



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Investasi merupakan salah satu pilihan yang populer dalam upaya meningkatkan pendapatan ataupun harta di masa depan. Investasi di Indonesia memiliki berbagai pilihan yaitu: Investasi Properti, Investasi Ekuitas, Investasi Emas, Investasi Tabungan, Investasi Asuransi, Investasi Saham dan Obligasi. Investasi Properti merupakan salah satu sektor investasi yang paling banyak dipilih terutama untuk menghindari inflasi dan yang terus meningkat. Indonesia merupakan salah satu negara yang potensial dalam produk properti. Kemajuan perekonomian dalam negeri konsisten tumbuh 6% per tahun (Rinaldi, 2015). Hal ini mendorong kompetisi baik pengembang lokal maupun para investor asing yang mulai berdatangan untuk menanamkan sahamnya di Indonesia. Berdasarkan data statistik permintaan hunian per tahun akan mencapai 700-800 ribu unit sedangkan para pengembang hanya mampu menyediakan kurang lebih sebesar 400 ribu unit (Rinaldi, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa prospek properti kemungkinan akan semakin meningkat karena adanya kebutuhan yang masih belum dapat dipenuhi.

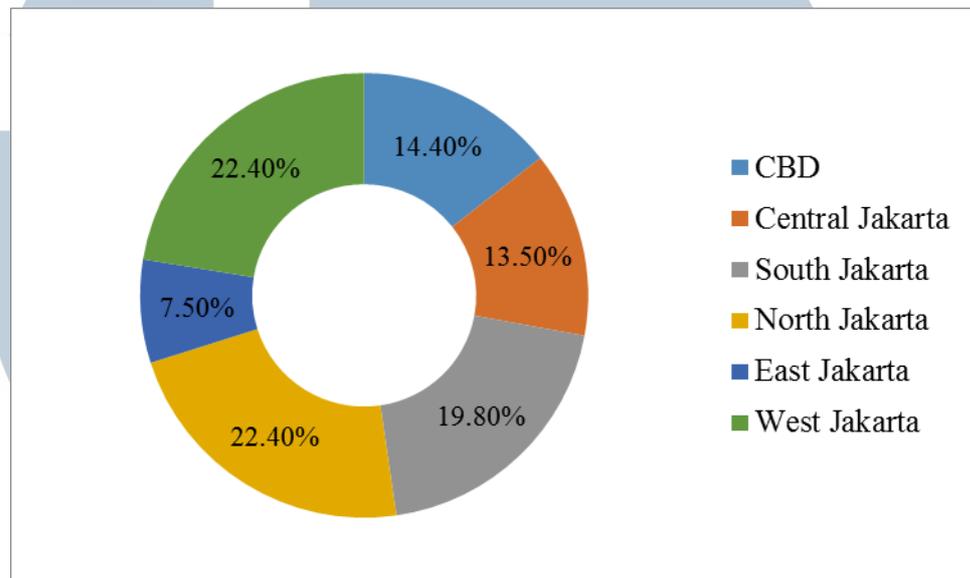
Dalam investasi properti banyak faktor yang perlu dipertimbangkan ketika menentukan suatu perumahan, perkantoran ataupun bangunan yang akan dibeli. Salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan adalah lokasi yang tepat sehingga dapat diproyeksikan nilai properti tersebut akan meningkat kedepannya. Selain itu, yang menentukan pembelian suatu properti adalah pengembang atau *developer* dari penyedia lokasi properti. *Developer* yang baik dapat dilihat dari *portofolio* yang

dimiliki serta melihat ketepatan waktu yang ditentukan dan hasil dari bangunan yang pernah dibuat.

Real Estate Indonesia (REI) memproyeksikan bahwa pada tahun 2016, sektor properti di Indonesia dapat bertumbuh sekitar 6-7% ditopang dengan berbagai kebijakan ekonomi yang dikeluarkan oleh pemerintah (Fadli, 2016). Selain itu, Pakar Properti dari Indonesia Property Watch (IPW) yaitu Ali Traghanda menyatakan bahwa, berdasarkan data Bank Dunia tercatat tingkat ekonomi segmen menengah di Indonesia mencapai 56% dengan rentang usia 24-40 tahun. Segmen menengah merupakan mayoritas dari segmen properti di Indonesia. Dari segi harga, apartemen berada di kisaran Rp. 300 - Rp.800 juta akan menjadi target para konsumen. Sementara untuk *landed house* atau rumah tapak yang menjadi incaran konsumen berada di kisaran Rp. 500 - Rp. 1 miliar. Penguatan dolar Amerika Serikat juga merupakan salah satu faktor yang membuat harga properti di Indonesia meningkat. Penguatan dolar AS ini berakibat pada tingginya ongkos produksi sehingga dapat berdampak pada kenaikan harga properti yang ditawarkan. (Fadli, 2016)

Menurut Salonto selaku *Associate Director Research Colliers International* dalam Liputan6 (2016) perkembangan properti di kuartal 1 tahun 2016 mengalami perlambatan. Kondisi ini dikarenakan harga properti saat ini sangat tinggi sedangkan harga sewa mengalami penurunan. Namun berbeda bagi kawasan *Central Business District* (CBD) akan mengalami kenaikan harga sewa sebesar dua kali lipat dalam rentan tahun 2015 – 2018. Kenaikan tersebut dipengaruhi oleh adanya pembangunan infrastruktur Mass Rapid Transit (MRT) yang mendukung revitaliasi bangunan perkantoran. Dalam sektor residensial (apartemen) juga mengalami

perlambatan di kuartal 1 2016. Ada tiga apartemen di Jakarta yang lebih fokus pada penjualan produk lama (unit lama) dibandingkan meluncurkan unit baru. Berikut merupakan diagram lokasi yang banyak dibangun apartemen hingga kuartal 1 2016 :



Sumber : <http://properti.liputan6.com/read/2480508/pertumbuhan-properti-2016-mengalami-perlambatan>

**Gambar 1.1 Diagram Lokasi Pembangunan Apartemen**

Berdasarkan diagram lokasi diatas maka dapat dikatakan bahwa Jakarta Utara, Jakarta Barat dan Jakarta Selatan memiliki peringkat tiga teratas. Penawaran apartemen menunjukkan penurunan sebanyak 3.2% jika dibandingkan tahun lalu (Salonto dalam Liputan6, 2016). Penurunan pembelian di bidang property ini terjadi dikarenakan salah satu faktor ialah perubahan mekanisme dan naiknya bunga kpr yang secara tidak langsung, sehingga membuat investor harus memikirkan lebih cermat karena bisa menimbulkan kerugian pada pembeli. Namun tidak hanya di daerah jakarta saja yang memiliki pembangunan Apartemen,

tetapi juga salah satu daerah yang berkembang adalah Alam Sutera dan Tangerang. Berbagai developer telah menargetkan Tangerang sebagai salah satu tempat yang akan berkembang. Hal ini di tandai dengan adanya berbagai Mall, Sekolah, Apartemen, dan kawasan kompleks perumahan.

PT. Forzaland merupakan salah satu perusahaan developer properti di Indonesia. Berdasarkan portofolio yang dimiliki oleh PT. Forzaland ada 3 proyek yang telah dikenal banyak orang yaitu One Azure Apartment yang berada di Serpong dengan konsep arsitek eropa, One Casablanca yang berada di kota Jakarta merupakan apartemen setinggi 24 lantai dengan desain ultra free space modern art berada di Jakarta Selatan. Selain itu juga ada One Velvet Residence yaitu apartemen di Alam Sutera. Forzaland terus mengembangkan bisnis property diberbagai wilayah dengan nilai investasi yang tinggi. Selain di Jakarta dan Tangerang, Forzaland juga menggarap sejumlah proyek properti di kota lain seperti Kutai (Kalimantan Timur) dan Bali.

Agar produk Forzaland dapat terjual, dibutuhkan rencana pemasaran yang baik dan matang. Dengan strategi yang tepat, maka penjualan property dapat berjalan dengan konsisten bahkan meningkat. Strategi yang pertama digunakan oleh Forzaland seiring adalah *Open house*, agar calon investor dapat merasakan *experience dan* kenyamanan berinvestasi di Forzaland. Strategi yang digunakan oleh Forzaland yaitu melakukan *Personal Selling* dengan menggunakan interaksi langsung dengan para pelanggan. Tujuan dari diadakannya *open house* adalah agar dapat langsung menjawab pertanyaan dan keraguan para calon konsumen. Selain itu dalam upaya investasi di properti, pendekatan *personal selling* sangatlah penting terutama dalam membangun hubungan dan meyakinkan para calon konsumen.

## 1.2 Pokok Permasalahan

Penulis ditetapkan sebagai marketing staff selama kerja magang. Tugas sebagai marketing staff di Forzaland salah satunya adalah melakukan *personal selling* dalam *Open House* kepada para calon konsumen yang datang. Penulis ditugaskan untuk menjaga dan memberikan informasi kepada calon konsumen yang datang pada *open house* yang dilakukan oleh Forzaland terutama di area Tangerang. Penulis memberikan penawaran harga terkait dengan produk (apartemen) yang ditawarkan kepada calon konsumen yang datang pada *open house*. Selama acara berlangsung berbagai pertanyaan yang sering didengar adalah terkait dengan harga dan spesifikasi produk termasuk model dari perumahan. Penulis merasa kekurangan bahan dalam memasarkan produk, Pricelist cenderung tidak up to date, sehingga penulis harus mengkonfirmasi ulang kepada pusat. Hal tersebut memakan waktu yang dapat mengakibatkan *client* dapat pindah ke *developer* lain. Tidak hanya itu, penulis juga memberikan pengalaman kepada calon konsumen untuk dapat melihat langsung apartemen yang ditawarkan sehingga konsumen dapat memilih dan merasakan kondisi ruangan yang akan dibuat. Dalam aktivitas tersebut penulis banyak memberikan informasi atau konten yang lebih mudah dimengerti oleh para calon konsumen sehingga dapat menarik perhatian dan menimbulkan keinginan untuk membeli.

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

### 1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Malang

Penulis melaksanakan kerja dengan tujuan mengalami secara langsung suasana dan kondisi dalam dunia kerja di bidang properti. Penulis berharap melalui kerja magang, penulis dapat belajar lebih banyak mengenai pemasaran dan cara bernegosiasi yang dilakukan berbeda dengan apa yang telah dipelajari selama ini. Penulis bertujuan mengasah ilmu komunikasi dan cara berbicara yang baik dan benar menurut dunia bisnis. Maka dari itu, penulis berharap kerja magang dapat menambah pengalaman kerja bagi penulis.

Dari kerja magang, penulis ingin belajar mengenai Direct and Online marketing berbentuk inhouse sales and website marketing pada property karena selama ini penulis belum pernah mempelajari secara detail ilmu property. Penulis berharap dapat mengaplikasikan apa yang telah diajarkan pada saat kuliah kedalaman kerja magang agar kinerja selama kerja magang berlangsung membuahkan hasil yang baik.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 1.4 Pokok Permasalahan

Penulis menjalani perogram kerja magang selama 120 hari kerja atau empat bulan. Penulis bekerja pada hari Senin, Selasa, Rabu, Kamis dan Jumat. Waktu magang dalam sehari mulai pukul 09.00 - 17.00. Kerja magang di mulai pada tanggal 1 Februari 2016 hingga 31 Mei 2016.

Data Pelaksanaan magang yang dilakukan sebagai berikut :

Perusahaan : PT. Pratama Anugrah Perkasa Indonesia

Bidang usaha : Real Estate

Waktu Pelaksanaan : 1 Februari 2016 - 31 Mei 2016

Waktu Kerja : Senen - Jumat (09.00 - 17.00)

Posisi : Marketing and Inhouse Sales

Prosedur kerja magang adalah ketentuan yang berlaku dari Universitas Multimedia Nusantara untuk memulai praktek kerja magang. Berikut adalah prosedur yang perlu dilakukan penulis untuk dapat menyelesaikan praktek kerja magang: Mengajukan Cv kepada Human resource Department dari Pt.Pratama Anugrah perkasa Indonesia

1. Menerima telepon konfirmasi untuk *interview* di Pt.Pratama Anugrah Perkasa Indonesia
2. Melakukan *interview* setelah dikonfirmasi oleh Pt.Pratama Anugrah Perkasa Indonesia

3. Mengisi formulir pengajuan kerja magang beserta transkrip nilai di Universitas Multimedia Nusantara
4. Memberikan surat pengantra kerja magang Universitas multimedia Nusantara pihak Pt.Pratama Anugrah Perkasa Indonesia
5. Pt.Pratama Anugrah Perkasa Indonesia memberkan surat balasan kepada Universitas Multimedia Nusantara yang berisi konfirmasi penerima kerja magang
6. Mengisi Formulir magang yang diberikan oleh Universitas Nusantara yakni kartu kerja magang, formulir kehadiran magang, formulir realisasi kerja magang dan formulir laporan magang.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA