

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Properti merupakan salah satu bentuk kebutuhan primer manusia selain makanan dan pakaian. Oleh karena itu, properti menjadi salah satu bentuk kebutuhan mendasar setiap orang, karena, setiap orang pasti membutuhkan tempat tinggal / atau tempat berteduh.

Dari sudut pandang konsumen, properti dapat dilihat sebagai aset. Dimana, *property* dalam bentuk rumah, tanah (seperti tanah kavling, kebun, sawah, hutan, tambak, tambang); bangunan tempat tinggal (seperti rumah, apartemen, rumah susun); bangunan untuk tempat usaha (seperti ruko, toko, kios, kantor, gedung, dan pabrik); properti disewakan (seperti rumah sewa, kos-kosan, hotel, *guest house*, *dormitory*, *villa*) merupakan sumber daya yang memiliki nilai dan manfaat ekonomi bagi pemiliknya, (Pinhome.id, 2019). Oleh karenanya, *property* dapat dijadikan sebagai bentuk investasi (Prospeku.com, 2021).

Dari sisi resiko, properti merupakan salah satu investasi yang paling aman, dibandingkan dengan saham karena properti memiliki kelebihan yakni memiliki kenaikan yang sudah pasti karena *real asset* sehingga sekurang kurangnya investasi properti ini, minimal memiliki tingkat kenaikan yang seimbang dengan inflasi. Lebih lanjut, nilai dari properti akan terus meningkat (*capital gain*), properti juga bisa disewakan (*capital yield*) sehingga pemilik dari properti tersebut bisa memiliki keuntungan dengan 2 cara yaitu dengan *capital gain* dan *capital yield* (Rumah.com, 2021).

Dari sisi industri, pertumbuhan pasar properti di 2019 menurun sejak pandemic *COVID-19* yang masuk ke Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020. Selama periode 2020 sampai 2022, Berdasarkan gambar 1.1., Pandemi *COVID-19* di Indonesia telah mencatat angka infeksi sebesar 5,667,355 kasus, dengan angka

kematian 149,268 orang dan yang sembuh sebanyak 4,986,391 orang (Antaraneews.com, 2022).

#### DATA PERKEMBANGAN COVID-19 DI INDONESIA



**Gambar 1.1 Data kasus COVID-19 di Indonesia**

Sumber:(Antaraneews.com, 2022).

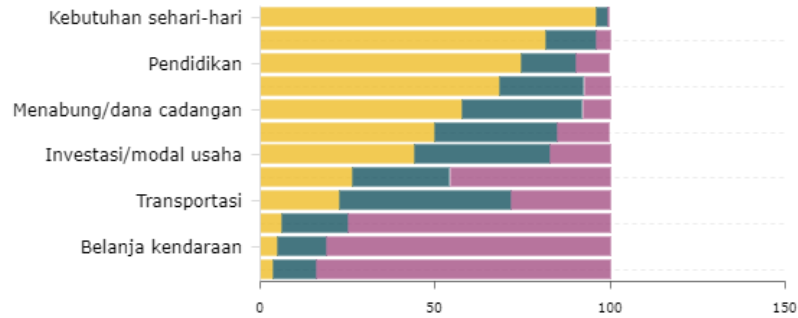
Pendemik COVID-19 yang mengakibatkan pemerintah mengeluarkan aturan mengenai PPKM untuk mengurangi mobilitas masyarakat. PPKM merupakan singkatan dari Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. PPKM dilakukan untuk membatasi pertemuan antara individu dengan individu atau kelompok dengan kelompok secara langsung guna untuk mengurangi adanya penularan COVID-19. PPKM bukan merupakan satu satunya sebutan untuk pembatasan *social* pertama yang digunakan oleh pemerintahan. Sebelumnya, ada sebutan lain yaitu PSBB. PSBB mulai diberlakukan 17 April 2020. Pemerintah memberlakukan istilah baru yang disebut PPKM supaya menekan resiko penyebaran yang lebih tinggi di berbagai daerah. PPKM pertama kali diberlakukan 11 Januari – 25 Januari 2021 lalu dengan mencakup wilayah DKI Jakarta dan 23 kabupaten/kota di enam provinsi yang masuk ke wilayah yang paling tinggi berisiko tertular COVID-19. Pemerintah membuat istilah baru yaitu PPKM Mikro yang berlangsung pada 9 Februari – 22 Februari 2021 dan diberlakukan di 7 provinsi. Di awal Juli 2021, pemerintah memberlakukan PPKM darurat, hal ini diberlakukan karena adanya lonjakan kasus COVID-19 termasuk dari varian baru. PPKM darurat

berlaku pada 3 – 20 Juli 2021 khususnya pada daerah Jawa dan Bali (Oswaldo, 2021).

