



**PERENCANAAN PEMASARAN PERUMAHAN  
PADA PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR  
JEMBER**

**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Ahli Madya Program Studi Diploma III Manajemen Perusahaan  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Jember

Oleh :

Enfanta Pamungkas

NIM 140803101057

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2018**



**PLANNING OF MARKETING ON HOUSING  
AT PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR  
JEMBER**

**REAL JOB PRACTICE REPORT**

submitted as one of the condition for obtain a degree Ahli Madyatitle  
Study Program Diploma III Management Companies  
Of Management Economic and Business Faculty  
University Of Jember

By :

Enfanta Pamungkas

NIM 140803101057

**STUDY PROGRAM DIPLOMA III OF MANAGEMENT COMPANIES  
OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
UNIVERSITY OF JEMBER  
2018**

**JUDUL**  
**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**  
**PERENCANAAN PEMASARAN PERUMAHAN**  
**PADA PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Enfanta Pamungkas  
NIM : 140803101057  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Diploma III Manajemen Perusahaan

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

**12 Juli 2018**

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk di terima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Program Diploma III pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

**Susunan Panitia Penguji**

Ketua,

Sekretaris,

**Drs. Agus Priyono, MM.**  
**NIP. 19601016 198702 1 001**

**Ema Desia Prajitiasari, SE, MM.**  
**NIP. 19791221 200812 2 002**

Anggota,

**Dr. Novi Puspitasari, SE., MM.**  
**NIP. 19801206 200501 2 001**

Foto  
4 x 6

Mengetahui/Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Jember

**Dr. Muhammad Miqdad, S.E.,M., Ak.,CA**  
**NIP. 19710727 199512 1 001**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

Nama : Enfanta Pamungkas  
NIM : 140803101057  
Fakultas : Ekonomi & Bisnis  
Program Studi : D3 Manajemen Perusahaan  
Jurusan : Manajemen  
Judul Laporan : Perencanaan Pemasaran Perumahan Pada PT. DJOJO  
BINANGUN MASHYUR JEMBER

---

Jember, 15 Maret 2018

Laporan Praktek Kerja Nyata

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Manajemen Perusahaan

Telah Disetujui oleh  
Dosen Pembimbing

**Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D.**

**NIP. 19660408 199103 1 001.**

**Drs. Sampeadi, M.S.**

**NIP. 19560404 198503 1 002.**

**MOTTO**

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”.

**(Thomas A. Edison)**

“Kesuksesan tidak terwujud dari tidak pernah membuat kesalahan. Tapi tidak pernah membuat kesalahan yang sama untuk kedua kalinya”.

**(George Bernard Shaw)**

“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh”.

**(Confusius)**

“Sesungguhnya orang yang menunjukkan kebaikan mendapat pahala sama dengan orang yang melakukannya”.

**(HR. Tirmidzi)**

**PERSEMBAHAN**

1. Bapak Dan Ibu tersayang yang selalu mendoakan, memberi kasih sayang, kerja sama dan motivasi yang tidak ada hentinya kepadaku.
2. Kakak dan adikku tercinta yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
3. Teman-teman dan sahabatku serta mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember yang selalu mendukung dan memberikan semangatnya.
4. Semua pihak kampus bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember yang telah memberiku ilmu dan bimbingan dalam proses pembelajaran selama ini.
5. Almamater Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember yang selalu ku banggakan.

## PRAKATA

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang telah di berikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Nyata ini. Laporan Praktek Kerja Nyata yang penulis selesaikan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan program studi diploma III pada Program Studi Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan dari pada kemampuan penulis. Dalam penyusunan Laporan Praktek Kerja Nyata ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

- a. Bapak Dr. Muhammad Miqdad, S.E.,M.M., Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.
- b. Bapak Drs.Sudaryanto, MBA. PhD. selaku Ketua Program Studi Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.
- c. Bapak Drs. Sampeadi, M.S., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran, serta telah meluangkan waktu sehingga Laporan Praktek Kerja Nyata ini mampu terselesaikan.
- d. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember terima kasih atas bekal dan ilmu yang telah diberikan kepada saya.
- e. Seluruh para pekerja PT. Djojo Binangun Mashyur Jember, terima kasih telah memberikan bantuan serta informasi dalam kesempatan untuk membantu penulis dalam menyelesaikan laporan saya.
- f. Bapak, Ibu dan Kakak yang selalu membuatku semangat dalam kesempatan ini.

- g. Kakakku yang tercinta terima kasih atas berkat motivasi, doa, dukungan, pengorbanan & kesabarannya dalam menyusun laporan akhir ini.
- h. Teman-teman dan sahabatku telah memberikan keceriaan selama ini dan jangan pernah putus asa dalam mencapai cita-cita yang ingin diraih.
- i. Teman-teman seperjuanganku Rizky, Dhani dan Rama dan seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2015.
- j. Seluruh keluarga dari Futsal UKM SPORTS (Mas Klose, Mas Jalbil, Mas Dani, dan Hendra, Aris, Aweng, Hasan, Habibie, Januar, dan seluruh anak Futsal UKM SPORTS) juga mengucapkan terima kasih atas doanya, canda tawa dan kebersamaan selama ini.
- k. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuandorongan semangat yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Terima Kasih sehingga Laporan Praktek Kerja Nyata ini dapat terselesaikan.

Semoga ALLAH SWT selalu memberikan hidayah dan rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Laporan Praktek Kerja Nyata ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa Laporan Praktek Kerja Nyata ini masih jauh dari kesempurnaan, baik yang menyangkut aspek materi maupun teknik penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan Laporan Praktek Kerja Nyata ini. Semoga Laporan Praktek Kerja Nyata ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 27 Maret 2018

Penulis



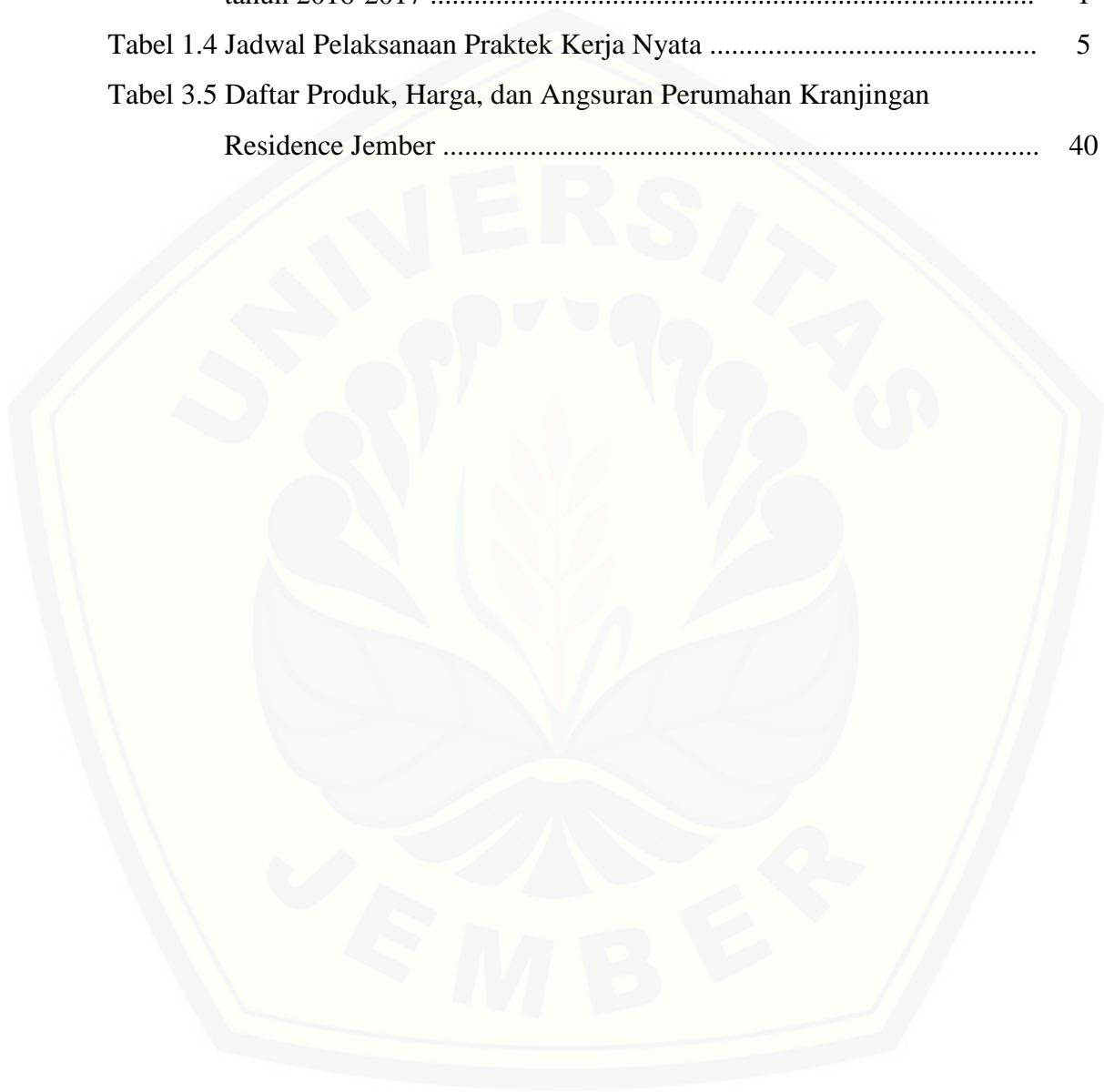
**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Alasan Pemilihan Judul .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata.....</b>	<b>3</b>
1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata .....	3
1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata .....	3
<b>1.3 Objek dan Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata .....</b>	<b>4</b>
1.3.1 Objek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata .....	4
1.3.2 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata .....	4
1.3.3 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Perencanaan .....</b>	<b>6</b>
2.1.1 Pengertian Perencanaan .....	6
2.1.2 Tujuan Dalam Sebuah Perencanaan .....	7
2.1.3 Langkah-Langkah Perencanaan .....	9
2.1.4 Fungsi-Fungsi Perencanaan (Planning) .....	10
<b>2.2 Pemasaran .....</b>	<b>12</b>
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	12
2.2.2 Aspek Pemasaran (Marketing Aspect) .....	13
2.2.3 Konsep Pemasaran .....	15

2.2.4 Perencanaan Pemasaran .....	17
2.2.5 Strategi Pemasaran .....	20
<b>2.3 Properti.....</b>	<b>22</b>
2.3.1 Pengertian Properti .....	22
2.3.2 Pemasaran Properti .....	25
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PRAKTEK KERJA NYATA.....</b>	<b>32</b>
<b>3.1 Latar Belakang Sejarah PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR .....</b>	<b>32</b>
<b>3.2 Visi Dan Misi.....</b>	<b>33</b>
<b>3.3 Struktur Organisasi.....</b>	<b>34</b>
<b>3.4 Sumber Daya Manusia .....</b>	<b>38</b>
<b>3.5 Produk Dan Harga Perumahan.....</b>	<b>39</b>
<b>3.6 Kegiatan Bagian yang Dipilih .....</b>	<b>40</b>
<b>BAB IV HASIL KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA.....</b>	<b>41</b>
<b>4.1 Kegiatan Pemasaran Pada PT. Djojo Binangun Mashyur</b>	
<b>Jember .....</b>	<b>41</b>
4.1.1 Analisis Kesempatan Pasar .....	41
4.1.2 Media Periklanan Sebagai Promosi Perumahan Kranjingan Residence .....	42
4.1.3 Dokumen Pelaksanaan Marketing Perumahan .....	43
<b>4.2 Kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada Pemasaran Perumahan .....</b>	<b>49</b>
4.2.1 Pemilihan Pasar Sasaran .....	50
4.2.2 Metode Personal Selling Dalam Memasarkan Perumahan Kranjingan Residence .....	55
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>58</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Target dan realisasi pembangunan rumah di Kabupaten Jember tahun 2016-2017 .....	1
Tabel 1.4 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata .....	5
Tabel 3.5 Daftar Produk, Harga, dan Angsuran Perumahan Kranjingan Residence Jember .....	40



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.3 Struktur Organisasi ..... 35



**DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran PermohonanTempat PKN .....	60
2. Lampiran Persetujuan Tempat PKN .....	61
3. Lampiran Persetujuan Judul Laporan PKN .....	62
4. SK Menkumham .....	63
5. Surat Permohonan Nilai PKN .....	64
6. Nilai Praktek Kerja Nyata.....	65
7. Surat Keterangan Hasil PKN .....	66
8. Daftar Absensi PKN .....	67
9. Surat Keterangan Selesai PKN .....	69
10. Kartu Konsultasi Penyusunan Laporan PKN .....	70
11. Daftar Lampiran SK Menkumham .....	72
12. Akte Pendirian Oleh Notaris .....	73
13. Surat Izin Usaha Perdagangan .....	74
14. Tanda Daftar Perusahaan .....	75
15. NPWP PT. Djojo Binangun Mashyur .....	76
16. Surat Keterangan Terdaftar .....	77
17. Surat Keterangan Domisili Perusahaan .....	78
18. Perjanjian Sewa Rumah .....	79
19. Penawaran Rumah .....	80
20. Sewa Rumah Iklan Properti.....	81
21. Surat Pernyataan KPR .....	82
22. Surat Pernyataan Penghasilan .....	83
23. Surat Pernyataan Pemohon KPR .....	84
24. Surat Pernyataan Tidak Memiliki Rumah .....	85

## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1 Alasan Pemilihan Judul

Perkembangan zaman yang semakin maju yang disertai dengan jumlahnya bidang bisnis properti yang saat ini memiliki penghasilan rendah dengan penerapan subsidiya atau pembangunan perumahan yang dilaksanakan oleh lembaga sosial masyarakat. Setiap instansi, organisasi maupun lembaga pemerintah maupun lembaga swasta memiliki tujuan perencanaan secara individu dan operasional. Dengan semakin berkembangnya dalam suatu masyarakat, maka semakin banyak tujuan di masa yang akan datang, dalam berbagai peluang dan tantangan dalam kondisi kendala yang telah mungkin akan dihadapi. Instansi perlu mengetahui dengan benar segala sesuatu harus dilakukan pada sistem pemanfaatan dan produk usaha dalam tingkat konsumen. Oleh karena itu, kegiatan tersebut dapat dimanfaatkan peluang pasar atas produk yang dihasilkan atau dijual.

