

**BAURAN PROMOSI DI BTP RESIDENCE BEKASI  
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**



**Disusun oleh :**

**Aisyah Zinky Sari**

**202513007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI**

**2023**



## TANDA PERSETUJUAN LPKL

Nama : Aisyah Zinky Sari  
NIM : 202513007  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Judul LPKL : Bauran Promosi di BTP Residence Bekasi

Laporan Praktik Kerja Lapangan tersebut di atas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswi yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada Jurusan Manajemen Pemasaran, Tri Bhakti Business School.

Bekasi, 24 Agustus 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

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

Dosen Pembimbing

Ir. Prillia Haliawan, MM

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**BAURAN PROMOSI DI BTP RESIDENCE BEKASI**

**Oleh**

Aisyah Zinky Sari

202513007

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam Ilmu Manajemen Pemasaran

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 24 Agustus 2023

**Ketua Tim Penguji**

**Anggota Tim Penguji**



**Drs. Widayatmoko, M.M., M.Ikom**

**NIDN: 0303045901**



**Ir. Prillia Haliawan, MM**

**NIDN: 0430047303**

**Ketua Program Studi**



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

**NIDN: 0325107402**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

### **PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Laporan Praktik Kerja Lapangan ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya Manajemen di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau 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 di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 24 Agustus 2023  
Yang membuat pernyataan



**Aisyah Zinky Sari**

## **ABSTRAK**

**Aisyah Zinky Sari.** Seperti yang kita ketahui, salah satu bisnis properti yang stabil dan banyak peminatnya adalah perumahan, bisnis properti perumahan merupakan investasi satu rumah atau lebih dengan tidak menggunakan biaya produksi sendiri dan sangat aman untuk pelaku bisnis dan dengan minimnya resiko. Peran promosi penjualan sangatlah penting bagi suatu perusahaan, salah satu alat komunikasi promosi yang digunakan oleh perusahaan yaitu bauran promosi terdiri atas *Advertising, Personal selling, Sales promotion, Public relation* dan, *Direct marketing*. Dari hasil observasi yang dilakukan dengan metode pengukuran keefektivitasan untuk mengetahui seberapa efektivitas promosi berdasarkan segmentasi pasarnya di BTP Residence Bekasi maka didapatkan hasil bahwa BTP Residence Bekasi dikatakan belum efektif sehingga harus menerapkan kegiatan promosi lainnya seperti *Word of Mouth, Sponsorship, Customer Royalty*, dan juga *Google Analytics*. Hal ini bertujuan agar BTP Residence Bekasi dapat menjangkau lebih luas calon konsumen yang sesuai dengan segmentasinya serta untuk kemajuan BTP Residence Bekasi kedepannya.

**Kata Kunci : Bauran Promosi, Segmentasi Pasar, Manajemen Keluhan**

## ***ABSTRACT***

**Aisyah Zinky Sari.** *As we know, one of the property businesses that is stable and in great demand is housing, the residential property business is an investment in one or more houses by not using its own production costs and is very safe for business people and with minimal risk. The role of sales promotion is very important for a company, one of the promotional communication tools used by the company is the promotional mix consisting of Advertising, Personal selling, Sales promotion, Public relations and, Direct marketing. From the results of observations made with the effectiveness measurement method to determine how effective promotion is based on market segmentation at BTP Residence Bekasi, the results show that BTP Residence Bekasi is said to be ineffective so that it must implement other promotional activities such as Word of Mouth, Sponsorship, Customer Royalty, and also Google Analytics. This is so that BTP Residence Bekasi can reach a wider range of potential customers in accordance with its segmentation and for the future progress of BTP Residence Bekasi.*

