

**PERAN DIVISI MARKETING CONSULTANT DALAM
PENINGKATAN PENJUALAN PT DUTA PUTRA LAND**



LAPORAN KERJA MAGANG

Hans Christian

00000034253

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
TAHUN 2022**

I

Peran Divisi Marketing Consultant Dalam Peningkatan Penjualan Di PT Duta Putra Land, Hans Christian Penulis, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Hans Christian

Nomor Induk Mahasiswa 00000034253

Program studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa judul artikel *Peran Divisi Marketing Consultant Dalam Peningkatan Penjualan PT Duta Putra Land* benar bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini tidak benar / salah maka saya akan menerima sanksi dinyatakan TIDAK LULUS dari mata kuliah praktik kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 6 Juli 2022



Hans Christian

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

II

Peran Divisi Marketing Consultant Dalam Peningkatan Penjualan Di PT Duta Putra Land, Hans Christian Penulis, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN MAGANG

Laporan Kerja Magang

Peran Divisi *Marketing Consultant* Dalam Peningkatan Penjualan PT Duta Putra

Land

Oleh:

Nama : Hans Christian

NIM 00000034253

Prodi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui dan diajukan sesuai prosedur pada
Sidang ujian praktik kerja magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 27 Januari 2022

Pembimbing



Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M

030608198501

Ketua Prodi Manajemen



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP

III

Peran Divisi Marketing Consultant Dalam Peningkatan Penjualan Di PT Duta Putra Land, Hans Christian Penulis, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul
PERAN DIVISI MARKETING CONSULTANT DALAM PENINGKATAN
PENJUALAN DI PT DUTA PUTRA LAND

Oleh

Nama : Hans Christian
NIM : 00000034253
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari rabu,
6 Juli 2022 Pukul 13.00 s.d.
14.00 dan dinyatakan LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut

Pembimbing 1



12/07/2022

Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M

030608198501

Penguji



Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.

0314018302

Ketua program studi Manajemen



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP

0312087404

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

IV

Peran Divisi Marketing Consultant Dalam Peningkatan Penjualan Di PT Duta Putra Land, Hans Christian Penulis, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hans Christian

NIM 00000034253

Prodi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Saya menyetujui untuk memberikan laporan praktik kerja magang ini kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara Hak bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Peran Divisi *Marketing Consultant* Dalam Peningkatan Penjualan PT Duta Putra Land

Beserta perangkat yang ada (apabila diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih mediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublishkan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Tangerang, 27 Januari 2022

Yang menyatakan



Hans Christian

HALAMAN MOTTO

Motto:

- Tidak ada angka yang terlalu besar untuk sebuah kemauan
- Jangan biarkan hal yang telah masuk ke dalam hidupmu keluar begitu saja tanpa arti
- Semua hal yang kita kerjakan dalam hidup kita adalah pelajaran

Laporan praktik kerja magang ini kami persembahkan kepada semua pihak yang telah memberikan support dan doa:

- (dosen pembimbing) yang telah memberikan bimbingan, saran, dan masukan selama saya Menyusun laporan praktik kerja magang
- Kepala direktur PT Duta Putra Land yang telah memberikan kesempatan buat saya untuk melaksanakan praktik kerja magang
- Supervisor saya yang selalu membantu dan membimbing saya selama praktik kerja magang
- Seluruh tim sales yang telah membantu saya selama praktik kerja magang
- Orang tua kami yang telah mendoakan kesuksesan anak anaknya
- Sahabat
- Pembaca laporan ini

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

VI

Peran Divisi Marketing Consultant Dalam Peningkatan Penjualan Di PT Duta Putra Land, Hans
Christian Penulis, Universitas Multimedia Nusantara

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang/skripsi ini dengan judul: “Peran Divisi *Marketing Consultant* Dalam Peningkatan Penjualan PT Duta Putra Land” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pemasaran Jurusan pemsaran Pada Fakultas bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono MA, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos, M.B.A, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Elissa Dwi Lestari, S.Sos, M.S.M, sebagai Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Seluruh dosen Pendidikan manajemen pemasaran yang telah membagikan ilmu kepada penulis yang dapat dijadikan bekal untuk dilakukan dalam praktik kerja magang maupun untuk masa depan penulis
6. Bapak Sonny Febrino Firdaus, sebagai Pembimbing lapangan yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan atas terselesainya tesis ini.
7. Orang Tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
8. Teman teman yang telah mendukung penulis

Semoga laporan magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 27 Januari 2022



Hans Christian

PERAN DIVISI MARKETING CONSULTANT DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PT DUTA PUTRA LAND

Hans Christian

ABSTRAK

Grand Duta City South of Jakarta merupakan salah satu proyek dari PT Duta Putra Land. PT Duta Putra Land bergerak di bidang property dan sudah berkecimpung dalam dunia property selama 38 tahun dan juga telah mempunyai sebanyak 35 proyek yang telah dibangun dan dikembangkan di berbagai wilayah, terutama di daerah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Salah satu proyek perumahan yang sedang dikerjakan adalah Grand Duta City South of Jakarta.