Keadaan ekonomi daerah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi variasi jumlah unit rumah terjual suatu produk rumah dalam kurun waktu tertentu di suatu daerah. Realisasi pembangunan rumah sederhana di PT. Djojo Binangun Mashyur dapat dilihat pada tabel 1.1, belum memenuhi target, sedangkan kebutuhan Kabupaten Jember akan rumah sederhana masih cukup tinggi.

**Tabel 1.1 Target dan Realisasi Pembangunan Rumah di Kabupaten Jember Tahun 2016 - 2017**

<b>Tahun</b>	<b>Target</b>	<b>Realisasi</b>
2016	5000	2.002
2017	5000	2.002
<b>Jumlah</b>	10.000	4.004

Sumber : BTN Perumahan Jember, 2017

Kebutuhan rumah sederhana sangat dibutuhkan oleh konsumen khususnya di daerah Kabupaten Jember. Peluang usaha tersebut nampaknya menjadi acuan salah satu pengembang perumahan di daerah Jember, PT. Djojo Binangun Mashyur untuk meluncurkan beberapa unit rumah sederhana dan bersubsidi untuk meringankan beban masyarakat kecil yang diberi nama perumahan Green Ajung Village. Dalam kurun waktu tidak sampai 3 bulan produk rumah mereka habis terjual, bahkan permintaan bertambah. Hal ini menjadikan pengembang menambah produk mereka sesuai dengan permintaan masyarakat.

Berdasarkan dari uraian alasan pemilihan judul di atas, dapat dijabarkan perumusan masalah sebagai berikut ; “Bagaimanakah pemasaran perumahan properti yang telah dilaksanakan pada manajemen PT. Djojo Binangun Mashyur”. Kegiatan pemasaran biasanya melakukan persiapan adalah membuat dan menyusun konsep pelaksanaan perumahan properti yang tepat. Konsep pemasaran yang tepat akan berpengaruh terhadap kelancaran dan kesuksesan dalam melakukan pemasaran perumahan properti.

Perkembangan bisnis disertai dengan perkembangan masalah yang semakin kompleks, harus dihadapi pengembang dengan manajemen yang tepat. Salah satu bagian dalam usaha yang harus dikelola secara baik untuk kepentingan internal maupun kepentingan eksternal perusahaan adalah pemasaran. Pengembang membuat target penjualan tidak hanya di daerah Jember tetapi juga di daerah lain dengan menggunakan pemasaran perumahan properti itu sendiri secara lengkap dan menarik pelanggan. Keadaan ini berlanjut dengan cara mempromosikan produk pemasaran perumahan properti dengan keunggulan perusahaan yaitu semua tipe perumahan di Green Ajung Village bersubsidi sebagai daya tarik bagi calon pelanggan.

Pemasaran membutuhkan kemampuan praktek yang berguna untuk mendukung kelancaran bagi para pelaku pemasaran maupun pihak penerima informasi tersebut. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemasaran adalah komitmen sumber daya manusia maupun komitmen pendanaan yang diperlukan sebagai strategi jangka panjang. Dalam mempromosikan produk rumah tipe kecil sampai mewah dalam pameran perumahan yang ada di Kota Jember, terdapat

sebuah pemasangan iklan yang akan dilakukan pada target penjualan. Ada beberapa pameran perumahan yang akan di targetkan adalah Perumahan Kranjingan Residence, Perumahan Green Ajung Village, dan Perumahan Griya Koncer Asri. Dengan pemasaran perumahan properti yang akan dijalankan dapat meningkatkan dalam pangsa pasar secara efektif dan efisien.

Berdasarkan uraian di atas, dalam dimensi pemasaran memiliki hubungan baik dalam lingkungan internal maupun eksternal. Masa depan dimensi pemasaran dapat mencakup hubungan-hubungan di masa yang mendatang yang mungkin terjalin dalam tujuan-tujuan pencapaian dalam mempromosikan rumah yang dibutuhkan oleh masyarakat yang luas. Maka, dari itu Praktek Kerja Nyata ini diberi judul **“PERENCANAAN PEMASARAN PERUMAHAN PADA PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER”**.

## **1.2 Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata**

### **1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata**

- a. Untuk mengetahui dan memahami perencanaan pemasaran perumahan di PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER.
- b. Untuk mendapatkan pengalaman praktek berkaitan perencanaan pemasaran developer properti di PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER.

### **1.2.2 Kegunaan Praktek Kerja Nyata**

- a. Memperoleh wawasan, pengetahuan dan pengalaman praktis secara bersama pada lingkungan kerja dan masyarakat.
- b. Mengetahui tata cara perencanaan pemasaran perumahan di PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER.
- c. Sebagai salah syarat untuk menyelesaikan tugas akhir dan memperoleh gelar Ahli Madya Program Diploma III Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Jember.



### 1.3 Objek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata

#### 1.3.1 Objek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata dilaksanakan pada PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER Jl. Letjend Suprpto 16 No.74 Desa Kebonsari Kec. Sumpersari Kabupaten Jember.

#### 1.3.2 Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata dilaksanakan dalam jangka waktu 1 (satu) bulan pada tanggal 01 Maret – 06 April 2018 selama 30 hari sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Program Diploma III Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Jember yaitu 144 jam kerja efektif. Adapun jam kerja pada PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER, adalah sebagai berikut :

Senin – Jumat	: 08.00 – 16.00
Sabtu	: 08.00 – 14.00
Istirahat	: 14.00 – 15.00 (Senin – Jumat) 11.00 – 12.00 (Sabtu)
Minggu	: Libur

#### 1.3.3 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Jadwal pelaksanaan praktek kerja nyata pada PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.4 Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

NO.	KEGIATAN	MINGGU KE					
		I	II	III	IV	V	VI
1.	Menyerahkan proposal dan surat ijin Praktek Kerja Nyata pada PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER	X					
2.	Pengarahan dan perkenalan dari pimpinan beserta karyawan PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER		X	X			
3.	Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata pada PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER			X	X	X	
4.	Pengumpulan data dan informasi untuk bahan penyusunan laporan Praktek Kerja Nyata			X	X	X	
5.	Penyusunan laporan Praktek Kerja Nyata			X	X	X	X

## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Perencanaan

#### 2.1.1 Pengertian Perencanaan

Perencanaan tidak lain merupakan kegiatan untuk menetapkan tujuan yang akan dicapai beserta cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Sebagaimana disampaikan kepada Louise E. Boone Dan David L. Kurtz bahwa perencanaan dapat didefinisikan sebagai proses di mana manajer menetapkan tujuan, menilai masa depan, dan mengembangkan tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan ini.

Sedangkan T. Hani Handoko (1995) mengemukakan bahwa :“Perencanaan (planning) adalah pemilihan atau penetapan tujuan organisasi dan penentuan strategi, kebijaksanaan, proyek, program, prosedur, metode, sistem, anggaran, dan standar yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan. Pembuatan keputusan banyak terlibat dalam fungsi ini.

Definisi perencanaan dikemukakan oleh Erly Suandy (2001:2) sebagai berikut : secara umum perencanaan merupakan proses penentuan tujuan organisasi (perusahaan) dan kemudian menyajikan (mengartikulasikan) dengan jelas strategi-strategi (program), taktik-taktik (tata cara pelaksanaan program) dan operasi (tindakan) yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

Definisi perencanaan tersebut menjelaskan bahwa perencanaan merupakan suatu proses untuk mencapai tujuan perusahaan secara menyeluruh. Definisi perencanaan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan menggunakan beberapa aspek yakni ;

1. Penentuan tujuan yang akan dicapai.
2. Memilih dan menentukan cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan atas dasar alternatif yang akan dipilih.
3. Usaha-usaha atau langkah-langkah yang ditempuh untuk mencapai tujuan atas dasar alternatif yang dipilih.

Selain aspek tersebut, perencanaan juga mempunyai manfaat bagi perusahaan sebagai berikut :

1. Dengan adanya perencanaan, maka pelaksanaan kegiatan dapat diusahakan dengan efektif dan efisien.
2. Dapat mengatakan bahwa tujuan yang telah ditetapkan tersebut, dapat dicapai dan dapat dilakukan koreksi atas penyimpangan-penyimpangan yang timbul seawal mungkin.
3. Dapat mengidentifikasi hambatan-hambatan yang timbul dengan mengatasi hambatan dan ancaman.
4. Dapat menghindari adanya kegiatan pertumbuhan dan perubahan yang tidak terarah dan terkontrol.

### **2.1.2 Tujuan Dalam Sebuah Perencanaan**

Sebelum rencana kerja yang disusun, hal pertama yang harus dirumuskan adalah sasaran-sasaran apa yang hendak dicapai. Sasaran-sasaran tersebut dapat ditentukan dari visi dan misi yang dirumuskan oleh organisasi.

Melalui Misi Organisasi kita dapat mengetahui untuk tujuan apa organisasi itu didirikan dan mengapa organisasi itu ada. Misi merupakan dasar bagi tujuan dan garis besar perencanaan dalam keseluruhan organisasi. Oleh karenanya dalam menyusun sebuah perencanaan yang efektif, seorang manajer harus memastikan bahwa kebijakan-kebijakan internal, peran-peran organisasional, kinerja, struktur organisasi, produk yang dihasilkan, dan keseluruhan operasional organisasi tetap sejalan dengan misi organisasi.

Untuk memastikan apakah sasaran/tujuan-tujuan yang disusun dalam sebuah perencanaan dapat lebih efektif, maka ada beberapa kriteria yang perlu diperhatikan oleh seorang manajer :

- Rumusan tujuan harus jelas dan spesifik dengan menggunakan kalimat kuantitatif agar mudah mengukurnya
- Tujuan tersebut harus mencakup hasil sektor-sektor kunci. Karena tujuan atau sasaran tidak mungkin disusun berdasarkan hasil kerja orang per orang, maka

sasaran tersebut dibuat berdasarkan hasil dari kontribusi persektor atau perbagian.

- Tujuan harus mampu memberikan tantangan untuk mencapainya, namun bukan berarti harus sangat sulit untuk dicapai.
- Tujuan harus memiliki tenggang waktu yang jelas untuk mencapainya.
- Tujuan dikaitkan dengan penghargaan bagi yang mencapainya.

Dalam teori Stephen Robbins dan Mary Coulter mengemukakan banyak tujuan perencanaan, antara lain :

- **Tujuan pertama** adalah untuk memberikan pengarahan baik untuk manajer maupun karyawan non manajerial. Dengan rencana, karyawan dapat mengetahui apa yang harus mereka capai, dengan siapa mereka harus bekerja sama, dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Tanpa rencana, departemen dan individual mungkin akan bekerja sendiri-sendiri secara serampangan, sehingga kerja organisasi kurang efisien.
- **Tujuan kedua** adalah untuk mengurangi ketidakpastian. Ketika seorang manajer membuat rencana, ia dipaksa untuk melihat jauh ke depan, meramalkan perubahan, memperkirakan efek dari perubahan tersebut, dan menyusun rencana untuk menghadapinya.
- **Tujuan ketiga** adalah untuk meminimalisir pemborosan. Dengan kerja yang terarah dan terencana, karyawan dapat bekerja lebih efisien dan mengurangi pemborosan. Selain itu, dengan rencana, seorang manajer juga dapat mengidentifikasi dan menghapus hal-hal yang dapat menimbulkan inefisiensi dalam perusahaan.
- **Tujuan keempat** adalah untuk menetapkan tujuan dan standar yang digunakan dalam fungsi selanjutnya, yaitu proses pengontrolan dan pengevaluasian. Proses pengevaluasian atau evaluating adalah proses membandingkan rencana dengan kenyataan yang ada. Tanpa adanya rencana, manajer tidak akan dapat menilai kinerja perusahaan.

Perencanaan memberikan arah tindakan saat ini yang terfokus pada pencapaian tujuan yang kita impikan di masa yang akan datang. Melalui perencanaan kita dapat mengantisipasi perubahan lingkungan dan memperkirakan

resikonya sambil terus menyesuaikan tindakan/aktifitas dengan tujuan yang hendak kita capai.

### 2.1.3 Langkah-Langkah Perencanaan

Langkah-langkah dalam perencanaan, dimana secara garis besarnya terdiri dari empat langkah dasar perencanaan yang bisa diterapkan untuk semua tipe jenjang organisasi, lembaga, dan institusi. Langkah-langkahnya antara lain adalah :

#### a. Menetapkan Sasaran

Kegiatan perencanaan dimulai dengan menetapkan apa saja yang ingin dicapai oleh organisasi, tanpa dasar yang jelas, sumber daya yang ada akan meluas menyebar dengan menetapkan prioritas dan merinci serta mengkalkulasi sasaran secara jelas maka organisasi dapat mengarahkan segi sumber daya yang lebih efektif dan efisien serta tepat guna dan tepat sasaran.

