

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Properti merupakan bentuk fisik atau bukan yang berwujud fisik yang dimiliki oleh seseorang atau bersama dengan sekelompok atau milik badan hukum. Kata properti berasal dari Bahasa Inggris yakni *property* yang diartikan sebagai sesuatu yang dapat dimiliki oleh seseorang. Di Indonesia, istilah properti identik dengan *real estate*, rumah, tanah, ruko, gedung, atau gudang. Dengan begitu, properti merupakan kebutuhan primer manusia, dimana properti merupakan sebuah kebutuhan sebagai tempat tinggal atau tempat untuk melakukan sebuah bisnis. (Rumah.com, 2022).



Gambar 1.1 Tren Data Pertumbuhan Industri Real Estate

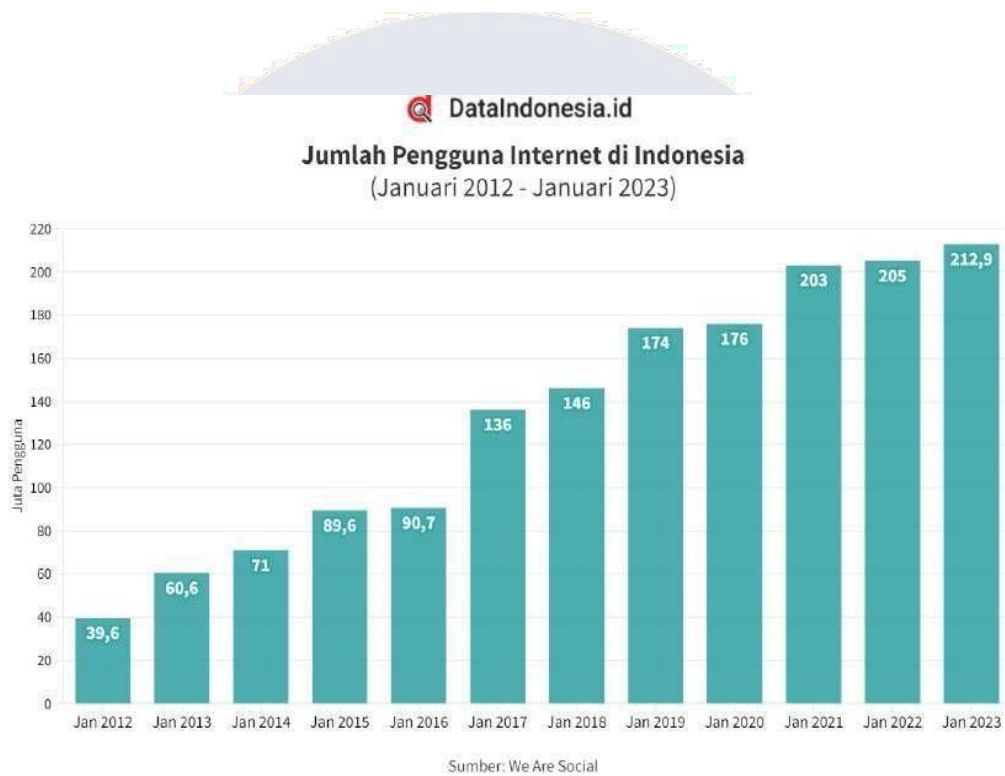
Sumber : Data Industri, 2021

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa pertumbuhan properti dari tahun ke tahun selalu mengalami tren pertumbuhan. Jika dilihat pada kuartal 4 tahun 2022, kinerja sektor industri properti (*real estate*) per kuartal (q on q) mengalami pertumbuhan sebesar 0,32 persen. Sedangkan jika dilihat per tahun (*year on year*) sektor industri properti (*real estate*) sampai kuartal 4 tahun 2022, juga tumbuh positif. Hal tersebut melanjutkan tren pertumbuhan dari tahun-tahun sebelumnya yang juga mengalami pertumbuhan yang positif. (Data Industri, 2021)

Pertumbuhan sektor properti di Indonesia terus mengalami tren positif sejak tahun 2022. Berdasarkan hasil survei Harga Properti Residensial (SHPR) oleh Bank Indonesia, dengan membagikan sampel kepada 18 *developer* di Indonesia, mencatatkan Indeks Harga Properti Residensial (IHPR) Triwulan 1-2022 tumbuh 1,87 persen secara tahunan. Terjadinya peningkatan pertumbuhan IHPR Triwulan 1-2022 didorong dengan adanya penyesuaian harga oleh *developer* sejak awal 2022. Selain itu, berdasarkan laporan dari Perkembangan Properti Komersial (PPKOM) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, menunjukkan data bahwa terjadi peningkatan permintaan properti dan komersial sebesar 1,19 persen secara tahunan. (Kompas.com, 2022).