Kepala Ekonom Bank Danamon, Wisnu Wardhana menilai level pengetatan PPKM Darurat yang mulai diberlakukan pada 3 Juli 2021 sangat mirip dengan pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) pada 2020. Kebijakan pembatasan sosial ini, menurutnya, akan “berpengaruh terhadap permintaan, dan juga perubahan harga, Hal ini berdampak pada rilis Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan Indeks Harga Konsumen (IHK) Juni 2021 yang menyatakan bahwa , IHK Juni 2021 mengalami deflasi sebesar -0,16 persen secara bulanan (Elena, 2021).

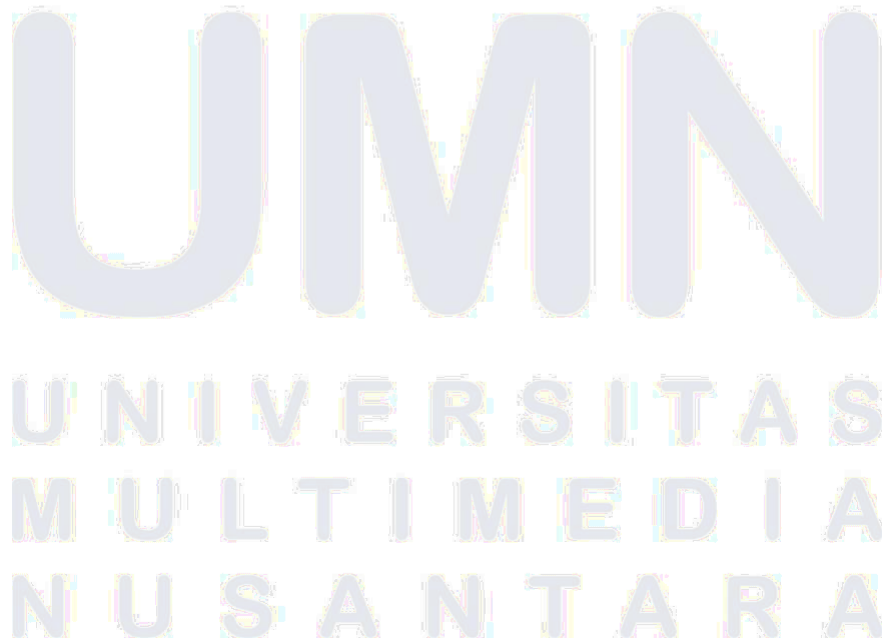
Kondisi pandemic COVID-19 menimbulkan beberapa perubahan pada daya beli konsumen. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan mobilitas masyarakat melakukan kegiatan seperti biasa sebelum pandemic. Marketing Expert Inventure Consulting, Youswohady mengatakan bahwa terdapat 4 perubahan besar pada perilaku konsumen selama pandemik. yakni: pertama *Stay at home lifestyle*: Para konsumen saat masa pandemic melakukan segalanya di dalam rumah (bekerja, belajar-mengajar, beribadah), *kedua Back to the bottom of pyramid*: Kebutuhan fisiologis seperti makanan dan kesehatan, ketiga *Go virtual*: Konsumen menghindari kontak fisik dan melakukan aktivitasnya secara virtual atau online, keempat *Emphatic society*: Banyak musibah yang terjadi selama masa pandemic (Rabbi, 2021).

**Prioritas Pembiayaan kebutuhan Konsumen saat Pandemi Covid-19**



**Gambar 1.2 Hasil survey prioritas pembiayaan kebutuhan konsumen saat pandemi COVID-19**  
Sumber:(Rabbi, 2021)

Lebih lanjut, Menurut hasil survey Katadata Insight Center (KIC) bersama Cash Pop terdapat di gambar 1.3 terjadi pola konsumsi di masa pandemi COVID-19. Salah satunya merupakan pengeluaran. Pengeluaran terjadi karena berbagai kebutuhan salah satunya, biaya kesehatan, kebutuhan internet, kebutuhan listrik, dsb (Rabbi, 2021).