#### b. Merumuskan Posisi Organisasi

Posisi organisasi saat ini dimana pimpinan harus tahu dengan posisi organisasinya saat ini. Sumber daya apa yang dimiliki organisasinya saat ini. Barulah rencana dapat disusun setelah diketahui posisi organisasinya, kekuatan-kekuatan yang akan melaksanakan dari apa yang telah direncanakan dengan mengetahui keuangan dan statistik organisasi saat ini.

#### c. Mengidentifikasi Berbagai Faktor

Mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat selanjutnya perlu diketahui faktor-faktor baik dari dalam maupun yang datang dari luar yang diperkirakan dapat membantu dan mendukung serta yang menghambat organisasi untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Diakui mengetahui lebih mudah keadaan yang terjadi saat ini dibandingkan mencari peluang yang akan didapat di masa yang akan datang. Dan unsur utama dalam perencanaan yang paling sulit adalah melihat ke depan.

#### d. Menyusun Langkah-Langkah Untuk Mencapai Sasaran

Langkah terakhir dalam menyusun perencanaan adalah mengembangkan berbagai kemungkinan alternatif atau langkah yang diambil untuk mencapai

sasaran yang telah ditetapkan, mengevaluasi alternatif ini dengan memilih mana yang baik dan mana yang dianggap cocok dan memuaskan.

Namanya juga perencanaan yang memiliki segala aspek yang bisa saja terjadi sehingga apa yang telah kita rencanakan menjadi terkendala oleh beberapa faktor, namun kita harus optimis dan berusaha untuk mewujudkan apa yang kita rencanakan adalah untuk sebuah keberhasilan.

Namun jika perencanaan kita menemui beberapa faktor kendala, kita juga harus optimis, biar bagaimana pun pepatah "biar tidak tepat sasaran, namun tidak melenceng terlalu jauh", artinya jangan sampai benar-benar keluar dari jalur perencanaan, karena kita tidak akan pernah tahu apa yang akan terjadi esok, lusa dan seterusnya. Namun perencanaan mutlak kiranya diperlukan.

#### **2.1.4 Fungsi-Fungsi Perencanaan (*Planning*)**

Sejalan dengan apa yang dikemukakan di atas, maka perlu diketahui bahwa fungsi-fungsi dari planning itu sendiri, antara lain :

- **Menentukan Titik Tolak Dan Tujuan Usaha**

Tujuan adalah sesuatu yang ingin dicapai sehingga merupakan sasaran, sedangkan perencanaan adalah alat untuk mencapai sasaran tersebut. Setiap usaha yang baik harus memiliki titik tolak, landasan dan tujuannya. Misalnya seseorang ingin pergi dari Bandung ke Surabaya naik kereta api. Disini Surabaya merupakan tujuan, sedangkan kereta api merupakan perencanaan atau alat mencapai sasaran tersebut.

- **Memberikan Pedoman, Pegangan, dan Arah**

Suatu perusahaan harus mengadakan perencanaan apabila hendak mencapai suatu tujuan. Tanpa perencanaan, suatu perusahaan tidak akan memiliki pedoman, pegangan, dan arahan dalam melaksanakan aktivitas kegiatannya. Misalnya seorang pilot terbang melintasi Samudera tanpa mengetahui apakah ia ingin menuju ke Inggris, Belanda, dan Australia. Maka ia akan berada di dalam ketidakpastian.

- **Mengantisipasi Perubahan**

Dengan perencanaan dinamika perubahan yang dihadapi dapat diantisipasi, bahkan dapat dikelola dengan baik. Lewat perencanaan telah diprediksi semua kondisi yang berkemungkinan terjadi di masa depan sehingga dapat diantisipasi lebih awal.

- Meminimalisir Ketidakpastian

Meski sejumlah kondisi ekstrim sekalipun dapat diprediksi, namun selalu terbuka kemungkinan adanya ketidakpastian yang luput dari radar antisipasi. Perencanaan membantu meminimalisirnya.

- Menciptakan Standar Bagi Capaian

Lewat perencanaan setiap capaian memiliki kadar kualitatif dan kuantitatif untuk mengukur “jarak tempuh” standar yang ditentukan untuk dicapai pada setiap tahapan.

- Mencegah Pemborosan Waktu, Tenaga, dan Material

Dalam menetapkan alternatif dalam perencanaan, kita harus mampu menilai apakah alternatif yang dikemukakan realistis atau tidak dengan kata lain, apakah masih dalam batas kemampuan kita serta dapat mencapai tujuan yang kita tetapkan. Misalnya suatu perusahaan menetapkan tujuan bahwa omzet penjualan untuk tahun yang akan datang dinaikkan sebanyak 10%. Untuk itu ditetapkan alternatif media promosi antara lain radio, majalah dan surat kabar. Karena keterbatasan dana yang dimiliki, pilihan jatuh pada surat kabar karena dianggap realitas dan paling ekonomis.

- Memudahkan Pengawasan

Dengan adanya *planning*, kita dapat mengetahui penyelewengan yang terjadi karena *planning* merupakan pedoman dan patokan dalam melakukan suatu usaha. Agar dapat membuat perencanaan yang baik, maka manajer memerlukan data-data yang lengkap, dapat dipercaya secara aktual.

- Kemampuan Evaluasi yang Teratur

Dengan adanya *planning*, kita dapat mengetahui apakah usaha yang kita lakukan sudah sesuai dengan tujuan yang ingin kita capai. Sehingga tidak terjadi *under planning* dan *over planning*.

- Sebagai Alat Koordinasi



Perencanaan dalam suatu perusahaan kadang-kadang begitu kompleks, karena untuk perencanaan tersebut meliputi berbagai bidang dimana tanpa koordinasi yang baik dapat menimbulkan benturan-benturan yang akibatnya dapat cukup parah. Dapat kita misalkan, perjalanan suatu kereta api yang dengan tanpa adanya koordinasi yang baik, kemungkinan akan terjadi tabrakan atau harus menunggu terlalu lama pada simpangan-simpangan.

## **2.2 Pemasaran**

### **2.2.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran memiliki arti yang sama sekali berbeda dengan penjualan. Pemasaran juga tidak sekedar periklanan dan bentuk-bentuk promosi lainnya. Namun, setiap hari kita selalu menjadi sasaran pemasaran dari berbagai produk.

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:1), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok dalam memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara membuat dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Menurut Gronroos (2008:3), pemasaran adalah mengembangkan, mempertahankan dan meningkatkan relasi dengan para pelanggan dan mitra lainnya, dengan mendapatkan laba, sedemikian rupa sehingga tujuan masing-masing pihak dapat tercapai. Hal ini dapat diwujudkan melalui pertukaran dan pemenuhan janji yang saling menguntungkan.

Pemasaran adalah upaya mewujudkan nilai dan kepuasan pelanggan dengan mendapatkan laba (Potter, Brown, Adam, Armstrong, 2008:3).

Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai bagi para pelanggan sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi organisasi dan para *stakeholder*-nya. (American Marketing Association, 2008:3-4).

Pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menstimulasi permintaan atas produk atau jasanya dan memastikan bahwa produk dijual dan disampaikan para pelanggan (Ventakesh dan Penaloza, 2008:4).

Kesimpulan dari berbagai pendapat di atas bahwa pengertian pemasaran adalah suatu proses di dalam kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, mempromosikan, menetapkan harga, mendistribusikan serta menciptakan suatu produk yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen sesuai dengan permintaan agar dapat diminati oleh banyak konsumen.

### 2.2.2 Aspek Pemasaran (*Marketing Aspect*)

Aspek pemasaran yang merupakan aspek yang harus diperhatikan dalam memulai sebuah usaha, karena sekecil apapun sebuah usaha harus memiliki pasar yang jelas dan memiliki strategi serta kebijaksanaan pengelolaan pemasaran yang tepat guna.

Aspek pemasaran berisi rencana-rencana yang akan dilaksanakan dalam pemasaran produk serta beberapa data yang mendukung rencana pemasaran tersebut (Aditya Prabhaswara, 2004:12).

Menurut uraian dari Peti Savitri (2004:13-15) penyajian aspek marketing dalam project proposal antara lain :

- a. Informasi permintaan pasar (market demand) atas produk hasil usaha dan keterkaitannya dengan volume penjualan yang direncanakan.
- b. Harga jual produk, perkembangan serta analisisnya.
- c. Usaha (strategi dan siasat) pemasaran yang tepat untuk usulan usaha yang dimaksud.
- d. Standar kualitas produk yang ditetapkan serta prosedur untuk memenuhi standar tersebut.
- e. Perihal kompetitor dan strategi serta siasat untuk memenangkan kompetisi.

Sementara itu dalam pemasaran perlu diperhatikan apa yang disebut dengan *marketing mix* atau 5P yang terdiri dari :

- a. *Product* (Produk)
- b. *Price* (Harga)
- c. *Place* (Tempat)
- d. *Promotion* (Promosi)

e. *Packing* (pengemasan / pengepakan produk)

Berdasarkan *marketing mix* dapat disusun uraian mengenai aspek pemasaran sebagai berikut :

a. Permintaan pasar (*market demand*) atas produk

- 1) Jauh lebih baik jika disajikan dalam bentuk angka baik persen (%) maupun angka nominal dari jumlah permintaan serta grafik atau data naik / turun (fluktuasi) jumlah permintaan dalam kurun periode tertentu (misalnya per tahun / per semester).
- 2) Sajikan kesimpulan dari data tersebut dan pengaruhnya terhadap rencana usaha.

b. Harga beli produk (*price*) oleh pasar

- 1) Sajikanlah harga beli produk terbaru (saat dibuatnya project proposal) serta ramalan harga beli pada masa yang akan datang.
- 2) Sajikan perkembangan harga beli produk tersebut dalam kurun periode tertentu dalam bentuk grafik atau data (misalnya per tahun / per semester).
- 3) Sebagai tambahan, sajikan pula kesimpulan dari data di atas disertai dengan pengaruhnya terhadap rencana usaha yang direncanakan.

c. Standar kualitas produk (*standard of quality product*)

Yang diminta pasar setiap produk memiliki standar kualitas tertentu yang harus dipenuhi oleh produsen jika produk tersebut dapat diterima pasar.

Sajikanlah data lengkap tentang standar kualitas produk dan produk yang direncanakan.

d. Kontrak pemesanan dan penjualan atas produk

Adalah hal yang jauh lebih baik apabila dalam pembangunan usaha telah ada hubungan negosiasi dengan para calon pembeli dari produk yang akan diproduksi.

e. Distribusi penjualan produk

Distribusi penjualan produk adalah proses pengiriman produk yang telah dan yang akan dibeli dari tempat usaha atau pabrik sampai ke tempat pembeli.

Untuk menjalankan fungsi tersebut maka diperlukan pengetahuan tentang beberapa hal yang mempengaruhi distribusi.

Berikut ini adalah hal-hal yang dapat mempengaruhi distribusi :

1) Rantai distribusi barang produk

Perkembangan trend business (kecenderungan / perkembangan usaha bersangkutan).

a) Tepat tidaknya rantai distribusi yang direncanakan (dari pabrik hingga konsumen).

b) Transportasi dan biaya operasional

2) Pergeseran daya beli

3) Perubahan pola konsumsi

4) Perubahan kebiasaan cara pembelian oleh pembeli

5) Lokasi pembeli dan perubahan lokasi pembeli

6) Rencana layanan pruna jual (*after sales services*)

### 2.2.3 Konsep Pemasaran

Filosofi pemasaran mengalami evolusi dari orientasi internal (*inward-looking*) menuju orientasi eksternal (*outward-looking*). Orientasi internal tercermin dalam konsep produksi, konsep produk, dan konsep penjualan, sedangkan orientasi eksternal direfleksikan dalam konsep pemasaran dan konsep pemasaran sosial. Kendati demikian, setiap konsep memiliki keunikan dan konteks aplikasinya masing-masing (Fandy Tjiptono, 2008:21-23).

Konsep produksi (*production concept*) berpandangan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia dimana-mana dan harganya murah. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada upaya menciptakan efisiensi produksi, biaya rendah dan distribusi massal. Dengan demikian, fokus utama konsep ini adalah distribusi dan harga. Konsep ini masih dapat dijumpai di negara-negara berkembang seperti Indonesia, apalagi dalam situasi krisis moneter seperti saat ini.

Konsep produk (*produk concept*) berpandangan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang memberikan kualitas, kinerja atau fitur inovatif terbaik. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada upaya penciptaan produk superior dan penyempurnaan kualitasnya. Jadi, fokus utamanya adalah pada aspek

produk. Konsep ini sering dijumpai dalam pemasaran produk elektronik, komputer dan karya seni (seperti film, lukisan, dan novel).

Konsep penjualan (*selling concept*) berkeyakinan bahwa konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk dalam jumlah banyak, jika mereka tidak diyakinkan dan bahkan bila perlu dibujuk. Penganut konsep ini akan berkonsentrasi pada usaha-usaha promosi dan penjualan yang agresif. Konsep ini banyak dijumpai pada penjualan *unsought goods* (seperti asuransi, ensiklopedia, dan batu nisan); Pemasaran nirlaba (seperti penggalangan dana, partai politik, dan universitas); dan situasi *overcapacity* (penawaran jauh melampaui permintaan).