**Keywords :** *Promotion Mix, Segmentation, Complaint Management*

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Bauran Promosi di BTP Residence Bekasi”. Yang mana disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan D-III Manajemen Pemasaran pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih ke berbagai pihak karena laporan ini dapat disusun dengan baik berkat adanya bantuan dari berbagai pihak tersebut. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Horas Sebastian E. Tobing, B.A selaku Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa.
2. Bapak. Drs Widayatmoko, M.M.,M.I.Kom selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
3. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si selaku Kaprodi Manajemen.
4. Bapak Ir. Prillia Haliawan, MM selaku Dosen Pembimbing Laporan Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan arahan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh dosen serta staf STIE Tri Bhakti yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman selama penulis mengikuti perkuliahan hingga selesai menyusun laporan ini.
6. Pimpinan dan Karyawan BTP Residence Bekasi yaitu Ibu Priscillia, Mba Naya, Olga, dan juga Lyna yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis serta memberikan kesempatan untuk magang dan memberikan data serta informasi yang diperlukan oleh penulis.
7. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua yang telah memberikan semangat, motivasi, dorongan serta do’a yang begitu besar kepada penulis dari awal masa perkuliahan hingga selesainya laporan ini

8. Teman-teman seperjuangan di Prodi D-III Manajemen Pemasaran angkatan 2020 terutama Fadilah, Ratu, dan Yaya yang telah memberi warna selama di kelas, saling mendukung, memotivasi dan saling bertukar pikiran satu sama lain.
9. Dan terima kasih kepada diri sendiri yang sejauh ini mampu untuk menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini masih jauh dari kata kesempurnaan dimana masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis bersedia menerima segala masukan dan saran yang bersifat membangun serta penulis berharap semoga Laporan ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Bekasi, 24 Agustus 2023



**Aisyah Zinky Sari**



## DAFTAR ISI

### *COVER DEPAN*

<b>TANDA PERSETUJUAN LPKL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	5
1.3    Tujuan Magang.....	5
1.4    Manfaat Magang.....	5
1.5    Teori Relevan .....	5
1.5.1    Promosi.....	5
1.5.2    Bauran Promosi ( <i>Promotion mix</i> ) .....	6
1.5.3    Promosi Penjualan.....	8
1.5.4    Efektivitas Promosi Penjualan .....	8
1.5.5    Segmentasi Pasar .....	10
1.5.6    Manajemen Keluhan Pelanggan.....	11
1.6    Metode Magang .....	13
1.6.1    Studi Lapangan ( <i>Field research</i> ) .....	13
1.6.2    Studi Kepustakaan ( <i>Library research</i> ).....	15
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	<b>16</b>
2.1    Profil Perusahaan .....	16
2.1.1    Logo Perusahaan .....	16
2.2    Struktur Organisasi .....	17

2.2.1	Uraian Tugas dan Tanggungjawab.....	19
2.3	Kegiatan Perusahaan.....	21
<b>BAB III URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>24</b>
3.1	Penempatan Magang.....	24
3.2	Uraian Deskripsi Tugas .....	24
3.1	Pembahasan .....	26
3.3.1	Segmentasi Pasar.....	26
3.3.2	Bauran Promosi ( <i>Promotion mix</i> ) .....	27
3.3.3	Efektivitas Promosi Penjualan .....	30
3.3.4	Implementasi Manajemen Keluhan Pelanggan .....	31
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>		<b>34</b>
4.1	Simpulan.....	34
4.2	Saran .....	34
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>36</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>37</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Kegiatan Promosi BTP Residence Bekasi.....	3
Tabel 1.2. Penjualan Unit di BTP Residence Bekasi... ..	4
Tabel 1.3. Keluhan Calon Pelanggan di BTP Residence Bekasi... ..	4
Tabel 3.1. Jadwal Kegiatan Magang .....	24
Tabel 3.2. Kegiatan Harian Magang .....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Brosur BTP Residence Bekasi...	3
Gambar 2.1. Logo Perusahaan...	17
Gambar 2.2. Struktur Organisasi...	18
Gambar 2.3. Alur Pembelian Rumah Secara KPR.....	21
Gambar 2.4. Penjualan secara langsung ( <i>Personal Selling</i> ).....	60
Gambar 2.5 Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	60
Gambar 2.6 Promosi penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ).....	61
Gambar 2.7 Event Pameran/Expo ( <i>Public Relation</i> ) .....	61
Gambar 2.8 Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	62
Gambar 2.9 Akun sosial media BTP Residence Bekasi.....	63

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Magang .....	38
Lampiran 2 Surat Persetujuan Izin Magang .....	39
Lampiran 3 Daftar Kegiatan Harian Magang .....	40
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup .....	56
Lampiran 5 Tabel .....	57
Lampiran 6 Gambar .....	59