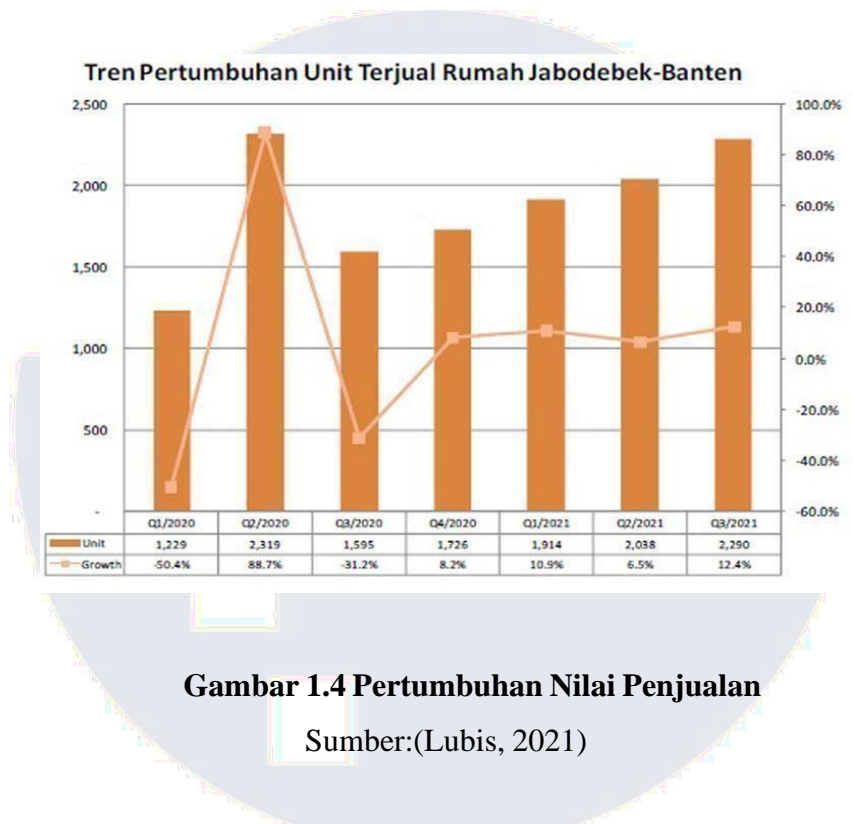


**Gambar 1.3 Kendala keuangan pada konsumen saat pandemi COVID-19**

Sumber:(Rabbi, 2021)

Dari gambar 1.4 dapat dilihat persoalan keuangan menjadi salah satu isu yang dihadapi oleh para konsumen saat pandemic COVID-19 karena. Prioritas konsumen di masa sulit adalah melunasi hutang. Oleh karena itu, kebutuhan konsumen terkait persoalan keuangan adalah dengan belajar mengelola keuangan, belajar cara berinvestasi, pengelolaan keuangan secara online (Rabbi, 2021).

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**Gambar 1.4 Pertumbuhan Nilai Penjualan**

Sumber:(Lubis, 2021)



**Gambar 1.5 Pertumbuhan unit terjual**

Sumber:(Lubis, 2021)



Indonesia Property Watch (IPW) mengatakan bahwa, walaupun penjualan unit rumah di Jabodetabek – Banten pada tahun 2020 lebih rendah dibandingkan dengan tahun 2017. ., Akan tetapi, jumlah penjualan tahun 2020 sampai tahun 2021 terus meningkat dan menunjukkan tren kenaikan. Lebih lanjut, CEO IPW, Ali Traghanda mengatakan bahwa dilihat dari data dari tahun 2020 sampai kuartal 3 tahun 2021 pasar properti masih masuk ke segmen menengah ke atas. Kuartal 3 tahun 2021 pasar perumahan di Jabodetabek – Banten mengalami adanya pertumbuhan nilai yang cukup tinggi sebesar 53,5% secara quarter ke quarter. Dilihat dari sisi unit terjual pada kuartal ke 3 tahun 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 12,4% dari quarter ke quarter. Harga rata rata setiap unit terjual lebih tinggi dari quarter ke quarter (Lubis, 2021).