Konsep pemasaran (*marketing concept*) berpandangan bahwa kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan (*customer value*) kepada pasar sasarnya secara lebih efektif, dibandingkan para pesaing. Nilai pelanggan adalah rasio antara apa yang diperoleh pelanggan dan apa yang ia berikan. Jadi nilai pelanggan dapat dirumuskan sebagai berikut : nilai pelanggan = (manfaat – biaya) = (manfaat fungsional + manfaat emosional) (biaya moneter + biaya waktu + biaya energi + biaya psikis). Konsep pemasaran bertumpu pada empat pilar utama : pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terintegrasi (*intergrated marketing*), profitabilitas. Pasar sasaran adalah pelanggan yang dipilih untuk dilayani dengan program pemasaran khusus bagi mereka. Keberhasilan pemasaran sangat ditentukan pula oleh kemampuan organisasi dalam membedakan lima jenis kebutuhan :

- 1) *Stated needs* (contohnya konsumen membutuhkan sepeda motor yang tidak mahal).
- 2) *Real needs* (contohnya konsumen membutuhkan sepeda motor yang biaya pengoperasiannya (bukan harga murah).
- 3) *Unstated needs* (misalnya konsumen mengharapkan layanan prima dari dealer).
- 4) *Delight needs* (misalnya konsumen berharap bahwa dealer memberikan pula bonus berupa peta kota tempat pembelian sepeda motor tersebut).

- 5) *Secret needs* (contohnya konsumen ingin dipandang teman-temannya sebagai konsumen yang cerdas dalam memilih produk).

Kemampuan membedakan kelima jenis kebutuhan tersebut berdampak pada tiga tipe pemasaran :

- 1) *Responsive marketing*, yakni mengidentifikasi dan memenuhi *stated needs*.
- 2) *Anticipate marketing*, yakni berusaha memperkirakan apa yang dibutuhkan pelanggan dalam waktu dekat.
- 3) *Creative Marketing*, yaitu menemukan dan menghasilkan solusi yang tidak diduga (bahkan belum terbayangkan) oleh pelanggan namun berpotensi ditanggapi secara antusias. Hal ini terbukti ampuh dalam pemasaran produk-produk *high-tech*, seperti iPod, telepon genggam, mesin faks, fotokopi, compact disc players, dan ATM (Anjungan Tunai Mandiri).

Sementara itu menurut Dodi Adriana (2008:23) konsep pemasaran menekankan pula integrasi antar fungsi pemasaran (seperti wiraniaga, periklanan, layanan pelanggan, manajemen produk, riset pemasaran) dan antar departemen (misalnya departemen riset dan pengembangan, departemen keuangan, departemen sumber daya manusia, departemen produksi / operasi). Dengan kata lain, dibutuhkan keselarasan antar *external marketing* (pemasaran yang ditujukan kepada pihak-pihak diluar perusahaan dan *internal marketing* (proses merekrut, menyeleksi, melatih dan memotivasi para karyawan sehingga mereka dapat melayani pelanggan secara memuaskan).

Tujuan akhir konsep pemasaran adalah membantu organisasi mencapai tujuannya. Dalam kasus organisasi bisnis, tujuan utamanya adalah laba, sedangkan untuk organisasi nirlaba dan organisasi publik, tujuannya adalah mendapatkan dan yang memadai untuk melakukan aktivitas sosial dan pelayanan publik (Gregorius Chandra, 2008:23).

#### **2.2.4 Perencanaan Pemasaran**

Perencanaan pemasaran (*marketing planning*) adalah suatu bagian dari suatu desain untuk mencapai suatu tujuan. Tujuannya adalah untuk menciptakan nilai bagi konsumen dalam kondisi tetap menguntungkan perusahaan, atau dalam

konsep pemasaran saat ini, suatu hubungan yang saling menguntungkan. Rencana pemasaran merangkum bersama penilaian kita terhadap kebutuhan dan keinginan pasar, kekuatan dan kelemahan pada organisasi kita dan pada pesaing saat ini atau yang diperkirakan, dan desain yang kita buat untuk menciptakan nilai guna memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen dalam kondisi tetap untung. Rencana pemasaran berisikan rencana tindakan (siapa yang melakukan apa dan kapan) dan visi, tujuan strategis, tujuan, serta sasaran.

Proses ini dapat didefinisikan sebagai perencanaan pemasaran, yang merupakan penerapan sumber daya pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran. Dengan demikian, perencanaan pemasaran hanyalah sekedar urutan logis tindakan-tindakan yang membawa pada penetapan tujuan pemasaran dan pemformulasian rencana untuk mencapainya. Perusahaan biasanya melakukan suatu proses manajemen dalam mengembangkan rencana pemasaran. Pada perusahaan kecil dan tidak terdiversifikasi, prosesnya sering disistemisasi. Proses ini konsepnya sederhana dan melibatkan tujuan apa yang akan dijual dan kepada siapa, memutuskan bagaimana tujuan dapat dicapai, dan penjadwalan serta penghitungan biaya tindakan-tindakan yang dibutuhkan untuk menerapkannya.

Setiap rencana adalah unik, tetapi hampir di semua kasus, suatu rencana memiliki peramalan keuangan dan anggaran yang terinci untuk tahun pertama dan secara garis besar untuk tahun-tahun selanjutnya. Bagian pertama dari rencana pemasaran adalah analisis situasi. Bagian ini berisikan, tetapi bukan semata-mata analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Setelah analisis situasi (*situation analysis*) adalah rencana itu sendiri. Permasalahannya adalah bahwa walaupun prosesnya sangat sederhana untuk dimengerti, penerapannya adalah tugas yang paling sulit di antara tugas pemasaran lainnya. Alasannya adalah karena perusahaan harus menggabungkan semua elemen pemasaran menjadi satu rencana yang kohesif. Agar hal ini dapat terjadi, paling tidak perlu ada beberapa tindakan yang diinstitutionalkan. Penginstitutionalan inilah yang tampaknya menjadi sumber kesulitan besar bagi suatu perusahaan.

Bagi manajer pemasaran disamping harus tahu rencana perusahaan dan ikut terlibat dalam menyusun pemasaran hasil produksi perusahaan bahkan mungkin sebagai ketua tim, harus dapat memanfaatkan rencana perusahaan untuk menerjemahkan kegiatan bawahannya untuk membantu merealisasikan rencana global perusahaan tersebut

Rencana tahunan perusahaan harus disusun setiap tahun, rencana bisa yang bersifat jangka panjang, jangka menengah, atau jangka pendek. Berikut beberapa kegunaan rencana yang dapat kami kemukakan sebagai berikut :

1. Agar setiap orang mengetahui arah yang akan dicapainya.
2. Sebagai pedoman (stewardship guidance) dalam melaksanakan tugas-tugas yang akan dicapai.
3. Sebagai alat penting dalam pelaksanaan pengawasan.
4. Sebagai alat menerjemahkan filosofi dan tujuan utama perusahaan atau lembaga.
5. Sebagai media untuk menilai prestasi (standard of performance) perusahaan dan orang-orangnya baik dalam merumuskan tujuan maupun dalam mencapainya.
6. Dapat meningkatkan partisipasi karyawan.

Suatu perusahaan tentu mempunyai banyak sasaran, baik yang tersirat maupun yang tersurat dengan jelas, sasaran-sasaran haruslah diketahui terlebih dahulu sebelum perencanaan pemasaran dapat dijalankan, perencanaan kegiatan haruslah sesuai dengan sasaran yang menyeluruh dari perusahaan.

Oleh karena pemasaran merupakan rantai terpenting yang menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya, pemasaran haruslah mempelajari dan menafsirkan kebutuhan konsumen yang kemudian akan menuntut perusahaannya untuk melayani kebutuhan tersebut. Dikarenakan rencana pemasaran harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan melayani kebutuhan konsumen, maka proses perencanaan pemasaran akan berbeda-beda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

Tujuan bab ini adalah untuk menjelaskan sesederhana mungkin apakah perencanaan pemasaran itu dan bagaimana bekerjanya proses tersebut sebelum



bagian perencanaan pemasaran yang lebih penting lainnya dijelaskan di bab-bab selanjutnya. Salah satu alasan mengapa suatu perusahaan mengalami kesulitan dalam mengembangkan rencana pemasaran adalah bahwa manajemen tidak memiliki arahan bagaimana proses tersebut harus dikelola. Yaitu, mulai dari tinjauan ulang, kemudian tujuan, strategi, program, anggaran, dan kembali lagi hingga suatu kompromi dapat dicapai di antara apa yang diinginkan dan apa yang diperkirakan, dengan memperhatikan hambatan-hambatan yang dimiliki masing-masing perusahaan.

Alasan lain mengapa perusahaan merasakan kesulitan untuk mengembangkan suatu rencana pemasaran adalah bahwa sistem perencanaan itu sendiri tidaklah lebih dari suatu pendekatan yang terstruktur terhadap proses yang baru dijelaskan. Karena adanya perbedaan ukuran, kerumitan, karakter, dan keragaman operasi perusahaan, tidak ada suatu sistem yang seperti sistem “di luar rak” yang dapat diterapkan tanpa penyesuaian mendasar untuk dapat sesuai dengan persyaratan yang khas dengan situasi setiap perusahaan. Sejauh mana perusahaan dapat mengembangkan rencana yang terintegrasi, terkoordinasi, dan konsisten tergantung pada pemahaman pada proses perencanaan pemasaran itu sendiri sebagai suatu cara mempertajam fokus bagi semua tingkatan manajemen dalam suatu organisasi.

### **2.2.5 Strategi Pemasaran**

Setidaknya ada tiga definisi strategi pemasaran yang sesuai dengan konteks kajian pada pembahasan pengamatan ini. Ketiga definisi strategi pemasaran tersebut sebagai berikut :

Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara eksplisit maupun implisit mengenai bagaimana suatu merk atau lini produk mencapai tujuannya (Bennet, 2008:42).

Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang

digunakan untuk melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan melayani pasar sasaran tersebut (Tjiptono, 2008:42-43).

Strategi pemasaran adalah bagian dari lingkungan yang terdiri atas rangsangan fisik dan sosial. Termasuk di dalam rangsangan tersebut adalah produk dan jasa, materi promosi (iklan), tempat pertukaran (toko eceran), dan informasi tentang harga (label yang tertempel pada produk). Selanjutnya penerapan strategi pemasaran melibatkan penempatan rangsangan tersebut di lingkungan konsumen agar dapat mempengaruhi afeks, kognisi, dan perilaku mereka (Peter J.P dan Olson J.C, 2008:43).

Pada prinsipnya, strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran dan biaya pemasaran, dimana strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah bagi semua fungsi manajemen suatu organisasi.

Strategi pemasaran terdiri dari lima elemen yang saling terkait. Berikut ini adalah kelima elemen tersebut (Corey dalam Dolan, Tjiptono, 2008:43-45).

- a. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Faktor-faktor yang mendasari keputusan ini sebaga berikut (Jain, 1990).
  - 1) Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokkan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi.
  - 2) Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan (fokus) yang lebih sempit.
  - 3) Pengalaman kumulatif yang didasarkan pada trial and error di dalam menanggapi peluang dan tantangan.
  - 4) Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar yang terproteksi.
- b. Pemilihan pasar di atas selanjutnya dimulai dengan melakukan segmentasi pasar, dan selanjutnya memilih pasar sasaran yang paling memungkinkan untuk dilayani perusahaan.
- c. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk

sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Manfaat tersebut meliputi produk itu sendiri, jaminan atau garansi, jasa reparasi, dan bantuan teknis yang disediakan penjual serta hubungan personal yang mungkin terbentuk di antara pembeli dan penjual.

- d. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai-nilai kualitatif dari produk kepada pelanggan.
- e. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
- f. Komunikasi pemasaran (promosi) yang meliputi periklanan, *personal selling* promosi penjualan, *direct marketing*, dan *public relation*.

Dalam bisnis jasa pemasaran yang bersifat sangat kompleks karena banyak elemen yang mempengaruhi seperti internal organisasi, lingkungan fisik, komentar dari-dari mulut mengemukakan bahwa pemasaran jasa ada 3 yaitu :

a. Pemasaran Eksternal

Dilakukan untuk menghubungkan perusahaan dengan konsumen, hal ini pekerjaan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyiapkan, menentukan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan jasa kepada konsumen.

b. Pemasaran Internal

Dilakukan untuk menghubungkan perusahaan dan karyawan, dalam hal ini perusahaan melatih dan memotivasi karyawan untuk melayani konsumen dengan baik.

c. Pemasaran Interaktif

Dalam hal ini menghubungkan antara konsumen dengan karyawan perusahaan. Pemasaran interaktif merupakan gambaran atas keahlian karyawan dalam melayani konsumen.

## 2.3 Properti

### 2.3.1 Pengertian Properti

Properti adalah sebuah produk yang dihasilkan atau dibuat oleh sebuah perusahaan properti. Produk tersebut dapat berupa perumahan, *apartement*, ruko

toko (ruko), rumah kantor (rukan), gedung perkantoran (*office building*), pusat perbelanjaan berupa *mall*, *plaza*, atau *trade center*. Perumahan, *apartement*, ruko toko (ruko), rumah kantor (rukan), gedung perkantoran (*office building*), termasuk dalam *landed property*. Sedangkan *mall*, *plaza*, *trade center*, termasuk dalam *commercial building*. Dalam pengamatan ini akan lebih fokus pada produk properti yaitu perumahan.

Rumah atau papan adalah salah satu kebutuhan dasar manusia yang tingkat kepentingannya hanya dibawah sandang dan pangan. Rumah dapat diartikan sebagai ruang dimana manusia hidup dan melakukan aktifitas kehidupan dan bebas dari gangguan fisik maupun psikis. Rumah juga berfungsi sebagai tempat perlindungan dari berbagai macam gangguan iklim serta gangguan dari makhluk hidup lainnya. Selain itu rumah juga merupakan tempat awal pengembangan kehidupan dan penghidupan keluarga dalam lingkungan yang aman, sehat, serasi, dan teratur (Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 4 Tahun 1992, tentang Pemukiman dan Perumahan).

Perundang-perundang yang menggunakan istilah properti adalah Surat Keputusan Menteri Negara Perumahan Rakyat, selaku Ketua BKP4N No. 05/KPTS/BKP4N/1995 tanggal 23 Juni 1995 dirumuskan sebagai berikut : “Properti (*real property*) adalah tanah hak atau bangunan permanen yang menjadi obyek pemilik dan pembangunan” (pasal 1 angka 4).

Berdasarkan keputusan tiga menteri yang terdiri dari Menteri Pekerjaan Umum, Menteri Dalam Negeri, dan Menteri Perumahan Rakyat No. 648-348 tahun 1992, No. 739/KPTS/1992 dan No. 09/KPTS/1992 yang isinya menyatakan bahwa pembangunan perumahan dan pemukiman diarahkan untuk mewujudkan kawasan dengan lingkungan hunian yang berimbang antara rumah sederhana, rumah menengah, dan rumah mewah dengan perbandingan dan kriteria tertentu sehingga dapat menampung secara serasi antara kelompok masyarakat dari berbagai profesi, tingkat ekonomi, dan status sosial.

Perbandingan yang dimaksud berimbang dengan rasio 6 : 3 : 1, yang artinya di setiap perumahan dan pemukiman dibangun dengan aturan 6 (enam) atau lebih rumah sederhana, 3 (tiga) atau lebih rumah menengah dan 1 (satu)

rumah mewah. Untuk pengertian rumah sederhana, rumah menengah dan rumah mewah diatur dalam ketentuan umum bab 1 (satu) ayat 4 (empat) antara lain :

1. Rumah sederhana adalah rumah yang dibangun di atas dengan luas kapling 54 m<sup>2</sup> sampai 200 m<sup>2</sup> dan biaya penyimpanan per m<sup>2</sup> tidak melebihi dari harga satuan per m<sup>2</sup> tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintah kelas C yang berlaku.
2. Rumah menengah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kapling 200 m<sup>2</sup> sampai 600 m<sup>2</sup> dan biaya pembangunan per m<sup>2</sup> antara harga satuan per m<sup>2</sup> tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintah kelas C sampai A yang berlaku.
3. Rumah mewah adalah rumah yang dibangun di atas tanah dengan luas kapling 600 m<sup>2</sup> sampai 2000 m<sup>2</sup> dan biaya pembangunan per m<sup>2</sup> di atas harga satuan per m<sup>2</sup> tertinggi untuk pembangunan perumahan dinas pemerintahan kelas A yang berlaku.

Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan (UU No. 4/Th. 1992).

Di Indonesia hukum positif yang mengatur benda atau properti adalah UU. No. 5 Tahun 1960 tentang “Peraturan Dasar Pokok-Pokok Agraria” dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia (Buku Kedua) tentang “BENDA” yang membedakan :

- a. Benda tak bergerak (*real property*) yaitu tanah atau tanah hak berikut benda-benda lain yang berkaitan dengan tanah, baik karena alam maupun buatan manusia (bangunan perumahan dan lingkungannya).
- b. Benda bergerak (*personal property*) yang menurut sifatnya dapat dipindah-pindahkan dan dihitung jumlahnya. Sedang benda bergerak dapat berwujud (*tangible*) dan benda tak berwujud (*intagibles*) yaitu tagihan, hak paten dan hak ahli waris.

### 2.3.2 Pemasaran Properti

Pemasaran properti berfungsi untuk mengarahkan cara-cara pemasaran agar berjalan efektif dan efisien serta mempercepat proses penjualan (Aditya, 2010:117). Menurut Tito Frangky Nasution (2010:119-122) terdapat beberapa macam cara untuk melakukan tahap pemasaran properti, yaitu :

a. Menjual konsep

Menjual properti berbeda dengan menjual produk lainnya. Properti ditawarkan selain harus berkualitas baik juga harus memiliki konsep yang jelas. Konsep itu akan memberikan suasana dan atmosfer tersendiri bagi lingkungan perumahan akan terlihat asri dan nyaman serta memberikan rasa betah tinggal bagi penghuninya.

b. Membangun hubungan dengan calon konsumen

Membangun hubungan baik dengan calon konsumen perlu dilakukan konsumen merupakan sarana pemasaran yang efektif. Hubungan baik dapat dijalin apabila calon konsumen merasa puas dengan informasi produk yang disampaikan.

Oleh karenanya setiap individu pemasar harus dibekali pengetahuan tentang produk (*product knowledge*) perumahan dengan baik sehingga mampu berperan sebagai konsultan bagi konsumen.

Sampaikan informasi yang jelas dan transparan tentang konsep perumahan, sarana dan prasarana yang tersedia, bahan dan struktur bangunan yang dipergunakan, nilai jual kembali yang bersaing, pajak dan biaya yang dibebankan, bagaimana cara memperoleh fasilitas KPR dari pihak perbankan, serta kemudahan proses administrasi pembelian rumah.

Seluruh informasi yang disampaikan itu akan memberikan *feedback* yang baik dari konsumen dan memberikan penilaian tersendiri dari konsekuensi terhadap perusahaan properti tersebut yang mana dikelola secara profesional dan memiliki kapabilitas yang baik, sehingga meningkatkan keyakinan konsumen dalam bertransaksi dengan perusahaan tersebut.

Apabila tidak ada kesepakatan dalam bertransaksi, setidaknya calon konsumen akan berperan sebagai penjual tidak langsung bagi calon konsumen

lain. Semakin banyak calon yang mengetahui perusahaan properti ini maka semakin kuat *brand image* yang diciptakan di tengah masyarakat.

c. Referensi

Hubungan baik dengan calon konsumen yang akan menghemat waktu dan biaya pemasaran. Setiap calon konsumen yang terpuaskan oleh pelayanan dan informasi produk yang diberikan biasanya akan menjadi perpanjangan tangan bagi perusahaan dalam memasarkan produknya.

d. Mitra dan Networking

Sebuah perusahaan properti tidak akan dapat tumbuh berkembang bila tidak memperoleh dukungan pihak lain. Dari sisi permodalan, mitra perusahaan properti adalah lembaga keuangan dan perbankan dari sisi konstruksi adalah dari *supplier* bahan material bangunan.

Perusahaan properti yang dikelola secara profesional akan mendapatkan dukungan penuh dari mitranya. Pihak lembaga keuangan dan perbankan merupakan lembaga yang memiliki data nasabah yang besar, baik dari sisi penabung maupun para debitur dan *supplier* memiliki pelanggan yang setia. Melalui kedua mitra ini informasi produk berupa brosur atau iklan yang disebarakan.

e. Iklan

Alat pendukung penjualan yang sering digunakan dalam memasarkan produk perumahan dapat melalui brosur, papan reklame, media surat kabar, dan media elektronik. Jenis media iklan tersebut tidak mutlak harus dipergunakan seluruhnya, namun dapat disesuaikan dengan anggaran dan kebutuhan iklan yang baik harus memuat informasi yang singkat, jelas, dan informatif.

Iklan yang disajikan harus sesuai dengan hasil jadi perumahan, karena biasanya konsumen mengecek langsung ke lapangan sebelum menemui tenaga penjualan. Mereka ditipu dan dibohongi.

f. Sales dan Telemarketing

Sarana pemasaran lain yang dapat diterapkan adalah dengan langsung menghubungi calon konsumen melalui alat komunikasi seperti telepon dan

handphone. Penjualan produk dengan sarana komunikasi adalah berbeda dengan penjualan dengan bertatap muka secara langsung.

Tatap muka memberikan unsur bujukan yang lebih kuat daripada melalui telepon/handphone. Tata cara bertelepon yang baik, etika sapaan, dan waktu bertelepon harus diperhatikan. Setiap calon konsumen memiliki perilaku dan kebiasaan yang berbeda satu dengan lainnya.

Pemasaran telemarketing tidak memerlukan penyampaian secara panjang lebar. Tujuannya adalah untuk mengundang calon konsumen agar bersedia berkunjung ke perusahaan atau lokasi perumahan, termasuk mau menghubungi nomor pemasaran perusahaan.

Beberapa hal yang diperlukan dalam bisnis properti menurut Aditya dan Fito Frangky Nasution (2010 :14-34) :

a. Modal

Usaha properti membutuhkan modal cukup besar, modal utama adalah uang dan modal mental. Modal mental yakni akal sehat, kejujuran, dan keberanian. Akal sehat akan memberikan jalan keluar dari kesulitan serta mencapai tujuan yang diharapkan. Kejujuran akan mendatangkan hubungan yang baik dengan siapa saja.

Sedangkan keberanian memberikan kemampuan untuk menjalankan usaha. Modal uang bersumber dari dua hal, yakni modal pribadi atau modal yang diperoleh dalam bentuk hutang. Modal pribadi bersumber dari harta pribadi, warisan atau hibah dari pihak lain.

Sedangkan hutang bersumber dari pinjaman pihak lain. Agar usaha properti dapat dijalankan, kombinasi kedua jenis sumber modal tersebut dapat dipergunakan.

b. Tanah

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pembelian tanah antara lain :

1. Faktor lokasi

Lokasi yang tepat harus menjadi pertimbangan dalam membeli tanah semakin strategis lokasi tanah tersebut, semakin bernilai harga jualnya.



## 2. Faktor peruntukan

Faktor peruntukan merupakan keberadaan lokasi tanah dengan rencana tata kota pada wilayah yang bersangkutan. Jika nantinya akan dibangun untuk hunian maka sebaiknya disesuaikan dengan peruntukannya yang memang untuk wilayah perumahan.

## 3. Faktor harga

Harga yang terbaik untuk membeli tanah sebenarnya di bawah nilai NJOP namun harga yang cukup adil (*fair*) ialah ekuivalen dengan harga NJOP, dan walaupun memang memerlukannya perlu ditawarkan agar lebih dari satu setengah kali lipat.

## 4. Legalitas

Hal yang sangat vital dalam membeli tanah adalah legalitas apa status tanahnya dan bagaimana atas hukumnya.

## 5. Faktor keamanan dan kenyamanan

Faktor ini sangat penting karena akan mempengaruhi penjualan properti. Lingkungan yang tidak aman mengakibatkan daya beli masyarakat jadi berkurang, bahkan bisa-bisa tidak satu unit-pun rumah akan terjual. Lingkungan sekitar juga mesti mendapat perhatian. Perumahan dengan lingkungan yang asri di sekelilingnya akan menambah kenyamanan para penghuni. Sebaliknya, bila berada di lingkungan yang kumuh, maka perumahan akan menjadi kurang menarik minat konsumen meskipun dibangun sangat indah dan menarik.

## 6. Faktor pematangan

Dalam membeli tanah untuk investasi yang suatu saat akan dijual lagi, tanah tersebut perlu dimatangkan hingga siap dimanfaatkan untuk menjual kembali, perhitungkan biaya-biaya yang telah dikeluarkan seperti pengurusan sertifikat tanah, pajak (BPHTB), pemagaran, dan pematangan tanah, agar profit yang didapat jadi berlipat.

### c. Ketersediaan material bangunan

Ketersediaan bahan ini mempengaruhi proses pekerjaan pembangunan. Dengan tersedianya bahan bangunan yang cukup, maka akan memperlancar

pelaksanaan di lapangan, yang akhirnya akan sesuai dengan jadwal yang diterapkan sehingga pengeluaran anggaran sesuai dengan yang direncanakan.

d. Time schedule proyek

Jangka waktu pekerjaan pembangunan perlu ditetapkan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap anggaran belanja yang telah disusun. Mundurnya waktu penyelesaian dari yang dijadwalkan akan menyebabkan meningkatnya biaya yang dikeluarkan, terutama untuk upah pekerja. Selain itu, juga beresiko komplain munculnya konsumen yang akan memberikan *image* kurang baik bagi pengembang.

e. Tim kerja yang solid

Keberhasilan usaha properti tidak terlepas dari adanya tim kerja yang solid dan kompak tiap bagian harus mengerti peran masing-masing dan memberikan kontribusi penuh guna tercapainya tujuan.

Ada 4 hal yang harus dipegang setiap anggota tim agar pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan, yaitu :

1. Kejujuran

Kejujuran adalah kunci utama. Kejujuran harus diberikan kepada diri sendiri, perusahaan, dan pihak lain. Kejujuran mencegah terjadinya kecurangan sekecil apapun. Kejujuran bukan hanya wajib bagi bawahan, namun harus tertanam dalam setiap individu.

2. Rasa memiliki

Setiap individu di dalam perusahaan harus punya rasa memiliki yang tinggi atas perusahaan dimana dia bekerja. Rasa memiliki tersebut akan mendorong individu untuk menjaga kewibawaan perusahaan serta bersikap loyal terhadap perusahaan.

Rasa memiliki ini akan terwujud apabila perusahaan mampu memberikan penghargaan dan penilaian yang positif kepada para anggotanya bahwa setiap anggota adalah aset berharga bagi perusahaan.

3. Integritas

Setiap individu yang bergabung dan berkarya dalam suatu perusahaan wajib mengembangkan segala tugas yang diberikan kepadanya dan menjunjung tinggi tanggung jawab atas pekerjaan itu. Integritas sejalan dengan loyalitas setiap individu harus mencurahkan segala perhatiannya untuk mewujudkan visi dan misi yang telah ditetapkan.

