

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Arto Podomoro Mulyo adalah pengembang yang membangun perumahan Griya Ayu Residence. Perusahaan yang berkomitmen untuk menyediakan rumah yang tertata rapi, indah, aman, dan nyaman yang berkelanjutan dengan performa kualitas bangunan yang sangat baik. Kebutuhan pelanggan di era kontemporer semakin beragam dan kompleks. Salah satu industri yang sangat kompetitif adalah properti. Permintaan perumahan meningkat sebagai akibat dari pertumbuhan populasi, urbanisasi yang cepat, dan pertumbuhan ekonomi. Namun, persaingan semakin ketat di antara perusahaan pengembang properti. Ini mendorong perusahaan untuk terus menciptakan perumahan baru untuk memenangkan persaingan.

Dalam industri perumahan yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan sangat penting untuk keberhasilan penjualan rumah. Perusahaan yang dapat memberikan pelanggan pengalaman yang memuaskan selama proses pembelian cenderung lebih berhasil dalam menarik dan mempertahankan pelanggan tersebut. Pelanggan yang merasa puas dengan pengalaman mereka dapat lebih senang dan cenderung berbagi pengalaman positif ini dengan teman, keluarga, dan rekan kerja mereka, yang pada gilirannya mendorong penjualan rumah yang lebih sukses.

Untuk memenangkan pasar di tengah persaingan yang ketat, perusahaan perumahan harus mengembangkan strategi yang berfokus pada kepuasan pelanggan. dengan mengidentifikasi setiap titik kontak antara bisnis dan pelanggan untuk menjamin pengalaman pelanggan yang konsisten dan memuaskan. Kemudian, dengan menggunakan data pelanggan, Anda dapat menawarkan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi setiap orang. Dengan mengumpulkan umpan balik pelanggan secara teratur, Anda dapat melakukan perbaikan untuk meningkatkan layanan Anda. Dengan menggunakan NPS, Anda dapat mengukur seberapa besar kemungkinan pelanggan akan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Ini juga membantu Anda mengetahui pelanggan yang puas

(*promotor*) dan pelanggan yang tidak puas, sehingga Anda dapat berkonsentrasi pada peningkatan layanan.

Industri 4.0, yang juga disebut sebagai industri 4.0, memanfaatkan teknologi digital dan sistem informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional. dengan mengumpulkan data pengguna dan umpan balik penghuni tentang kondisi properti dan layanan. dan menggunakan analisis prediktif yang didasarkan pada pola data historis untuk memprediksi perilaku pelanggan, seperti kemungkinan pembelian ulang. Industri 4.0 dapat membawa perubahan besar dalam cara bisnis perumahan berinteraksi dan menilai kepuasan pelanggan. Perusahaan perumahan dapat menggunakan teknologi seperti automasi untuk menerapkan CRM dan NPS secara lebih efektif. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi, tetapi juga memberikan wawasan yang lebih dalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kemungkinan mereka akan membeli lagi dan menyarankan orang lain untuk membeli darinya. Selain itu, dengan menumbuhkan loyalitas dan mendorong pertumbuhan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka permasalahan yang akan rumusan masalah yang didapat adalah, bagaimana Penerapan *Net Promoter Score* (NPS) pada sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dapat membantu PT. Arto Podomoro Mulyo dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta memandu strategi peningkatan pelayanan?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini akan dibatasi oleh beberapa faktor. Pembatasan ini dibuat untuk memastikan fokus yang jelas dan realistis dalam penelitian. Berikut adalah batasan masalah yang ditetapkan:

1. Penelitian ini akan menggunakan data dari pelanggan PT. Arto Podomoro Mulyo yang telah membeli rumah dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

2. Informasi yang dihasilkan berupa data perumahan, data pelanggan, data perumahan, hasil NPS, dan laporan penjualan
3. Penelitian ini menggunakan *Net Promoter Score* (NPS) sebagai alat utama untuk mengukur loyalitas pelanggan. Kriteria yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam konteks pembelian rumah yaitu harga, lokasi, fasilitas, kualitas bangunan dan seberapa besar kemungkinan untuk merekomendasikan perumahan.
4. Sistem aplikasi ini dirancang menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menggunakan database MySQL.

1.4 Tujuan

Berdasarkan dari permasalahan yang diangkat untuk tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Penulis
 1. Sebagai bentuk pengembangan keterampilan kritis seperti analisa data, pemecahan masalah dan komunikasi ilmiah. Hal ini dapat membantu meningkatkan kemampuan profesional dan akademik penulis.
 2. Membuat kontribusi baru terhadap pengetahuan dalam bidang terkait, dan salah satu syarat pemenuhan untuk memperoleh gelar S-1 Program Studi Sistem Informasi di Universitas Muria Kudus.
2. Manfaat Bagi Akademis
 1. Diharapkan dapat memperbanyak dan memperkaya studi-studi tentang ilmu komputer di Program Studi Sistem Informasi Universitas Muria Kudus.
 2. Mengetahui seberapa jauh mahasiswa menerapkan ilmu yang didapat pada perkuliahan baik teori maupun praktek
3. Manfaat bagi perusahaan
 1. Menjadi sumber inovasi baru dalam pengembangan layanan perusahaan.
 2. Memberikan panduan praktis bagi perusahaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga

perusahaan dapat mengarahkan sumber daya dan strategi mereka dengan lebih tepat.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang permasalahan, rumusan masalah, menentukan batasan masalah yang akan dibahas, menentukan tujuan dan manfaat dari penelitian, langkah penyelesaian dari penelitian ini hingga sistematika penulisan penelitian.

