

**STRATEGI PROMOSI GUNA MENINGKATKAN
PENGUNAAN APLIKASI SEDAYU ONE DI GRAND
GALAXY CITY**

Laporan Praktik Kerja Lapangan



DISUSUN OLEH:

Brenda Grace Cecilia Kapitan

212613006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TRI BHAKTI BUSINESS SCHOOL
BEKASI**

2024



TANDA PERSETUJUAN LPKL

Nama : Brenda Grace Cecilia Kapitan
NIM : 212613006
Jurusan : Manajemen
Prodi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul LPKL : Strategi Promosi Guna Meningkatkan Aplikasi Sedayu One di Grand Galaxy City.

LPKL tersebut diatas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya tulis mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mata kuliah pada Program Studi Manajemen Pemasaran, STIE Tri Bhakti.

Bekasi, 26 Juli 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Eddy Setyanto.S.Sos., M.Si

NIDN : 0325017402

Dosen Pembimbing

Dr. Sofia Maulida, SE., MM

NIDN : 0309027801

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI PROMOSI GUNA MENINGKATKAN
PENGGUNAAN APLIKASI SEDAYU ONE DI GRAND
GALAXY CITY

Oleh:

Brenda Grace Cecilia Kapitan

212613006

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Untuk memenuhi salah satu syarat Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata
Kuliah

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini

Bekasi, 27 Agustus 2024

Mengetahui,

Ketua Penguji


Ir. Prillia Haliawan, MM.

NIDN:0430047303

Anggota Penguji


Dr. Sofia Maulida, SE., MM

NIDN:0309027801

Ketua Prodi Manajemen


Dr. Sofia Maulida, SE., MM

NIDN:0309027801

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN

Dengan ini saya sekarang menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Laporan akhir ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana, baik di Tri Bhakti *Business School* maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan laporan saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing.
3. Dalam karya ini tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudiam hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bekasi, 26 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Brenda Grace Cecilia Kapitan

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Brenda Grace Cccilia Kapitan

NIM : 212613006

Perguruan Tinggi : Tri Bhakti Business School

Program Studi : D3 Manajemen

Dengan ini menyetujui ijin pihak **Tri Bhakti Business School**. Hak bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusif Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “ **Strategi promosi guna meningkatkan penggunaan aplikasi Sedayu One di Grand Galaxy City** ”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Tri Bhakti Business School** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pengkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap menyantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa pihak **Tri Bhakti Business School**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 26 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan


METERAI
TEMPEL
01DALX322256047

Brenda Grace Cecilia Kapitan

MOTTO

*Tetapi Kamu ini, dikuatkan hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah
bagi usahamu!*

(2 Tawarikh 15:7)

Karena masa depan sungguh indah, dan harapanmu tidak akan hilang

(Amsal 23:18)

ABSTRAK

Laporan ini tugas akhir bertujuan untuk menggambarkan strategi promosi guna meningkatkan penggunaan aplikasi Sedayu One di Grand Galaxy City melalui media sosial, poster dan banner yang digunakan oleh salah satu perusahaan Agung Sedayu Group di Grand Galaxy City, yakni Sedayu One. Metode yang digunakan ialah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara terbuka dan dokumentasi. Hasil pengumpulan data kemudian dianalisis menggunakan tiga tahapan yakni data direduksi, data disajikan, kemudian disimpulkan. Hasil laporan menunjukkan bahwa Sedayu One menggunakan teknik bauran promosi yang terdiri atas aspek yakni *direct marketing*, *public relations*, dan sales promotion. Ketiga aspek ini digunakan oleh perusahaan Agung Sedayu Group di Grand Galaxy City menggunakan Sedayu One sebagai alat memaksimalkan strategi promosi perusahaan dengan tujuan akhir yakni meningkatkan penggunaan Aplikasi Sedayu One di perusahaan. Bentuk strategi promosi ini mampu membuat peningkatan dalam penggunaan Aplikasi Sedayu One pada perusahaan Agung Sedayu Group di Grand Galaxy City.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Strategi Promosi, Media Sosial.

ABSTRACT

This report aims to describe promotional strategies to increase the use of the Sedayu One application in Grand Galaxy City through social media, posters and banners used by one of the Agung Sedayu Group companies in Grand Galaxy City, namely Sedayu One. The research method used is descriptive quantitative with data collection techniques through open interviews and documentation. The results of data collection were then analyzed using three stages, namely data was reduced, data was presented, then concluded. The report results show that Sedayu One uses a promotional mix technique which consists of aspects namely direct marketing, public relations and sales promotion. These three aspects are used by the Agung Sedayu Group company in Grand Galaxy City using Sedayu One as a tool to maximize the company's promotional strategy with the ultimate goal of increasing the use of the Sedayu One Application in the company. This form of promotional strategy is able to increase the use of the Sedayu One Application at the Agung Sedayu Group company in Grand Galaxy City.