Hal ini dapat disimpulkan bahwa bisnis properti dan komersial memiliki prospek yang cerah untuk perekonomian. Hal ini tentunya dipengaruhi dengan adanya teknologi digital yang mempercepat proses perkembangan bisnis, atau dapat dikenal dengan *property technology (proptech)*. *Property technology* memiliki peran dan manfaat yang sangat penting bagi perkembangan dan penjualan bisnis properti, agar dapat menarik calon pembeli dan meningkatkan penjualan melalui platform digital. Dengan memanfaatkan *proptech*, dapat memudahkan konsumen dalam melakukan proses pencarian rumah melalui fitur *augmented reality* agar terlihat lebih nyata tanpa harus datang langsung ke lokasi. *Proptech* juga memudahkan proses transaksi pembayaran properti agar lebih efisien, karena konsumen dapat melakukan transaksi pembayaran apapun melalui teknologi pembayaran digital, dan yang terakhir *proptech* juga bermanfaat dalam hal pengurusan surat-surat mengenai properti. (Glints.com, 2020)

Pada zaman sekarang, perkembangan teknologi internet di Indonesia sudah semakin berkembang dan mengalami kemajuan serta peningkatan secara signifikan dari tahun ke tahun. Peningkatan penggunaan teknologi internet tentunya memberikan dampak yang besar bagi Indonesia untuk berbagai sektor. Peningkatan penggunaan teknologi internet ini dibuktikan dengan adanya data.



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : We Are Social, 2023

Gambar 1.1 dapat membuktikan bahwa selalu terjadi peningkatan penggunaan internet di Indonesia setiap tahunnya. dan Berdasarkan data dari Kominfo Indonesia, sejumlah 62,1% masyarakat Indonesia telah menggunakan internet di tahun 2021. Dan pada tahun 2022, pengguna internet di Indonesia meningkat hingga mencapai 77,02% atau sekitar 210 juta pengguna, dan pada tahun 2023 juga terjadi peningkatan hingga mencapai 212,9 juta atau sekitar 77% pada Januari 2023 dari populasi di Indonesia yang telah menggunakan internet. Jumlah pengguna internet pada Januari 2023 lebih tinggi 3,85% dibandingkan dengan tahun 2022. (Kominfo Indonesia, 2022).

Hal tersebut menggambarkan bahwa penerimaan perkembangan teknologi digital di Indonesia sangat terbuka dan cepat didukung oleh semakin gencarnya pembangunan telekomunikasi di Indonesia ke seluruh daerah oleh Kementerian

Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo). Maraknya penggunaan internet di Indonesia menyebabkan cepatnya arus penyebaran informasi. Hal ini tentunya memiliki dampak positif untuk berbagai bidang, terutama dalam bidang bisnis yang berpengaruh pada perekonomian di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi digital terutama di bidang bisnis sudah semakin pesat. Semakin banyak bisnis konvensional beralih ke bisnis digital. Biasanya pelaku bisnis memanfaatkan internet digital untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka tawarkan. Bisnis digital tentunya sangat memudahkan pelaku bisnis. Selain karena sistem penjualan, metode pembayaran dan pembuatan aplikasi atau *website* yang mudah, target yang dapat dicapai para pelaku bisnis juga sangat luas. Hal tersebut dapat mempercepat proses dan juga perkembangan bisnis.

Bisnis digital lebih berpotensi untuk maju karena didukung juga dengan pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Bahkan, berdasarkan Kementerian Keuangan RI, ekonomi digital menjadi penggerak utama perekonomian di Indonesia, dan terdapat data bahwa ekonomi digital di Indonesia tumbuh 20% dari tahun 2021 menjadi USD 146 miliar pada tahun 2025 dan diprediksi akan terus meningkat. Hal tersebut tentunya memiliki manfaat dan dampak, seperti banyak pertumbuhan dan perkembangan bisnis yang dapat menciptakan lapangan kerja baru. Namun, dengan adanya persaingan, perlu adanya inovasi yang dilakukan agar dapat bertahan pada era bisnis digital ini. (DataIndonesia.Id, 2022).

BSA Land merupakan salah satu pengembang properti di bidang komersial dan residensial yang terdapat di Indonesia, yang telah berdiri sejak tahun 2008 dengan nama korporat PT. Cahaya Subur Lestari. Target konsumen yang dituju adalah sektor menengah. BSA Land sendiri telah memiliki lebih dari 10.000 unit residensial dan komersial yang tersebar hampir di seluruh Indonesia, mulai dari Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, hingga Sulawesi. BSA Land sendiri juga telah

memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan bisnisnya, hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya divisi *Digital Marketing* yang melakukan promosi melalui media digital. Pada kesempatan kali ini, penulis sedang menjalankan praktik kerja magang di BSA Land pada divisi *Digital Marketing*. (BSA Land, 2017).