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas mengenai teori yang digunakan dalam penelitian ini, mulai dari penelitian terkait dengan konsep dasar mengenai NPS, teori-teori mengenai CRM dan kepuasan pelanggan, penelitian terdahulu tentang kelebihan dan kekurangan yang akan menjadi dasar pengembangan penelitian

BAB 3 Metodologi

Dalam bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian dan pengembangan aplikasi yang digunakan.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

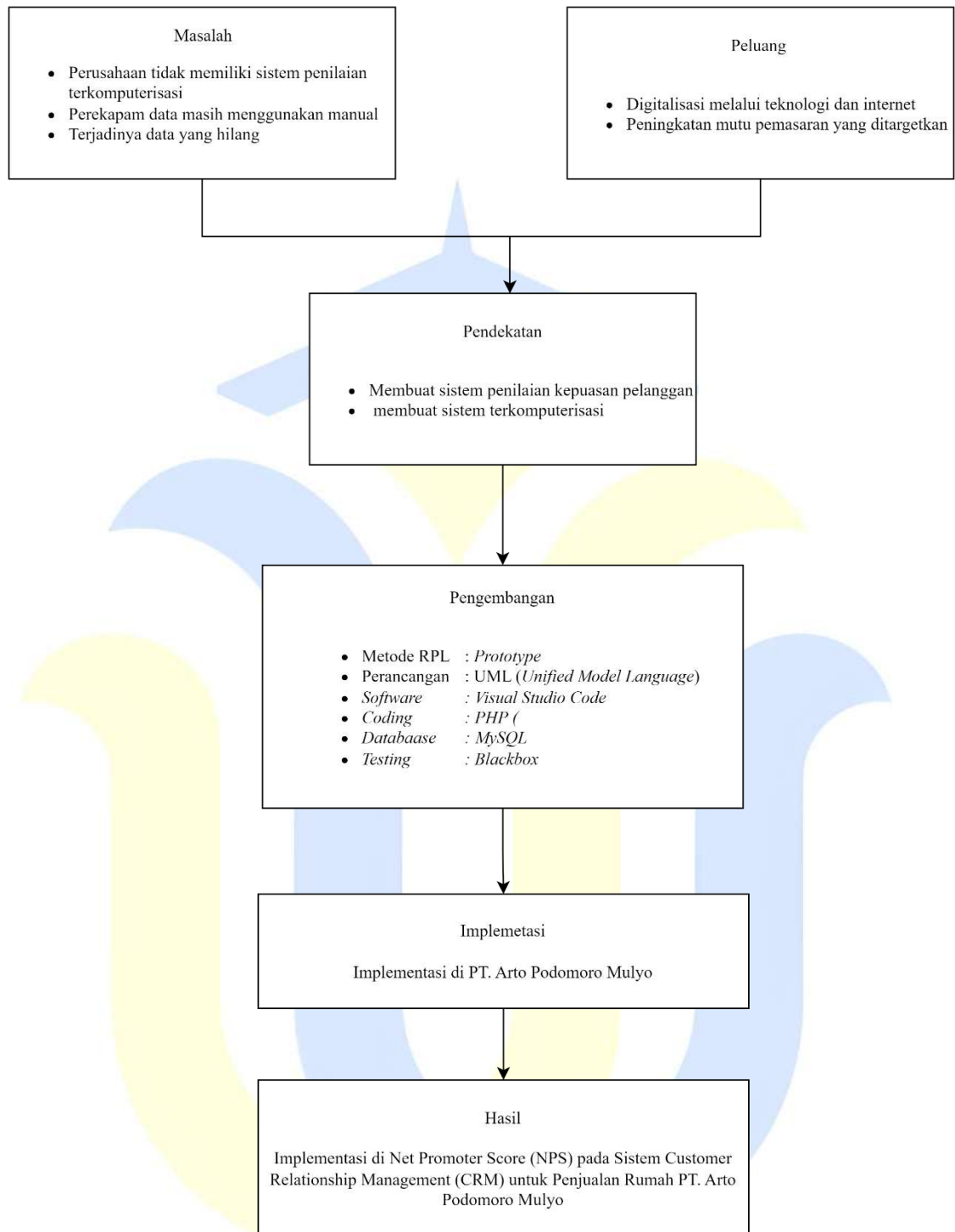
Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian dalam konteks teori dan implikasi perancangan sistem yang berisi tabel dan gambar.

BAB V Penutup

Bab yang berisi tentang kesimpulan dari laporan skripsi dan saran untuk pengembangan lebih lanjut.

1.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian Penerapan Net Promoter Score Pada Customer Relationship Management untuk Penjualan Rumah PT. Arto Podomoro Mulyo. Dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran