



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.



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

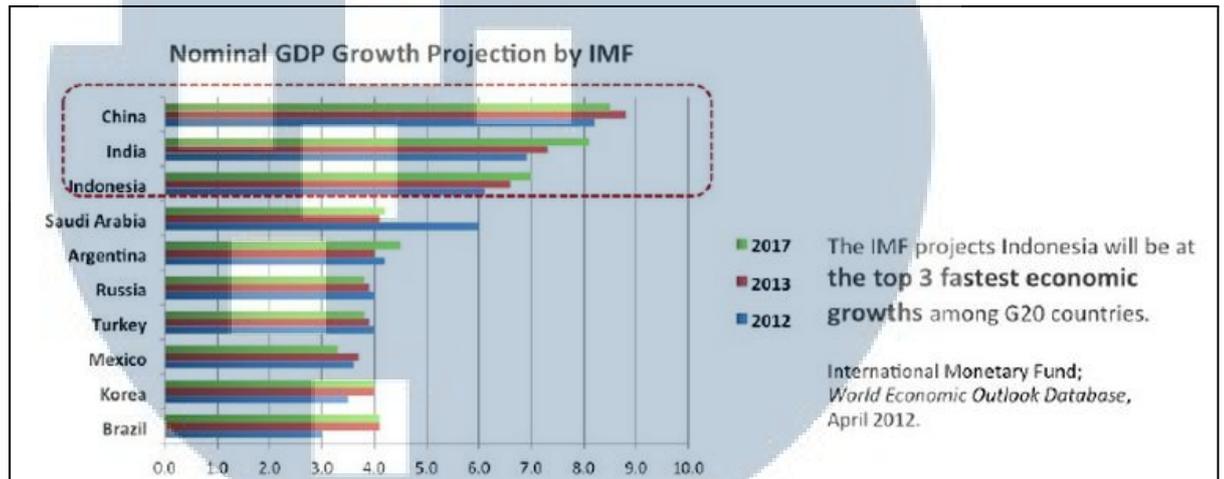
Pada era globalisasi saat ini, bisnis properti Indonesia meningkat dengan pesat dan orang banyak berinvestasi di bisnis properti untuk menunjang kehidupan di masa depan. Banyak bentuk investasi di bidang properti antara lain : Apartment, Hotel, Condotel, Rumah, dan apapun yang berhubungan dengan bisnis properti.

Menurut Sunariyah (2003) Investasi adalah Penanaman modal untuk satu atau lebih aktiva yang dimiliki dan biasanya berjangka waktu lama dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang. Properti adalah salah satu bentuk investasi yang sangat menjanjikan dan juga banyak orang yang sudah mulai berinvestasi di bidang properti, misal membeli sebuah unit apartment.

Bahkan banyak pengembang properti yang berani menjanjikan *ROI* (*return on investment*) bagi konsumen yang membeli sebuah asset dalam bisnis properti, misal harga suatu unit apartement Rp 1.000.000.000 dengan *ROI* 9%. Maka hitunganya *harga beli x ROI = keuntungan yang didapat di tahun pertama*. Dalam hal ini *ROI* dijadikan senjata bagi pengembang properti untuk menjual produknya dan menjadi salah satu faktor keputusan untuk membeli atau tidaknya dari pihak konsumen.

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan kekuatan ekonomi global di Asia. Perekonomian di Indonesia tumbuh sebesar 5,7% di tahun 2013 dan menjadikannya sebagai “ *Negara dengan perekonomian paling*

stabil selama lima tahun terakhir” menurut publikasi terkemuka dunia The Economist (www.jababeka.com).



Sumber: www.jababeka.com

Gambar 1.1 Pertumbuhan nominal GDP

Salah satu faktor kesuksesan ekonomi Indonesia dipicu oleh pertumbuhan kelas menengah dan pertumbuhan ekonomi makro yang stabil. Indonesia kini termasuk didalam negara MINT (Mexico, Indonesia, Nigeria, Turki) yakni negara-negara yang perekonomiannya paling menarik bagi investor jangka panjang karena karakteristik demografinya, berdasarkan laporan *Standard Chartered* (www.jababeka.com).

Di antara berbagai kawasan di Banten, Tangerang Selatan merupakan salah satu kawasan dengan perkembangan yang cukup pesat. Hal ini bisa dilihat

dari pertumbuhan perekonomian wilayah Tangerang Selatan yang mencapai kisaran 8% dan di atas pertumbuhan ekonomi nasional. Pertumbuhan yang cukup signifikan tersebut dipengaruhi beberapa sektor seperti dari properti (residensial dan komersial), perdagangan, bisnis, dan industri. Prospek besar kawasan Tangerang Selatan yang merupakan pemekaran dari kabupaten Tangerang ini menjadi faktor yang mendorong sejumlah pengembang besar untuk mengembangkan sejumlah proyek properti. Sebut saja Summarecon Group, Alam Sutera Realty, PT Jaya Real Property Tbk, Paramount, Group Lippo, dan Sinarmas Land (www.lamudi.co.id).