Sebagai perusahaan yang besar di bidang property tentunya divisi *Marketing Consultant* sangat berpengaruh dengan tingkat penjualan pada proyek proyek dari PT Duta Putra Land. Peran divisi marketing consultant sangatlah penting dalam memahami konsumen konsumen, melakukan promosi promosi kecil maupun yang besar, dan juga melakukan follow up. Penulis dalam praktik kerja magang melakukan training dan juga pekerjaan seperti mengikuti pameran pameran, memasarkan produk secara offline maupun online, follow up, dan melakukan digital promosi dengan menggunakan platform Instagram. Penulis melakukan follow up dan pameran dengan tim sales.

Dalam laporan praktik kerja magang ini penulis ingin berbagi pengalaman selama praktik kerja magang. Dari hasil pengalaman ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa pelaksanaan praktik kerja magang ini dapat menambah ilmu bagi penulis untuk terjun bekerja di dunia nyata.

Kata kunci: Properti, marketing consultant, training, follow up, promosi, sales

THE ROLE OF THE MARKETING CONSULTANT DIVISION IN INCREASING THE SALES OF PT DUTA PUTRA LAND

Hans Christian

ABSTRACT

Grand Duta City South of Jakarta is one of the projects of PT Duta Putra Land. PT Duta Putra Land is engaged in property and has been in the property business for 38 years and has 35 projects that have been built and developed in various areas, especially in the Greater Jakarta area (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi). One of the housing projects being worked on is the Grand Duta City South of Jakarta.

As a large company in the property sector, of course, the Marketing Consultant division is very influential with the level of sales on projects from PT Duta Putra Land. The role of the marketing consultant division is very important in understanding consumers, carrying out small and large promotions, and also doing follow-up. Writers in internship practice do training and also work such as participating in exhibitions, marketing products offline and online, following up, and doing digital promotions using the Instagram platform. The author does follow-up and exhibition with the sales team.

In this internship report, the author would like to share experiences during the internship practice. From the results of this experience, the author can conclude that the implementation of this internship practice can add knowledge for the author to work in the real world.

Keywords: Property, marketing consultant, training, follow up, promotion, sales

DAFTAR ISI

Contents

Contents

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN MAGANG.....	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	5
HALAMAN MOTTO.....	6
KATA PENGANTAR	7
PERAN DIVISI MARKETING CONSULTANT DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PT DUTA PUTRA LAND	8
ABSTRAK	8
THE ROLE OF THE MARKETING CONSULTANT DIVISIONIN INCREASING THE SALES OF PT DUTA PUTRA LAND	9
ABSTRACT	9
DAFTAR ISI	10
DAFTAR TABLE.....	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	16
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
Gambar 1.1 Data kasus COVID-19 di Indonesia	2
Gambar 1.2 Hasil survey prioritas pembiayaan kebutuhan konsumen saat pandemi COVID-19.....	4
Gambar 1.3 Kendala keuangan pada konsumen saat pandemi	5
Gambar 1.6 Pertumbuhan Unit Terjual.....	7
1.2 Maksud dan Tujuan kerja magang	8
1.2.1 Maksud kerja magang.....	8
1.3.1 Waktu kerja magang.....	10
1.3.2 Prosedur kerja magang	10
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB I PENDAHULUAN	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	12
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	12
BAB II.....	14
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	14
Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....	14
Gambar 2.2 Lokasi Perusahaan.....	17
2.3 Visi, Misi, dan Culture	17