#### 4. Penghargaan dari sanksi hukuman

Fungsi penghargaan dan hukuman tidak lain adalah untuk memberikan motivasi dan batasan perilaku setiap individu dalam perusahaan. Penghargaan akan memacu peningkatan kinerja sedangkan hukuman akan meminimalisir kesalahan. Hukuman itu harus diberikan secara adil dan bijaksana agar pelaku menyadari kesalahannya dan tidak mengulangnya.

Penghargaan tidak harus berupa material seperti uang atau benda berharga lainnya. Hal yang tak kalah pentingnya adalah hal-hal yang material, seperti pujian, penghormatan dan perlakuan yang baik. Semua itu mampu mendorong untuk mencapai kemajuan.

#### f. Pengelolaan manajemen dan arus kas

Seperti halnya ilmu seni mengelola modern, mengelola keuangan perusahaan pengembang juga mengadopsi prinsip umum manajemen, seperti POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*).

Tahap yang paling awal adalah perencanaan. Sebelum mulai melakukan perencanaan keuangan, perusahaan perlu dukungan berbagai data awal, seperti luas lahan, master plan awal, rencana fasilitas, rencana biaya pembangunan. Terkadang perusahaan juga membutuhkan data pesaing.

Dari data-data awal itu kemudian dimulailah penghitungan biaya pokok lahan yang terdiri dari :

1. Biaya akuisisi lahan berikut biaya pajak pembelian, komisi, dan biaya lain yang terkait langsung dalam akuisisi lahan.
2. Biaya pengolahan lahan yang terdiri dari biaya pembersihan (*land clearing*), biaya *cut and fill* (pembuangan dan penimbunan atau pengurangan).

3. Biaya legalitas lahan yang meliputi biaya perijinan untuk pengelolaan proyek.
4. Biaya prasarana/utilitas seperti pembangunan jalan kawasan, jaringan listrik, telepon, air bersih, gas alam, internet, selokan, gorong-gorong, dan semua biaya pembangunan pendukung proyek.
5. Biaya sarana / fasilitas umum seperti pembangunan masjid, taman, kolam renang, dll.
6. Biaya sarana kerja seperti direksi kit, peralatan kerja, perangkat kerja seperti komputer, printer, dll yang usia manfaatnya selama proyek berlangsung.
7. Biaya pra proyek, seperti biaya konsultasi perencanaan, biaya survey, biaya lobby, dll.

Ketujuh kelompok biaya tersebut kemudian dijumlahkan dan hasilnya dibagi total luas lahan komersial yang kemudian dijadikan biaya pokok lahan per m yang kemudian akan menjadi standar penentuan harga jual.

Tahap perencanaan keuangan terakhir adalah rencana arus kas. Tahapan ini penting untuk menghitung besaran modal yang harus dikeluarkan, pinjaman yang harus dilakukan dan jangka waktu pelaksanaan proyek. Prinsip arus kas :

- 1) Tentukan tahapan kapan jadwal pembayaran tanah,
- 2) Tentukan jadwal pembangunan utilitas dan fasilitas
- 3) Tentukan target penjualan berikut jadwal penerimaan kas

Selisih kas masuk dengan kas keluar sampai kas mampu berdiri sendiri dan jumlah modal yang dibutuhkan. Apabila modal dari investor masih kurang, lakukan rencana pembiayaan ke pihak bank.

Sebenarnya hanya 2 hal yang dikelola oleh semua perusahaan yakni *cash in* (kas masuk) dan *cash out* (kas keluar). Kelemahan developer adalah menghadapi ketidakpastian kas masuk dan kepastian kas keluar. Ketidakpastian kas masuk bisa menghambat kinerja keuangan.

### **BAB III. GAMBARAN UMUM OBYEK PRAKTEK KERJA NYATA**

#### **3.1 Latar Belakang Sejarah PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR**

Berdasarkan arsip akta berdirinya yang terdapat pada Perseroan Djojo Binangun Mashyur dengan notaris Eva Kumalasari, SH.,M.KN di Jember dan akta nomor : 02 pada tanggal 02 Maret 2016, PT. Djojo Binangun Mashyur merupakan sebuah perseroan perdagangan barang yang didirikan oleh Eva Kumalasari. Pendirian Perseroan Terbatas dalam bentuk perdagangan barang ini merupakan keinginan dan keterkaitan Eva Kumalasari sendiri. Dalam pendirian perseroan yang bergerak di bidang konstruksi perumahan tersebut, Eva Kumalasari melakukan kerjasama dengan Heri Susanto yang bertanggung jawab sebagai komisaris.

Bahwa dengan tidak mengurangi ijin dari pihak yang berwenang telah sepakat dan setuju bersama-sama mendirikan suatu Perseroan Terbatas di bidang perdagangan barang sebagaimana yang dimaksud dalam Peraturan Pemerintah Nomor 26 tahun 1998.

Pada tanggal 02 Maret 2016 Eva Kumalasari mengajukan Surat Ijin Usaha Perdagangan Kantor Umum di PT. Djojo Binangun Mashyur. Berdasarkan hasil pemeriksaan di Kabupaten Jember, maka tanggal 24 September 2013 telah memberikan Surat Keputusan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Tanggal 08 Oktober 2013 dengan daerah kerja seluruh Wilayah Republik Indonesia dan berkantor di Jl. Supriyadi No.26 C Arjasa, Jember dengan dihadiri para saksi saya. Pada tanggal 08 Maret 2016 dengan nomor : 503/0264/411 Tahun 2016, permohonan ijin usaha perdagangan telah diberikan kepada Eva Kumalasari untuk kegiatan usaha Kantor Perdagangan Umum PT. Djojo Binangun Mashyur.

Pada tanggal 02 Maret 2016 Eva Kumalasari melakukan permohonan ijin usaha perdagangan dengan nomor : 503/0264/411/2016, bahwa setelah diadakan penelitian persyaratan pengajuan permohonan ijin telah dikeluarkan di Jember

pada tanggal 08 Maret 2016 dan berlaku untuk jangka waktu lima tahun sejak tanggal yang telah ditetapkan.

Pada tanggal 04 April 2016 PT. Djojo Binangun Mashyur secara resmi telah tercatat sebagai keluarga besar atau anggota REI (*Real Estate Indonesia*) Dinas Perindag Dan ESDM Kabupaten Jember Jawa Timur. PT. Djojo Binangun Mashyur Jember resmi sebagai anggota REI Dinas Perindag dan ESDM Kabupaten Jember Jawa Timur sesuai dengan No. 13.07.1.68.02454 Tahun 2016. PT. Djojo Binangun Mashyur terletak di Jl. Letjend Suprpto 16 No.74 Desa Kebonsari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Rencana perusahaan waktu sekarang ini sedang mengerjakan beberapa proyek pembangunan perumahan, baik perumahan bersubsidi maupun perumahan non-subsidi dari Kementrian Perumahan Rakyat Republik Indonesia.

### 3.2 Visi dan Misi

Perusahaan mempunyai visi, misi, dan tujuan dan motto yang jelas untuk kepentingan berbagai pihak. Penjelasan dari empat hal tersebut sebagai berikut :

#### a. Visi

Memberikan manfaat pada masyarakat berkaitan dengan pembangunan sehingga dapat memberikan kontribusi maupun kemudahan pada masyarakat dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai.

#### b. Misi

- Mengembangkan lahan dan bangunan dengan memperhatikan aspek lingkungan dan aspek pelayanan kepada konsumen.
- Memberikan pelayanan, mutu, dan kepuasan yang terbaik kepada konsumen.
- Menyediakan perumahan yang berkualitas dan bernilai bagi masyarakat.

#### c. Tujuan

Memberikan layanan dalam mewujudkan impian atau keinginan konsumen dalam bidang jasa kontruksi perumahan, baik perencanaan maupun pelaksanaannya serta mengembangkan proyek-proyek infrastruktur perumahan

bebas banjir dan pengembangan kota baru di wilayah Kabupaten Jember dan Sekitarnya.

d. Motto

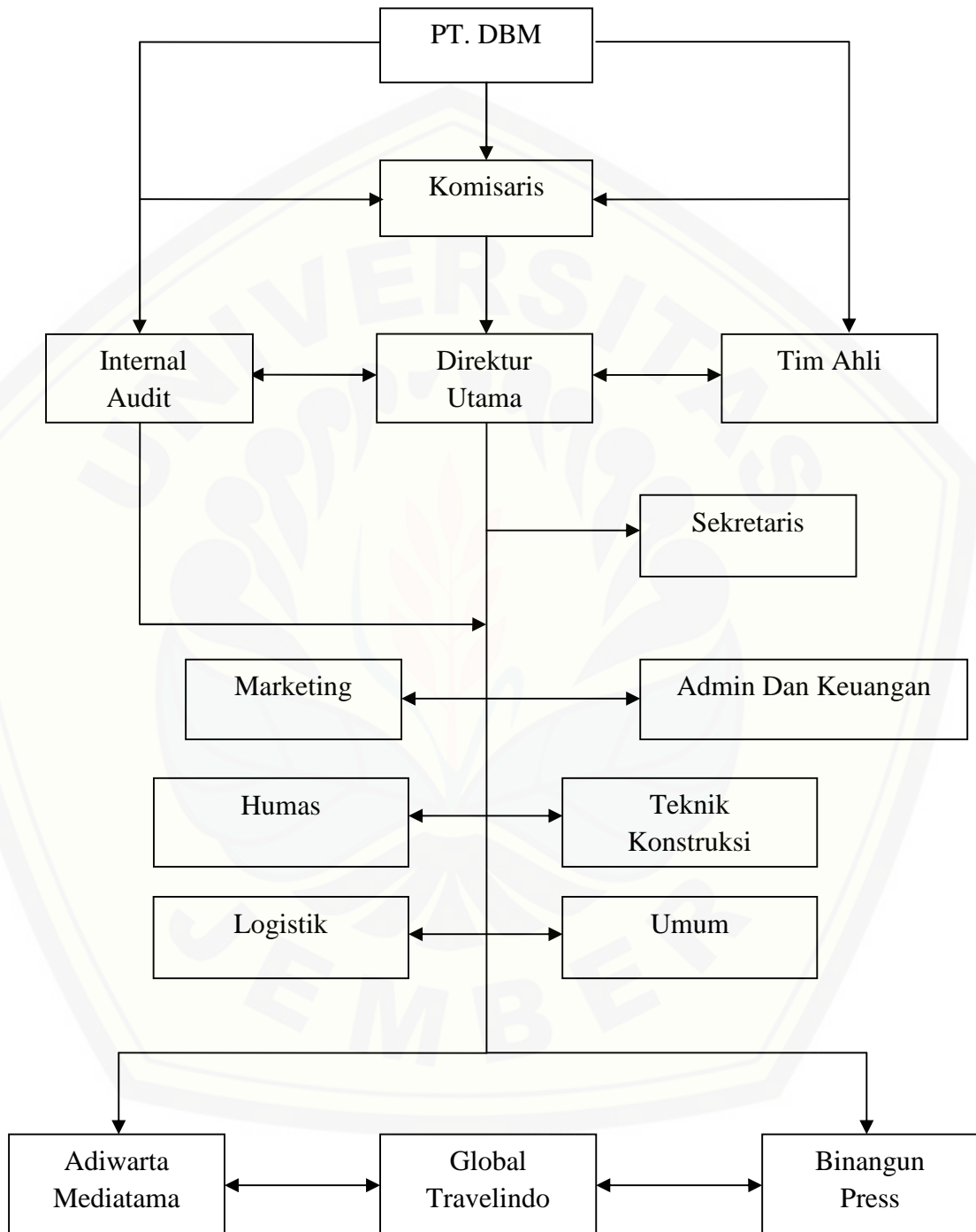
“Kenyamanan Hidup dan Investasi Anda”

Kranjingan Residence sebagai produk PT. Djojo Binangun Mashyur memiliki banyak fasilitas gratis sebagai wujud perhatian perusahaan untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen. Fasilitas tersebut antara lain : Cyber Regency hotspot free area, Land internet dan TV per unit, security (keamanan) 24 jam, sistem rubah bangun, taman bermain, lebar jalan pintu masuk 9 meter, lebar jalan area perumahan 6 meter.

### 3.3 Struktur Organisasi

Dalam setiap kegiatan atau aktifitas PT. Djojo Binangun Mashyur memiliki suatu struktur organisasi yang setiap bagiannya mempunyai tugas dan kewajiban masing-masing. Berdasarkan wawancara dengan direktur Iwan Kusuma, struktur organisasi PT. Djojo Binangun Mashyur Jember adalah :

**Gambar 3.3**  
**Struktur Organisasi PT. Djojo Binangun Mashyur Jember**



Sumber : Data PT. Djojo Binangun Mashyur, 2016



1. Komisaris : Hery Susanto
2. Direktur : Iwan Kusuma
3. Sekretaris : Andi Ninik Suryani
4. Admin dan Keuangan : Silvi Riyanti
5. Pemasaran : Zainul Ulum, S.E.
6. Humas : Richei Tumanggor, S.E.
7. Teknik Konstruksi : Anfasiresanne, S.T.
8. Logistik : Dodik Tristiano
9. Umum : Khusnul Arifin
10. Internal Audit : Yuli Harimurti, S.E., M.Si.
11. Tim Ahli : Donny D.
12. Penasihat Hukum : Yiyesta Ndaru Abadi , S.H.