Dari pengamatan Indonesia Property Watch, pertumbuhan nilai properti di Serpong bisa mencapai kisaran 50%-60% pertahun dan ini merupakan tingkat pertumbuhan nilai properti tertinggi di Indonesia. Beberapa proyek properti yang telah sukses merajai pasar properti di Serpong di antaranya adalah kawasan terpadu Bumi Serpong Damai, Summarecon Serpong, Alam Sutera, juga Gading Serpong. Harga unit properti rumah di kawasan tersebut rata-rata sudah di atas Rp 1 miliar (www.lamudi.co.id).

Serpong menjadi sasaran investor untuk membangun bisnis di bidang properti seperti apartment, condomonium, condotel yang di yakini menjadi salah satu bisnis menjanjikan untuk masa depan dan dapat meraup keuntungan yang sangat besar. Salah satu perusahaan yang membangun bisnis dibidang properti khususnya di daerah Serpong yaitu KSO Merdeka Ronov Indonesia.

KSO Merdeka Ronov Indonesia adalah gabungan 2 perusahaan antara Group Jawa Pos (Rakyat Merdeka) dengan Ronov Indonesia. KSO Merdeka

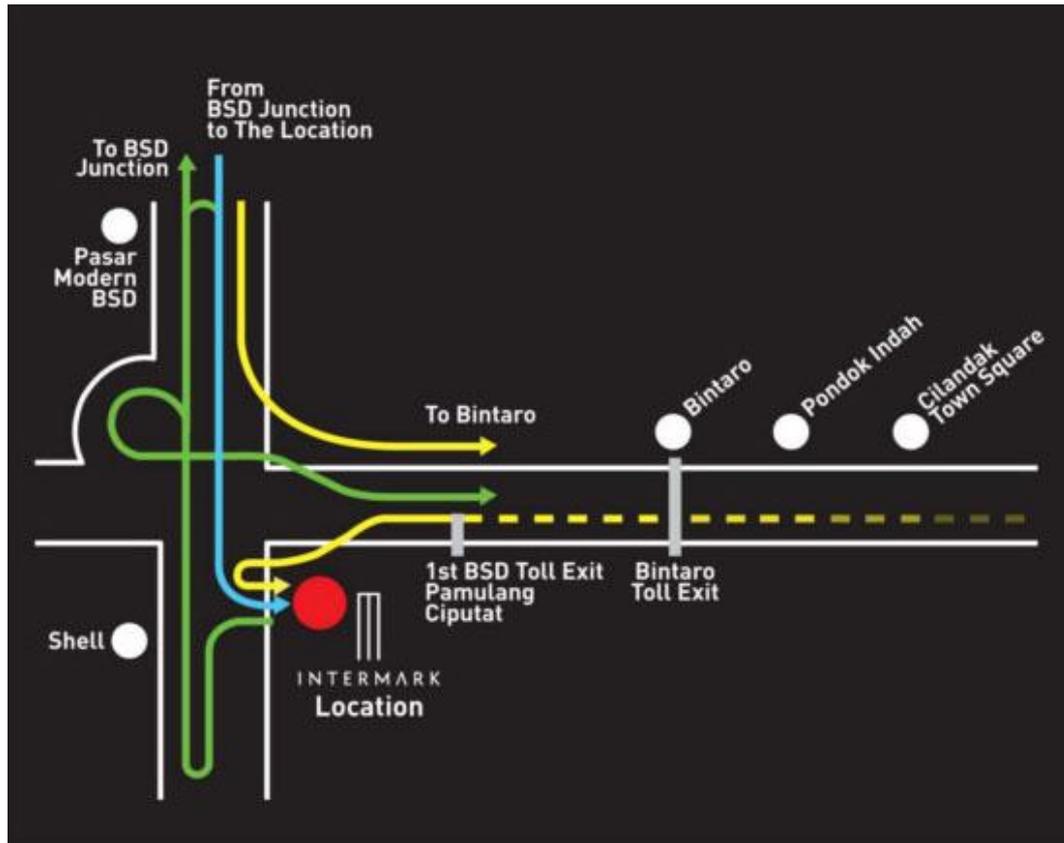
Ronov Indonesia menjadi salah satu *developer* di bidang properti di daerah Serpong khususnya kawasan BSD dan mempunyai suatu *project* yang diberi nama INTERMARK.