Digital Marketing sendiri merupakan sebuah kegiatan pemasaran dan promosi melalui media *digital* atau *online*. Praktik kegiatan pekerjaan *Digital Marketing Internship* di BSA Land adalah memikirkan ide konten, membuat konten yang akan dipromosikan melalui iklan di media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, dan juga *Tiktok*, memposting konten harian atau mingguan yang telah dijadwalkan, membuat caption untuk konten yang akan diunggah, menjadwalkan konten yang akan di *posting* di media sosial dan membuat analisis terkait *output* dari iklan yang telah dibuat.

Digital Marketing atau *Social Media Marketing* memiliki peran penting bagi perusahaan, yang pertama adalah sebagai media promosi secara digital dengan tujuan membangun komunikasi, agar dapat lebih interaktif dengan konsumen. Selain itu, fungsi lainnya adalah untuk meningkatkan *brand awareness*, sehingga perusahaan juga dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan karena brand tersebut telah dipercaya oleh masyarakat luas dan juga konsumen. Dikarenakan semuanya serba digital, maka hampir semua orang mencari segala sesuatu melalui internet. Jadi social media marketing merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah bisnis. (Hanindo Communication, 2021)

Melalui program magang di BSA Land, Penulis dapat lebih mengenal dan memiliki gambaran tentang dunia kerja yang nyata, serta dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapat dari mata kuliah di kampus. Selain itu, memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat membangun koneksi secara profesional yang akan sangat berguna nantinya dalam dunia kerja. Alasan penulis memilih BSA Land untuk melakukan praktik kerja magang adalah karena BSA Land telah memiliki reputasi yang baik dan juga perusahaan yang sangat berpengalaman di

bidangnya. Dengan demikian, pemilihan tempat dan program magang yang saya jalani sudah sangat sesuai dengan tujuan yang ingin saya peroleh untuk meningkatkan keterampilan saya dalam dunia kerja yang nyata.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja Magang ini dilaksanakan dengan tujuan agar penulis mendapatkan pengalaman kerja nyata dan memiliki gambaran tentang aktivitas pada divisi *Digital Marketing* dalam dunia properti. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

- A. Menjadi salah satu syarat kelulusan mata kuliah *internship track 1*, dengan memenuhi ketentuan 800 jam atau sebanyak 20 sks.
- B. Menjadi salah satu syarat kelulusan S1 yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara
- C. Mendapatkan pengalaman kerja pada praktik dunia kerja yang nyata, khususnya divisi *Digital Marketing*

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilakukan penulis adalah untuk memenuhi persyaratan Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Dengan ketentuan yang telah ditetapkan yaitu 800 jam kerja. Pelaksanaan kerja magang ini dilakukan secara *offline* dari hari Senin - Jumat. Berikut adalah informasi data pelaksanaan program kerja magang :

Nama Perusahaan : BSA Land
Alamat : Ruko Golden Madrid 1, BSD City
Waktu Pelaksanaan : 02 Januari 2023 - 31 Juni 2023
Waktu Kerja : 08.30 - 17.30 (Senin - Jumat)
Posisi Magang : *Digital Marketing Internship*

1.3.2 Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan prosedur yang dilakukan oleh penulis berdasarkan ketentuan magang (KM) yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara :

- a. Menyebarkan *Curriculum Vitae* pada tanggal 7 Desember 2022 kepada BSA Land Group melalui LinkedIn
- b. Melakukan wawancara pada tanggal 15 Desember 2022 secara *offline* di kantor pusat BSA Land
- c. Mendapatkan informasi bahwa penulis telah lolos tahap wawancara dan resmi di diterima sebagai *Digital Marketing Internship* pada tanggal 15 Desember 2022
- d. Penulis mulai aktif bekerja pada BSA Land mulai tanggal 02 Januari 2023. Penulis melakukan registrasi pada *website* Kampus merdeka (merdeka.umn.ac.id) sebagai salah satu syarat praktik kerja magang.
- e. Penulis menuliskan seluruh kegiatan yang dikerjakan pada *daily task* Kampus Merdeka
- f. Penulis melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing magang yang telah ditetapkan
- g. Penulis menyusun laporan praktik kerja magang
- h. Penulis melaksanakan sidang praktik kerja magang yang telah ditetapkan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menuliskan latar belakang mengenai properti dan teknologi, tentang bagaimana peran teknologi digital dalam perkembangan bisnis *property*, selain itu juga berisikan maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang, serta sistematika penulis MBKM pada BSA Land.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan gambaran umum perusahaan, berupa sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, serta struktur organisasi dari perusahaan.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, penulis menjelaskan tugas dan uraian kerja yang dilakukan selama praktik kerja magang berlangsung, selain itu penulis juga menyertakan foto bukti dokumentasi bahwa penulis benar-benar mengerjakan pekerjaan tersebut.

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis memberikan saran kepada perusahaan, universitas, dan juga mahasiswa yang akan magang nantinya di BSA Land. Saran tersebut merupakan saran yang membangun menurut penulis agar lebih baik