2.4	Struktur Organisasi.....	18
	Gambar 2.4 Struktur Organisasi.....	18
2.5	Produk.....	19
	Gambar 2.5.22 Smart home system	32
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG		33
3.1	Kedudukan dan Koordinasi	33
3.2	Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	33
	3.2.1 Tugas yang dilakukan.....	33
	Tabel 3.1 Tabel Uraian Kerja Magang.....	33
	Gambar 3.2.2.9 Training penulis terhadap KPR dan harga setiap unit rumah.....	41
	Gambar 3.2.2.10 Training	41
	Gambar 3.2.2.13 Flyer yang digunakan	43
	Gambar 3.2.2.19 Jadwal Pameran 28 Febuari sampai 6 Maret 2022.....	46
	Gambar 3.2.2.20 Whatsapp dengan calon konsumen	47
	Gambar 3.2.2.21 Whatsapp dengan konsumen	48
	Gambar 3.2.2.24 Update stock	50
	Gambar 3.2.2.25 Kerjasama KPR dengan bank	51
	Gambar 3.2.2.28 Follow up dengan bank Mandiri	53
	Gambar 3.2.2.31 Digital promosi lewat platform Instagram	55
	Gambar 3.2.2.32 Meeting membahas harga	56
3.3	Kendala yang ditemukan	56
	3.3.1 Miscommunication	56
	3.3.2 Persaingan yang ketat dengan kompetitor	56
	3.3.3 Jalan dan fasilitas di sekitar lokasi Grand Duta City yang tidak memungkinkan 57	
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	57
	3.4.1 Miscommunication	57
	3.4.2 Persaingan yang ketat dengan kompetitor	57
	3.4.3 Jalan dan fasilitas di sekitar lokasi Grand Duta City yang tidak memungkinkan 58	
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		59
	4.1 Kesimpulan	59
	4.2 Saran untuk perusahaan.....	61
4.3	Saran untuk kampus	63
4.4	Saran untuk mahasiswa.....	63
DAFTAR PUSTAKA		64

DAFTAR TABLE

Table 3.1 Tabel uraian kerja magang	33 - 34
---	---------

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

XII

Peran Divisi Marketing Consultant Dalam Peningkatan Penjualan Di PT Duta Putra Land, Hans
Christian Penulis, Universitas Multimedia Nusantara

DAFTAR GAMBAR

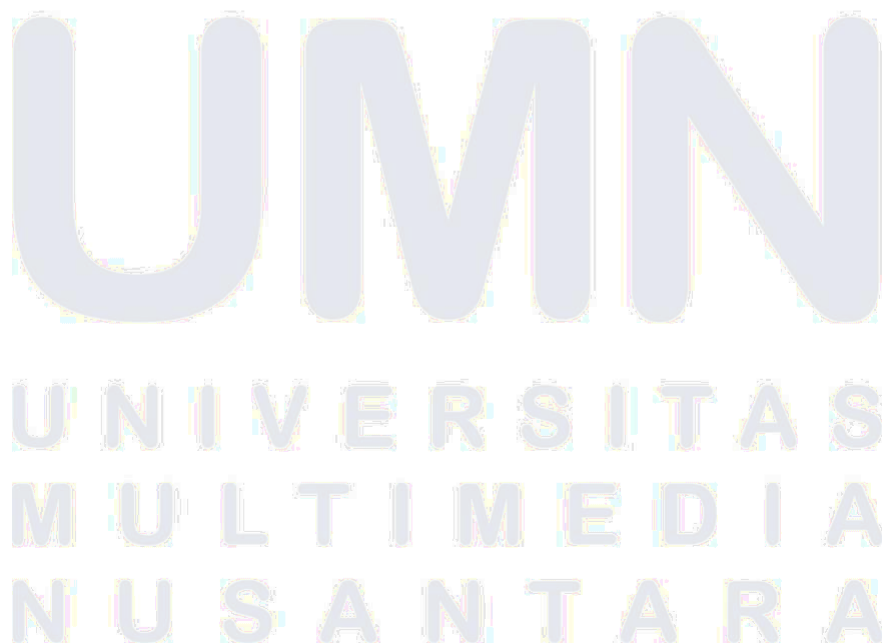
Gambar 1.1 Data kasus covid-19 di Indonesia	2
Gambar 1.2 Hasil survey prioritas pembiayaan kebutuhan konsumen saat pandemic covid-19.....	4
Gambar 1.3 Kendala keuangan pada konsumen saat pandemic covid-19.....	5
Gambar 1.4 Pertumbuhan nilai penjualan	6
Gambar 1.5 Pertumbuhan unit terjual	6
Gambar 1.6 Pertumbuhan unit terjual	7
Gambar 2.1 Logo perusahaan.....	14
Gambar 2.2 Lokasi Grand Duta City South of Jakarta.....	16
Gambar 2.4.1 Struktur organisasi Grand Duta City.....	17
Gambar 2.5.1 Cluster cascada	18
Gambar 2.5.2 Letak unit di cluster cascada.....	20
Gambar 2.5.3 Type rumah Aira.....	21
Gambar 2.5.4 Living room Aira.....	22
Gambar 2.5.5 Master bedroom Aira.....	22
Gambar 2.5.6 Kids bedroom Aira	23
Gambar 2.5.7 Type rumah Keila.....	24
Gambar 2.5.8 Living room Keila	24
Gambar 2.5.9 Mezzanine Keila.....	25
Gambar 2.5.10 Master bedroom Keila.....	25
Gambar 2.5.11 Kids bedroom Keila.....	26
Gambar 2.5.12 Type rumah Manoa.....	26
Gambar 2.5.13 Type rumah Victoria.....	27
Gambar 2.5.14 Living room Victoria.....	27
Gambar 2.5.15 Kids bedroom Victoria	28
Gambar 2.5.16 Type rumah Madeira	28