KSO Merdeka Ronov Indonesia adalah kerjasama operasi strategis yang menangkap esensi dan nilai RAKYAT MERDEKA Media Group dan RONOVI INDONESIA Terpadu Pengembangan Properti & Marketing Services untuk berseri membangun tolok ukur baru dalam industri.

INTERMARK adalah sebuah proyek dari KSO Merdeka Ronov Indonesia yang berlokasi di exit toll pertama BSD. Proyek ini adalah pertama di kawasan Tangerang yang berkonsep *mixed use development*. *Mixed use development* sendiri mempunyai arti dimana dalam 1 lahan ada 5 bangunan yang memiliki berbagai fungsi seperti: *Apartement, condotel, office, alfresco, dan assembly hall*. Intermark sendiri mempunyai harapan besar untuk penduduk terutama yang menghuni di kawasan Serpong dan Jakarta Selatan untuk berinvestasi di Intermark.

INTERMARK adalah salah satu jenis *mixed-use building* yang menggabungkan *façade* artistik dan konsep arsitektur modern kontemporer yang hanya menciptakan indah tanda tangan waktu modern di selatan-akhir Jakarta.

INTERMARK menawarkan gedung perkantoran premium, tinggi perumahan, hotel bintang empat, rumah toko, ballroom dan kawasan komersial di satu lokasi hanya sebelah TB. Jalan keluar tol Simatupang untuk waktu yang terbatas dan satuan saja.



Sumber: intermarkindonesia.com

Gambar 1.2 Denah Lokasi INTERMARK

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas maka rumusan masalah dalam laporan praktek kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat suatu promosi untuk meningkatkan *Brand Awareness* di INTERMARK PROJECT
2. Bagaimana proses evaluasi dan hasil yang diperoleh dari promosi yang dilakukan INTERMARK PROJECT

1.3 Maksud dan Tujuan Magang

Penulisan Laporan Kerja Magang ini bertujuan agar penulis lebih memahami peran dalam divisi *marketing*, serta strategi-strategi yang harus dilakukan dalam suatu perusahaan terutama di bidang properti, juga bagaimana suatu perusahaan dapat mengembangkan *business development* yang telah dijalankan sehingga berkembang dan memberikan keuntungan atau *profit*. Dalam kerja magang ini penulis mendapat kesempatan dalam mempraktikkan teori-teori yang selama ini dipelajari selama perkuliahan khususnya manajemen pemasaran atau *marketing management* yang menjadi jurusan peminatan penulis.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilakukan mulai tanggal 20 Oktober 2014 hingga 16 Februari 2014 di INTERMARK. Jam kerja selama kerja magang yaitu hari Senin sampai dengan Jumat yang dimulai pada pukul 08.00 sampai dengan pukul 17.30. Untuk hari Senin hanya sampai pukul 14.00 dikarenakan penulis ada jadwal kuliah pada pukul 15.00. Prosedur pelaksanaan kerja magang sebagai berikut:

1. Menyiapkan surat lamaran dan *Curriculum Vitae* (CV) yang dibutuhkan untuk melamar kerja.
2. Mengikuti seminar pembekalan kerja magang yang diwajibkan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN).
3. Menghubungi bagian *Carrier Department* UMN untuk mendaftar lamaran kerja magang pada divisi *marketing* INTERMARK.
4. Memberikan surat lamaran kerja dan *Curriculum Vitae* (CV) kepada bagian *Marketing* INTERMARK.
5. Melakukan *interview* di INTERMARK.

6. Mengajukan permohonan magang form KM-01 sebagai syarat pembuatan surat pengantar kerja magang yang disahkan dan ditandatangani oleh ketua program studi.
7. Menukarkan surat penerimaan kerja magang dari INTERMARK dengan kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan penilaian kerja magang.
8. Melaksanakan praktek kerja magang dari tanggal 20 Oktober 2014 sampai dengan 16 Februari 2015.
9. Penyusunan laporan kerja magang.
10. Sidang kerja magang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan magang adalah sebagai berikut :

- Bab I : Membahas mengapa penulis memilih topik seputar *promotion* dapat meningkatkan *brand awareness* di INTERMARK PROJECT
- Bab II : Membahas sejarah singkat KSO Merdeka Ronov Indonesia dan INTERMARK PROJECT, struktur organisasi, dan landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan dalam laporan praktek kerja magang ini.
- Bab III : Membahas tentang pelaksanaan program kerja magang, jabatan penulis, mekanisme tugas yang dilakukan dan kendala – kendala yang dihadapi oleh penulis, solusi – solusi dalam menghadapi kendala – kendala tersebut, dan pandangan penulis mengenai INTERMARK PROJECT.

Bab IV : Kesimpulan selama penulis bekerja di INTERMARK PROJECT dan saran yang dapat membangun serta dibutuhkan agar perusahaan dapat menjadi lebih baik.