Keywords: Promotion Mix, Promotion Strategy, Social media.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan yang Maha Esa, juga senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini sebagaimana mestinya, dengan segala kekurangan dan kelebihan. Tidak lupa kami mengucapkan terima kasih terhadap bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan sumbangan baik pikiran maupun materi. Penulis sangat berharap semoga laporan ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi pembaca. Bahkan kami berharap lebih jauh lagi agar makalah ini bisa pembaca praktikkan dalam bisnis yang akan dijalani.

Penulis merasa bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan ini karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Untuk itu kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan metode laporan ini. Selesainya laporan akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril dan materil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dan penyusun skripsi ini hingga selesai. Maka sebagai tanda terima penghargaan, perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang sangat baik dalam hidup penulis.
2. Bapak Drs.Widayatmoko, MM.,M.IKom selaku Ketua STIE Tri Bhakti Business School.
3. Ibu Sofia Maulida, Dr.,SE., MM selaku ketua Prodi Manajemen STIE Tri Bhakti.
4. Ibu Sofia Maulida, Dr.,SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan dan memberikan waktu serta arahan dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu pimpinan dan staf akademik di lingkungan STIE Tri Bhakti.

6. Mama tercinta Mutiara Manurung, bapak tercinta Yusak Kapitan, kakak tercinta Laura Kapitan dan adik tercinta Davina Kapitan yang senantiasa memberikan doa dan dukungan setiap hari bagi penulis.
7. PT Agung Sedayu Group di Grand Galaxy City yang sudah memberikan penulis kesempatan untuk melakukan magang.
8. Teman-Teman kampus Angel, Efna, Nova, Abang Pen, Abang Vicky, Abang Efran, Astri, Nurul, Jihan, Artanti, dan Nurhayati.
9. Sahabat terdekat Dessy, Mutiara, Evelyn, Yemima, Debora, Citra, dan Indah.

Akhir kata, penulis mengharapkan agar laporan magang ini dapat berguna dan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan khususnya bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN LPKL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iv
<i>MOTTO</i>	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan	5
1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan	6
1.5 Teori Relevan.....	6
1.5.1 Pemasaran	6
1.5.2 Promosi	7
1.5.3 Tujuan dari Promosi.....	9
1.5.4 Fungsi Promosi	10
1.5.5 Strategi Promosi.....	10
1.5.6 Indikator Promosi.....	11
1.5.7 <i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i>	12
1.5.8 <i>AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)</i>	13
1.6 Metode Pengumpulan Data Praktik Kerja Lapangan.....	13
1.6.1 Observasi.....	13
1.6.2 Wawancara.....	14
1.6.3 Dokumentasi	14

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	15
2.1 Sejarah Perusahaan.....	15
2.1.1 Visi PT Agung Sedayu Group.....	16
2.1.2 Misi PT Agung Sedayu Group.....	16
2.1.3 Logo Perusahaan	16
2.1.4 Struktur Organisasi	16
2.2 Kegiatan Organisasi dan Departemen.....	17
BAB III URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN	19
3.1 Penempatan dan Jadwal Praktik Kerja Lapangan	19
3.2 Lokasi Praktik Kerja Lapangan.....	19
3.3 Uraian Deskripsi Tugas Praktikan	20
3.4 Pembahasan dan Temuan Masalah Pada Promosi Sedayu One.....	30
1. Strategi Pemasaran yang Tidak Matang.....	30
2. Branding yang kurang kuat	31
3. Keterbatasan Budget Marketing.....	32
4. Strategi Komunikasi Pemasaran	32
5. STP (<i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i>)	33
6. AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, dan Action</i>)	36
7. Perbandingan Implementasi Promosi yang Dipakai pada tahun 2021 dengan tahun 2024	36
BAB IV PENUTUP	40
4.1 Kesimpulan	40
4.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jadwal Praktik Kerja Lapangan.....	19
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Aplikasi Sedayu One Tahun 2021	4
Gambar 1. 2 Pengguna Aplikasi Sedayu One Tahun 2024.....	5
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan	16
Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan.....	16
Gambar 3. 1 Poster.....	20
Gambar 3. 2 Sosialisasi Aplikasi	21
Gambar 3. 3 Contoh Brosur Sedayu One City	21
Gambar 3. 4 Langkah-langkah Aplikasi	22
Gambar 3. 5 Langkah-langkah Aplikasi	23
Gambar 3. 6 Langkah-langkah Aplikasi	24
Gambar 3. 7 Langkah-langkah Aplikasi	25
Gambar 3. 8 Langkah-langkah Aplikasi	26
Gambar 3. 9 Langkah-langkah Aplikasi	27
Gambar 3. 10 Langkah-langkah Aplikasi	28
Gambar 3. 11 Langkah-langkah Aplikasi	29