Gambar 2.5.17 Type rumah Alexandra.....	29
Gambar 2.5.18 Living room Alexandra	29
Gambar 2.5.19 Master bedroom Alexandra	30
Gambar 2.5.20 Kids bedroom Alexandra.....	30
Gambar 2.5.21 Spesifikasi produk	31
Gambar 2.5.22 Smart home system	32
Gambar 3.2.2.1 Harga tipe rumah Aira yang digunakan untuk training	36
Gambar 3.2.2.2 Harga tipe rumah Keila yang digunakan untuk training.....	36
Gambar 3.2.2.3 Harga tipe rumah Manoa yang digunakan untuk training	37
Gambar 3.2.2.4 Harga tipe rumah Victoria yang digunakan untuk training	38
Gambar 3.2.2.5 Harga tipe rumah Madeira yang digunakan untuk training	39
Gambar 3.2.2.6 Harga tipe rumah Alexandra yang digunakan untuk training.....	40
Gambar 3.2.2.7 Halaman aplikasi simulasi KPR	40
Gambar 3.2.2.8 Kalkulator untuk menghitung DP rumah	40
Gambar 3.2.2.9 Training penulis terhadap KPR dan harga setiap setiap unit rumah	41
Gambar 3.2.2.10 Training	41
Gambar 3.2.2.11 Training trend	42
Gambar 3.2.2.12 Training	42
Gambar 3.2.2.13 Flyer yang digunakan	43
Gambar 3.2.2.14 Brosue untuk calon konsumen	44
Gambar 3.2.2.15 Jadwal pameran 31 Januari sampai 6 Febuari	44
Gambar 3.2.2.16 Jadwal pameran 7 Febuari sampai 13 Febuari	45
Gambar 3.2.2.17 Jadwal pameran 14 Febuari sampai 20 Febuari	45
Gambar 3.2.2.18 Jadwal pameran 21 Febuari sampai 27 Febuari	45
Gambar 3.2.2.19 Jadwal pameran 28 Febuari sampai 6 Maret	46
Gambar 3.2.2.20 Whatsapp dengan calon konsumen	47
Gambar 3.2.2.21 Whatsapp dengan calon konsumen	48
Gambar 3.2.2.22 Follow up dengan tim sales	49

XIV

Peran Divisi Marketing Consultant Dalam Peningkatan Penjualan Di PT Duta Putra Land, Hans Christian Penulis, Universitas Multimedia Nusantara

Gambar 3.2.2.23 Follow up dengan tim sales	49
Gambar 3.2.2.24 Update stock	50
Gambar 3.2.2.25 Kerjasama KPR dengan bank	51
Gambar 3.2.2.26 Follow up dengan bank OCBC NISP	52
Gambar 3.2.2.27 Follow up dengan bank OCBC NISP	52
Gambar 3.2.2.28 Follow up dengan bank Mandiri	53
Gambar 3.2.2.29 Brosur digital	54
Gambar 3.2.2.30 Digital promosi platfrom Instagram	54
Gambar 3.2.2.31 Digital promosi platfrom Instagram	55
Gambar 3.2.2.32 Meeting membahas harga	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran pengantar MBKM-01	72
Lampiran pengantar MBKM-02	73
Lampiran Daily Task	74 – 85
Lampiran pengantar MBKM-04	86
Laporan hasil Turnitin	87 - 91

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

XVI

Peran Divisi Marketing Consultant Dalam Peningkatan Penjualan Di PT Duta Putra Land, Hans
Christian Penulis, Universitas Multimedia Nusantara