**PERTUMBUHAN UNIT TERJUAL BERDASARKAN SEGMENT**

	Pertumbuhan		
	Q4-2020	Q1-2021	Up/Down
< 300 juta	-5.2%	22.8%	↑
Rp 301 - 500 juta	105.7%	-14.3%	↓
Rp 501 juta - 1 miliar	-22.8%	24.0%	↑
Rp 1 - 2 miliar	19.6%	-7.1%	↓
> Rp 2 miliar	-43.5%	238.5%	↑
	8.2%	10.9%	↑

**Gambar 1.6 Pertumbuhan Unit Terjual**

Sumber: (Lubis, 2021)

Indonesia Property Watch (IPW) menyebutkan, pasar perumahan menunjukkan pertumbuhan turun sejak akhir tahun 2020. Namun di kuartal II-2021 pasar perumahan Jabodetabek – Banten mencatat pertumbuhan nilai penjualan yang cukup tinggi sebesar 24,4% dari quarter ke quarter. CEO dan Founder IPW Ali Traghanda, menambahkan pergerakan pasar properti masih bervariasi dan belum membentuk pola yang stabil seperti di gambar 1.6. Pertumbuhan unit terjual di

segmen harga lebih dari Rp. 2 miliar cukup tinggi sebesar 238,5% yang menyebabkan unit terjual pada kuartal 1 2021 mengalami peningkatan sebesar 3,1% dari 1,5% menjadi 4,6%. Ali Traghanda mengatakan bahwa sepanjang 3 bulan pertama pasar perumahan di daerah Jabodetabek – Banten mengalami perlambatan, meskipun mengalami peningkatan 7,2% dari quarter ke quarter. (Lubis, 2021).

Lebih lanjut, di tahun 2022 Indonesia memasuki proses masa pemulihan sektor properti yang kendati masyarakat masih dibayangi oleh , tetapi tahun 2022 ini dikejutkan dengan adanya varian baru dari COVID-19 yang lebih mudah menyebar. Maka pada tahun 2023, sektor properti diprediksi akan bergerak lagi dengan adanya kemungkinan kondisi ekonomi yang jauh lebih baik dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. (Kompas.com, 2022).

PT Grand Duta Putra Land membangun sebuah project yang dinamakan Grand Duta City South of Jakarta yang membangun hunian dengan kehidupan modern di selatan Jakarta untuk hidup lebih baik. Grand Duta City dibangun pada lahan seluas 200 Ha sebagai township dan 80 Ha sebagai taman. Grand Duta City memperkenalkan cluster pertamanya yang bernama cluster cascada. Grand Duta City South of Jakarta menetapkan properti untuk kalangan menengah dan juga kalangan bawah. Grand Duta City membantu dan memberikan properti bagi keluarga. Dalam menjalani kerja magang di PT Grand Duta Putra Land. Belajar bagaimana memasarkan properti dalam kondisi pandemic ini.

Dengan adanya varian jenis baru maka berpengaruh pada penjualan dan banyak dari para konsumen yang mundur setelah adanya varian baru dari COVID-19 maka dari itu saya berusaha membantu meningkatkan penjualan dengan mempercayakan kepada konsumen.

## **1.2 Maksud dan Tujuan kerja magang**

### **1.2.1 Maksud kerja magang**



Kerja magang merupakan bagian dari sistem Pendidikan yang diselenggarakan dengan bekerja di dunia kerja nyata secara langsung untuk mendapatkan bimbingan dan pengawasan dari supervisor / pekerja buruhyang lebih berpengalaman.

Kerja magang ini juga dilakukan sebagai salah satu syarat dari kelulusan yang telah ditetapkan dan dengan melaksanakan kerja magang selama 6 bulan atau 100 hari kerja atau setara dengan 800 jam kerja. Dalam kerja magang ini diharapkan bahwa mahasiswa / mahasiswi dapat mendapatkan bekal untuk masa depan dan juga pengalaman di dunia kerja nyata

Proses magang ini juga dapat mempraktekan secara langsung teori teori yang sudah didapatkan dari mata kuliah di dalam dunia kerja. Dalam hal ini saya berharap dapat berkontribusi di PT Duta Putra Land.

### **1.2.2 Tujuan kerja magang**

Tujuan kerja magang di PT Duta Putra Land sebagai berikut:

- Menjadi syarat kelulusan mata kuliah internship
- Menerapkan teori teori yang sudah didapat dan dipelajari di matakuliah
- Mengembangkan diri sendiri di dalam dunia kerja
- Menambah pengalaman kerja nyata supaya dapat menjadi bekal untuk masa depan
- Mengenal iklim kerja di PT Duta Putra Land dengan memberikankontribusi kerja
- Menerapkan ilmu yang didapat selama menjalani kerja magang di PTDuta Putra Land

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **1.3 Waktu dan prosedur kerja magang**

