen.

Menjadi pengganti brosur atas properti yang di tawarkan tampilan data yang lebih menarik.

Daftar Pustaka

Ausrianti, R., Andayani, R. P., Surya, D. O., & Suryani, U. (2020). Edukasi Pencegahan Penularan Covid 19 serta Dukungan Kesehatan

- Jiwa dan Psikososial pada Pengemudi Ojek Online. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 2(2),59-64.
- Kadir A,(2017) *Pemrograman Arduino & Android Menggunakan App Inventor*, elex media komputindo;Jakarta
- Maulana, Y (2019), *Jadi Dewa Android Studio: teknik khusus belajar cepat membuat aplikasi android*
- utomo, R. M. (2016, October 20). <http://m.metrotvnews.com/teknologi/news-teknologi/>. Retrieved February 17, 2017, from metrotvnews.com:
- <http://m.metrotvnews.com/teknologi/news-teknologi/GNGyEMrk-pemanfaatan-digital-marketing-di-indonesia-masih-minim>
- Nugraha, Adi. (2009). *Rekayasa Perangkat Lunak menggunakan UML dan Java*. Andi: yogyakarta.
- Wahan Komputer. (2013). *Pemrograman Android dengan APP Inventor*. Andi: Yogyakarta.