### **1.3.1 Waktu kerja magang**

Waktu magang dilakukan sesuai standar kelulusan yang telah ditetapkan selama 6 bulan atau 100 hari kerja atau 800 jam kerja dari tanggal 5 Januari 2022 sampai 30 Juni 2022. Berikut merupakan data pelaksanaan praktik kerja magang:

Nama Perusahaan: PT Duta Putra Land

Bidang Usaha: Properti

Waktu Pelaksanaan: 5 Januari 2022 sampai 30 Juni 2022

Hari Kerja: Senin, Selasa, Kamis – Minggu

Waktu Kerja: 09.00 – 17.00 WIB dan 10.00 – 19.00 WIB (Pameran)

Posisi Magang: Marketing Consultant

Alamat Perusahaan: Grand Duta City South of Jakarta. Jl. GDC Boulevard

Jabon Mekar, Kec. Parung, Bogor, Jawa Barat 16330

### **1.3.2 Prosedur kerja magang**

Tahap awal:

Tahap awal ini dilakukan dengan:

- Mencari perusahaan perusahaan lewat dari Internet, website, media social, kerabat, dan keluarga.
- Menyiapkan CV kepada perusahaan
- Melakukan tahap wawancara dengan Pak Lie Min mengenai adanya lowongan untuk magang.
- Penulis diberi ijin untuk melakukan praktik kerja magang oleh Pak Lie Min

- Penulis diberi tanggung jawab dan kepercayaan oleh Pak Lie Min untuk melakukan magang di salah satu proyek PT Duta Putra Land

Tahap pelaksanaan:

Tahap pelaksanaan ini dilakukan dengan:

- Penulis mengakses merdeka.umn.ac.id dan melakukan pengisian data data dan juga memberikan surat penerimaan praktik kerja magang ke pihak Universitas Multimedia Nusantara
- Melakukan training pengenalan produk dan juga perhitungan KPR oleh Pak Hayi dan Pak Sonny selaku SPV di Grand Duta City South of Jakarta
- Mengikuti webinar mengenai bagaimana cara memasarkan dan menjual produk kepada konsumen secara baik dan benar di Grand Duta City South of Jakarta
- Melakukan absensi / daily task yang terdapa di merdeka.umn.ac.id
- Mengikuti arahan dari dosen pembimbing Universitas Multimedia Nusantara dan mulai menyusun dan membuat laporan magang

Tahap akhir:

Tahap akhir dilakukan dengan:

- Memulai membuat dan Menyusun laporan magang sebagai salah satu syarat lulus dari mata kuliah internship
- Melengkapi jam kerja dengan minimal 800 jam kerja
- Melakukan bimbingan setiap senin dengan dosen pembimbing
- SPV perusahaan memberikan nilai selama penulis melakukan praktik kerja magan
- Mengikuti dan melaksanakan siding magang

## 1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan praktik kerja magang yang berjudul “Peran Divisi *Marketing Consultant* Dalam Peningkatan Penjualan PT Duta Putra Land”.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bagian bab ini, penulis menjelaskan latar belakang dari dunia property, dimana saat sekarang ini sedang dilanda *COVID-19* yang membuat penjualan di dalam dunia property menurun. Bab ini berisi sistematika penulisan praktik kerja magang di sebuah proyek Grand Duta City South of Jakarta di PT Duta Putra Land.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bagian bab ini, penulis memberikan dan menjelaskan sejarah perusahaan dari awal mulanya dibangun sampai dengan saat ini, penulis juga memberikan visi, misi, dan culture dari PT Duta Putra Land. Struktur organisasi dan juga produk produk yang dijual di salah satu proyek PT Duta Putra Land yaitu Grand Duta City South of Jakarta.

### **BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Pada bagian bab ini, penulis memberikan sebgain besar tanggungjawab yang telah diberikan kepada penulis selama praktik kerja magang di PT Duta Putra Land. Penulis menjelaskan tugas dan juga sertamemberikan solusi solusi yang dapat membantu perusahaan dalam mengatasi masalah tersebut

### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bagian bab ini, penulis menjelaskan hasil kesimpulan penulis

selama melakukan praktik kerja magang di PT Duta Putra Land. Penulis memberikan saran tentang kendala kendala yang telah ditemukan penulis di proyek PT Duta Putra Land yaitu Grand Duta City South of Jakarta dengan tujuan supaya saran penulis dapat membantu perusahaan dalam mengatasi kendala tersebut.