Adapun tugas dan wewenang dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi adalah sebagai berikut :

1. Komisaris  
Bertugas melakukan pengawasan atas kebijaksanaan Direksi dalam menjalankan Perseroan serta memberi nasihat kepada Direksi.
2. Direktur  
Bertanggung jawab penuh dalam melaksanakan tugasnya untuk kepentingan Perseroan serta mengawasi segala tugas dan kewajiban karyawannya.
3. Sekretaris  
Bertugas memberikan sumber informasi yang diberikan pada Perseroan yang dibutuhkan pimpinan kepada karyawan (bawahan) dalam pelaksanaan tugas.
4. Admin dan Keuangan  
Bertugas melaksanakan kegiatan administrasi keuangan bagi perusahaan sebagai arsip dokumen dalam menjamin kelancaran, ketertiban administrasi keuangan perusahaan.
5. Pemasaran  
Bertugas mengelola, dan mengawasi proses pemasaran serta melayani pembelian dari masyarakat (konsumen).
6. Humas

Bertanggung jawab atas pengurusan izin-izin terkait proyek dan memberikan penjelasan kepada para pihak, baik pihak terkait maupun tidak terkait dengan proyek.

7. Teknik Konstruksi

Bertugas mengkoordinasikan kepala pelaksana dalam Perseroan dalam mengendalikan dan mengotrol pekerjaan para staf maupun sub kontraktor yang disiapkan oleh pihak unit teknik.

8. Logistik

Bertugas menangani pengadaan barang baik maupun non-material yang digunakan dalam pelaksanaan proyek.

9. Umum

Bertugas menangani masalah yang berkaitan dengan kepegawaian, seperti mengurus kedisiplinan karyawan, kerja lembur, dan sebagainya serta menangani masalah transportasi, keamanan, dan juga pembantu umum.

10. Internal Audit

Bertugas melakukan pemeriksaan dan penilaian atas efisiensi dan efektivitas bagi karyawan maupun para pekerja di bidang keuangan, akuntansi, operasional, sumber daya manusia, pemasaran, teknologi informasi, dan kegiatan lainnya.

11. Tim Ahli

Bertugas membantu para tim pekerja dalam menyusun laporan, serta bertanggung jawab terhadap karyawan dalam bidang perumahan oleh pekerjaan yang dibebankan.

12. Penasehat Hukum

Bertugas memberikan bantuan bagi karyawan yang melakukan tindakan hukum untuk kepentingan masyarakat yang berupa nasehat (konsultasi) yang masih memerlukan, dalam usaha menegakkan keadilan untuk kepentingan penegak hukum.

### 3.4 Sumber Daya Manusia

PT. Djojo Binangun Mashyur Jember memiliki pegawai yang berjumlah kurang lebih 12 orang dengan tingkat pendidikan SMA, D3, S1. Disamping pegawai kantor, perusahaan juga menyerap tenaga kerja untuk pekerjaan proyek. Namun sebagaimana telah diketahui bahwa dalam memproduksi rumah, pihak pengembang (*developer*) menyerahkan tanggung jawab sepenuhnya kepada mandor proyek selaku pelaksana proyek. Jumlah kerja proyek berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan.

Hari kerja perusahaan adalah dari Senin – Sabtu dengan jam kerja pukul 08.00 WIB – 16.00 WIB. Jam istirahat siang pukul 14.00 WIB – 15.00 WIB untuk hari Senin, Selasa, Rabu, Kamis, Sabtu. Sedangkan hari Jum'at pukul 11.30 WIB – 13.00 WIB. Ketentuan tersebut berlaku untuk pegawai kantor maupun pekerja proyek. Khusus untuk pekerja proyek, ada waktu tertentu dimana hari Minggu juga termasuk hari kerja. Disaat perusahaan menginginkan adanya percepatan proyek, maka dimungkinkan hari Minggu tetap bekerja. Hari libur kerja perusahaan yaitu hari Minggu dan setiap tanggal merah dalam kalender.

Sistem penggajian perusahaan untuk pegawai kantor penggajiannya setiap bulan yang besarnya sesuai dengan ketentuan UMR, sedangkan untuk pekerja proyek penggajiannya setiap minggu. Pekerja proyek yang lembur kerja hari Minggu gajinya dihitung satu hari kerja.

Perusahaan juga memiliki peraturan-peraturan yang harus dilakukan oleh semua pegawai saat bekerja di kantor. Peraturan ini dibuat untuk menciptakan kondisi kerja yang disiplin dan lebih kondusif namun masih tetap bersifat kekeluargaan. Semua peraturan tersebut tercantum dalam Tata Tertib Perusahaan.

Prinsip pergaulan dengan teman kerja PT. Djojo Binangun Mashyur Jember sebagai berikut :

- a. Ramah dan murah senyum.
- b. Menghormati perasaan dan tidak merendahkan pekerjaan dan prestasi orang lain.
- c. Menempatkan pekerjaan sesuai kedudukan dan membiarkan hak-haknya sesuai porsinya.

- d. Selalu mencari perhatian dan menanyakan kondisi serta keadaan semua.
- e. Berbicara sesuai kapasitas dan kemampuan intelektualnya.
- f. Berbaik sangka dan berpikiran positif.
- g. Memaafkan kekeliruan, tidak mencari kesalahan.
- h. Mendengarkan pembicaraan orang lain dan menghindari perdebatan yang tidak produktif.
- i. Mengkritik dengan cara yang halus, tidak menyinggung perasaan.
- j. Mengenali karakteristik dan bersikap sesuai karakter masing-masing.
- k. Berbagi kebahagiaan dan saling membantu.

### **3.5 Produk dan Harga Perumahan**

PT. Djojo Binangun Mashyur Jember merupakan perusahaan yang bergerak di bidang konstruksi perumahan memiliki produk berbagai macam tipe perumahan. Letak perumahan Kranjingan Residence sebagai produk perusahaan sangat strategis karena hanya membutuhkan waktu 15 menit dari pusat kota Jember dan 20 menit dari Kabupaten Jember. Adapun perumahan yang telah dibangun sebanyak 153 unit, telah terjual sebanyak 83 unit rumah dengan tipe bervariasi. Berbagai tipe perumahan tersebut dapat diambil dengan sistem perumahan bersubsidi maupun non-subsidi seperti dapat dilihat pada tabel 3.5 adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.5 Daftar produk, Harga, dan Angsuran Perumahan  
“Kranjingan Residence” Jember**

	Tipe	Harga (Rupiah)	Jumlah (Unit)	Uang Muka Sendiri	KPR	Angsuran (tahun)		
						7	10	15
Program Subsidi	30/70	88.500.000	4	8.850.000	79.650.000	1.285.804	1.011.606	799.292
	36/70 OLD	120.000.000	8	40.000.000	80.000.000	1.302.461	1.016.053	802.804
	36/70 NewB	138.500.000	8	50.500.000	80.000.000	1.302.461	1.016.053	802.804
	36/70 NewA	150.000.000	19	70.000.000	80.000.000	1.302.461	1.016.053	802.804
	50/100	225.000.000	28	145.000.000	80.000.000	1.302.461	1.016.053	802.804
	60/70	235.000.000	3	155.000.000	80.000.000	1.302.461	1.016.053	802.804
	Program Non- Subsidi	30/70	88.500.000	4	17.700.000	70.800.000	1.308.957	1.101.053
36/70 OLD		120.000.000	8	24.000.000	96.000.000	1.774.857	1.493.600	1.343.733
36/70 NewB		138.500.000	8	27.700.000	110.800.000	2.048.481	1.723.863	1.550.892
36/70 NewA		150.000.000	19	30.000.000	120.000.000	2.218.571	1.867.000	1.679.667
50/100		225.000.000	28	45.000.000	180.000.000	3.327.857	2.800.500	2.519.500
60/70		235.000.000	3	47.000.000	188.000.000	3.475.762	2.924.967	2.631.478

Sumber : Data PT. Kranjingan Residence, 2016

### 3.6 Kegiatan Bagian Yang Dipilih

Sesuai dengan judul laporan Praktek Kerja Nyata pada PT. Djojo Binangun Mashyur Jember dibidang Pemasaran dimana dibidang ini berhubungan langsung dengan pemasaran developer dalam Pelaksanaan Perencanaan dan Pemasaran Perumahan Properti.

## BAB V. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan Praktek Kerja Nyata di PT. Djojo Binangun Mashyur Jember dengan judul “Perencanaan Pemasaran Perumahan pada PT. Djojo Binangun Mashyur Jember”, Mengacu dari hasil pembahasan dari Praktek Kerja Nyata dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Perusahaan dapat menganalisis kesempatan pasar melakukan beberapa cara yaitu dengan memiliki sistem informasi yang selalu *reliable* (handal), melakukan riset untuk memperoleh informasi mengenai lingkungan pemasaran, memahami perilaku konsumen dan perilaku konsumen dan perilaku pembeli bisnis.
2. Tugas yang dilakukan oleh bagian pemasaran untuk menemukan sasaran pemasaran adalah mengukur dan memperkirakan permintaan, segmentasi pasar, pemilihan pasar sasaran, penentuan posisi pasar, mengembangkan bauran pemasaran, dan pengelolaan usaha pemasaran.
3. Penetapan harga perumahan menggunakan *cost plus pricing method*, yaitu menetapkan harga jual produk dengan menjumlahkan antara biaya total dan laba yang diinginkan perusahaan.
4. Media periklanan yang dijadikan sebagai promosi pemasaran Perumahan Kranjingan Jember adalah iklan dengan menggunakan media brosur, media ruang publik, media internet, dan pameran perumahan.
5. Sasaran pemasaran dengan menggunakan metode *personal selling* adalah lembaga-lembaga atau instansi pemerintah maupun swasta yang berada di wilayah Kabupaten Jember.

**DAFTAR PUSTAKA**

Gibson, Donnelly, Ivancevich. 1997, Manajemen, Edisi Kesembilan, Surabaya :  
Airlangga.

Amirullah, Rindyah Hanafi. 2002, Pengantar Manajemen, Yogyakarta :  
Graha Ilmu.

Griffin. 2004, Manajemen, Jakarta : Airlangga.

<http://wurisrirahayu20.blogspot.co.id/2015/10/bisnis-property.html>

L. Daft Richard. 2006, Manajemen, Edisi Enam, Jakarta : Salemba Empat.

<http://satriawibisono97.blogspot.co.id/2015/10/makalah-dalam-pembahasan-bisnis.html>

UU. No.4 Tahun 1992 Tentang “Perumahan dan Pemukiman”.

UU. No.5 Tahun 1960 Tentang “Peraturan Dasar Pokok-Pokok Agraria”.

Santoso Urip. 2004, *Hukum Perumahan*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.

<http://probopribadisembiringmeliala.blogspot.co.id/2014/01/makalah-hukum-perumahan-dan-pemukiman.html>

Subekti. 1978, *Pokok-pokok Hukum Perdata*. Bandung : PT. Intermedia.

<http://abdullahmubarroq.blogspot.co.id/2012/03/rencanakan-strategi-pemasaran-rumah.html>

Widjaja, Gunawan, dan Ahmad Yani. 2003, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Hidayati, Wahyu, Harjanto, dan Budi. 2003, Konsep Dasar Penilaian Properti. Edisi Pertama, Yogyakarta : BPFE.

## Lampiran 1 Surat Permohonan Tempat PKN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121  
Telp. (0331) 337990 – Fax. (0331) 332150  
Email : feb@unej.ac.id

---

Nomor : 1209/UN.25.1.4/PM/2018 14 Februari 2018  
 Lampiran : Satu Bendel  
 Hal : **Permohonan Tempat PKN**

Yth. Pimpinan PT. Djoyo Binangun Mashyur Jember  
 Jl. Letjend Suprpto 16 No. 74 Kebonsari  
 Jember

Dengan ini kami beritahukan dengan hormat, bahwa guna melengkapi persyaratan kelulusan pada Program Diploma III Ekonomi dan Bisnis para mahasiswa diwajibkan melaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN).

Sehubungan dengan hal tersebut kami mengharap kesediaan Institusi yang Saudara pimpin untuk menjadi obyek atau tempat PKN. Adapun mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan tersebut adalah :

NO	NAMA	NIM	PROG. STUDI
1.	Enfanta Pamungkas	140803101057	D3 Manajemen Perusahaan

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata tersebut pada bulan : Februari 2018 - Maret 2018

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan I



Dr. Zainuri, M.Si  
NIP. 19640325 198902 1 001

Tembusan kepada Yth :  
 1. Yang bersangkutan;  
 2. Arsip

Sumber : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember



## Lampiran 2 Surat Persetujuan Tempat PKN

**PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR***Meluas, Membumi, Membangun Untuk Anak Bangsa*

JL. Letjend Soeprapto 16 / 74 Jember, 68122, Telp 0331 4436767

Facebook, DjoyoBinangunMashyur, Email : [dbm.djoyo@gmail.com](mailto:dbm.djoyo@gmail.com)

Nomer : 032/DBM/IV/2018

21 April 2018

Lampiran :-

Hal : Permohonan Izin Tempat PKN

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Jember  
JL. Kalimantan No. 37 Jember

Sehubungan dengan surat Saudara Nomor : 1209/UN.25.1.4/PM/2018 tanggal 14 Februari 2018 hal tersebut diatas, kami tidak keberatan menerima untuk menjadi tempat praktek kerja nyata mahasiswa atas nama Enfanta Pamungkas, dkk, sesuai jadwal yang telah ditentukan yaitu mulai tanggal 26 Februari – 25 April 2018.

Untuk selanjutnya, mahasiswa tersebut agar mengikuti ketentuan jam kerja yang berlaku di PT. Djojo Binangun Mashyur Jember : masuk kantor pukul 08.00 – 16.00 WIB, setiap hari Senin – Sabtu.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian Saudara kami ucapkan terima kasih.

Direktur  
PT. DBM Jember  
  
Iwan Kusuma

Tembusan :

1. Enfanta Pamungkas.

## Lampiran 3 Persetujuan Judul Laporan PKN



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121  
 Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150  
 Email : [feb@unej.ac.id](mailto:feb@unej.ac.id)

---

**PERSETUJUAN PENYUSUNAN LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN)**

Menerangkan bahwa :

**N a m a** : Enfanta Pamungkas  
**N I M** : 140803101057  
**Fakultas** : Ekonomi  
**Jurusan** : Manajemen  
**Program Studi** : Manajemen Perusahaan

disetujui untuk menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) dengan judul :  
**PERENCANAAN DAN PEMASARAN PERUMAHAN PADA PT. DJOYO BINANGUN MASHYUR JEMBER.**

*(Revisi)*  
**PERENCANAAN PEMASARAN PERUMAHAN PADA PT. DJOYO BINANGUN MASHYUR JEMBER.**

Dosen pembimbing :

Nama	N I P	Tanda Tangan
Drs. Sampeadi, M.S.	19560404 198503 1 002	

Persetujuan menyusun laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ini berlaku (enam) bulan, mulai tanggal : 01 Februari 2018 s.d 02 Juli 2018. Apabila sampai batas waktu yang telah ditentukan masih belum selesai, maka dapat mengajukan **perpanjangan** selama 2 bulan, dan apabila masih juga belum bisa menyelesaikan, maka harus melakukan Praktek Kerja Nyata kembali.

Jember, 01 Februari 2018  
 Kaprodi. Manajemen Perusahaan.  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNEJ  
  
 Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D.  
 NIP. 19660408 199103 1 001.

**CATATAN :**

1. Peserta PKN diharuskan segera menghadap Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk;
2. Setelah disetujui (ditandatangani), di fotokopi sebanyak 3 (tiga) lembar untuk :
  - 1) Ketua Program Studi;
  - 2) Dosen Pembimbing;
  - 3) Petugas administrasi program studi Diploma III (S0).
3. (\*) coret yang tidak sesuai

Sumber : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember

## Lampiran 4 SK Menkumham



**KEPUTUSAN MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR AHU-0012577.AH.01.01.TAHUN 2016  
TENTANG  
PENGESAHAN PENDIRIAN BADAN HUKUM PERSEROAN TERBATAS  
PT DJOJO BINANGUN MASHYUR**

**Menimbang** : a Bahwa berdasarkan Permohonan Notaris EVA KUMALASARI, SH., M.KN , sesuai salinan Akta Nomor 02 Tanggal 02 Maret 2016 yang dibuat oleh EVA KUMALASARI, SH., M.KN tentang Pendirian Badan Hukum PT DJOJO BINANGUN MASHYUR tanggal 08 Maret 2016 dengan Nomor Pendaftaran 4016030835101436 telah sesuai dengan persyaratan pengesahan Pendirian Badan Hukum Perseroan;

b Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia tentang Pengesahan Pendirian Badan Hukum PT DJOJO BINANGUN MASHYUR.

**MEMUTUSKAN :**

**Menetapkan** :

**KESATU** : Mengesahkan pendirian badan hukum - PT DJOJO BINANGUN MASHYUR - yang berkedudukan di KABUPATEN JEMBER karena telah sesuai dengan Data Format Isian Pendirian yang disimpan di dalam database Sistem Administrasi Badan Hukum sebagaimana salinan Akta Nomor 02 Tanggal 02 Maret 2016 yang dibuat oleh Notaris EVA KUMALASARI, SH., M.KN , yang berkedudukan di KABUPATEN JEMBER.

**KEDUA** : Modal dasar, modal yang ditempatkan dan modal disetor sebagaimana yang tercantum dalam akta yang disebut pada poin PERTAMA.

**KETIGA** : Jenis Perseroan UMUM.

**KEEMPAT** : Susunan Pemegang Saham, Dewan Komisaris dan Direksi *Tertampir*.

**KELIMA** : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan.  
Apabila ternyata dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini maka akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Jakarta, Tanggal 08 Maret 2016.

a.n MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA  
DIREKTUR JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM UMUM,



**Dr. FREDDY HARRIS, S.H., L.LM., ACCS**



DICETAK PADA TANGGAL 08 Maret 2016  
**DAFTAR PERSEROAN NOMOR AHU-0030273.AH.01.11.TAHUN 2016 TANGGAL 08 Maret 2016**  
Keputusan Menteri ini dicetak dan SABH  
Notaris di Jember



**EVA KUMALASARI, S.H., MK.n.**

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

## Lampiran 5 Surat Permohonan Nilai PKN



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto  
Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150  
Jember 68121

Nomor : /UN25.1.4/KR/2018  
Lampiran : 1 (satu) lembar  
Perihal : **Permohonan Nilai PKN**

Yth. Pimpinan  
PT. DJOYO BINANGUN MASHYUR JEMBER.

di –  
Jember

Sehubungan telah dilaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN) Mahasiswa Program Diploma 3 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember pada institusi Saudara, maka dengan hormat kami mohon penilaian terhadap mahasiswa PKN tersebut sebagaimana form penilaian terlampir. Hasil penilaian tersebut mohon dikirim kembali ke Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember dalam amplop tertutup setelah berakhirnya pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

Demikian atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terimakasih.

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan I

Dr. Zainuri, M.Si  
NIP 196403251989021001

## Lampiran 6 Nilai Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto  
Kotak Pos 125 – Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150  
Jember 68121

**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JEMBER**

NO	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1.	Kedisiplinan	80	sangat baik
2.	Ketertiban	80	sangat baik
3.	Prestasi Kerja	80	sangat baik
4.	Kesopanan	80	sangat baik
5.	Tanggung Jawab	80	sangat baik

**IDENTITAS MAHASISWA :**

Nama : Enfanta Pamungkas  
NIM : 140803101057  
Program Studi : Manajemen Perusahaan

**IDENTITAS PEMBERI NILAI :**

Nama : IWAN KUSUMA  
Jabatan : DIREKTUR  
Institusi : PT. DJOYO BINANGUN MASHYUR JEMBER.

Tanda Tangan dan

Stempel Lembaga : 

**PEDOMAN PENILAIAN**

NO	ANGKA	KRITERIA
1.	≥ 80	Sangat Baik
2.	70 – 79	Baik
3.	60 – 69	Cukup Baik
4.	50 – 59	Kurang Baik

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

## Lampiran 7 Surat Keterangan Hasil PKN

**PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR***Meluas, Membumi, Membangun Untuk Anak Bangsa*

JL. Letjend Soeprapto 16 / 74 Jember, 68122, Telp 0331 4436767

Facebook, DjoyoBinangunMashyur, Email : [dbm.djoyo@gmail.com](mailto:dbm.djoyo@gmail.com)**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 033/DBM/IV/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama / NIK : Iwan Kusuma / 3509213005690001  
Jabatan : Direktur  
Instansi : PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER

Menerangkan bahwa :

Nama : Enfanta Pamungkas  
NIM : 140803101057  
Fakultas / Prodi : Ekonomi Dan Bisnis / Manajemen Perusahaan  
Instansi : Universitas Jember

Bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan Praktek Kerja Nyata di PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER terhitung sejak tanggal 26 Februari – 25 April 2018 serta mampu melaksanakan kegiatan / tugas dengan kualifikasi **SANGAT BAIK**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Jember, 21 April 2018  
Direktur  
PT. DBM Jember

**Iwan Kusuma**

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

## Lampiran 8 Daftar Absensi PKN

## Absen Bagian I

**DAFTAR HADIR PRAKTEK KERJA NYATA  
PADA PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER**

Nama : Enfanta Pamungkas  
NIM : 140803101057  
Program Studi : D3 Manajemen Perusahaan

No.	Hari dan Tanggal	Waktu	Tanda Tangan	Paraf
1.	Kamis, 01 Maret 2018	08.00 – 16.00	1.	F
2.	Jumat, 02 Maret 2018	08.00 – 16.00	2.	F
3.	Sabtu, 03 Maret 2018	08.00 – 14.00	3.	t
4.	Senin, 05 Maret 2018	08.00 – 16.00	4.	t
5.	Selasa, 06 Maret 2018	08.00 – 16.00	5.	A
6.	Rabu, 07 Maret 2018	08.00 – 16.00	6.	A
7.	Kamis, 08 Maret 2018	08.00 – 16.00	7.	A
8.	Jumat, 09 Maret 2018	08.00 – 16.00	8.	t
9.	Sabtu, 10 Maret 2018	08.00 – 14.00	9.	t
10.	Senin, 12 Maret 2018	08.00 – 16.00	10.	t
11.	Selasa, 13 Maret 2018	08.00 – 16.00	11.	t
12.	Rabu, 14 Maret 2018	08.00 – 16.00	12.	t
13.	Kamis, 15 Maret 2018	08.00 – 16.00	13.	t
14.	Jumat, 16 Maret 2018	08.00 – 16.00	14.	t
15.	Senin, 19 Maret 2018	08.00 – 16.00	15.	t

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

Lampiran 8 Daftar Absensi PKN

Absen Bagian II



No	Hari dan Tanggal	Waktu	Tanda Tangan	Paraf
16.	Selasa, 20 Maret 2018	08.00 – 16.00	16.	
17.	Rabu, 21 Maret 2018	08.00 – 16.00	17.	
18.	Kamis, 22 Maret 2018	08.00 – 16.00	18.	
19.	Jumat, 23 Maret 2018	08.00 – 16.00	19.	
20.	Sabtu, 24 Maret 2018	08.00 – 14.00	20.	
21.	Senin, 26 Maret 2018	08.00 – 16.00	21.	
22.	Selasa, 27 Maret 2018	08.00 – 16.00	22.	
23.	Rabu, 28 Maret 2018	08.00 – 16.00	23.	
24.	Kamis, 29 Maret 2018	08.00 – 16.00	24.	
25.	Sabtu, 31 Maret 2018	08.00 – 14.00	25.	
26.	Senin, 02 April 2018	08.00 – 16.00	26.	
27.	Selasa, 03 April 2018	08.00 – 16.00	27.	
28.	Rabu, 04 April 2018	08.00 – 16.00	28.	
29.	Kamis, 05 April 2018	08.00 – 16.00	29.	
30.	Jumat, 06 April 2018	08.00 – 16.00	30.	

Direktur  
 PT. DBM Jember  
  
 Iwan Kusuma

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember




## Lampiran 9 Surat Keterangan Selesai PKN

	<b>PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR</b> <i>Meluas, Membumi, Membangun Untuk Anak Bangsa</i> JL. Letjend Soeprapto 16 / 74 Jember, 68122, Telp 0331 4436767 Facebook, DjoyoBinangunMashyur, Email : <a href="mailto:dbm.djoyo@gmail.com">dbm.djoyo@gmail.com</a>
<b><u>SURAT KETERANGAN</u></b> Nomor : 034/DBM/IV/2018	
Yang bertanda tangan di bawah ini :	
Nama	: Iwan Kusuma
Jabatan	: Direktur
Institusi	: PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR JEMBER
Dengan ini menerangkan bahwa :	
Nama	: Enfanta Pamungkas
NIM	: 140803101057
Jurusan/Program Studi	: DIII Manajemen Perusahaan
Telah melaksanakan magang di PT. DBM Jember , yang dilaksanakan dari tanggal 01 Maret – 06 April 2018.	
Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana semestinya.	
Jember, 21 April 2018 Direktur PT. DBM Jember  <b>Iwan Kusuma</b>	

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

Lampiran 10 Kartu Konsultasi Penyusunan Laporan PKN

Bagian I



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121  
 Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150  
 Email : feb@unej.ac.id

---

**KARTU KONSULTASI**  
**BIMBINGAN PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) PROGRAM STUDI DIPLOMA 3**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

**Nama** : Enfanta Pamungkas  
**NIM** : 140803101057  
**Program Studi** : Manajemen Perusahaan  
**Judul Laporan PKN** : PERENCANAAN DAN PEMASARAN PERUMAHAN PADA PT. DJOYO BINANGUN MASHYUR JEMBER.


**Dosen Pembimbing** : Drs. Sampeadi, M.S.  
**TMT Persetujuan** : 01 Februari 2018 s/d 01 Juli 2018  
**Perpanjangan** : 02 Juli 2018 s/d 02 September 2018

NO.	TGL. KONSULTASI	MASALAH YANG DIKONSULTASIKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	23-04-2018	* Format penulisan diperbaiki - lihat pedoman penulisan ped. PKN	1. <i>sf</i>
2.			2. ....
3.	30-04-2018	* Labor belakang	3. ....
4.	09-05-2018	- Format penulisan <sup>masih</sup> <del>masih</del> banyak yang salah - diperbaiki	4. <i>sf</i>
5.			5. ....
6.	14-05-2018	penulisan laporan PKN telah sesuai format (274)	6. ....
7.			7. <i>sf</i>
8.		PKN - bukan survey	8. ....
9.		PKN - Praktek kerja	9. <i>sf</i>
10.	21-05-2018	Formatnya dibetulkan	10. ....
11.		sesuaikan dg buku/pedoman penulisan lap akhir	11. <i>sf</i>
12.			12. ....
13.	31-5-18	perbaiki format lab	13. ....
14.		yg ada di lap. PKN	14. <i>sf</i>
15.	02-07-2018	Acc. <sup>nya</sup> <del>nya</del> lap. PKN	15. <i>sf</i>
16.			16. ....
17.			17. ....
18.			18. ....

Sumber : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember

Lampiran 10 Kartu Konsultasi Penyusunan Laporan PKN


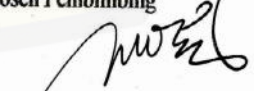
Bagian II



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Jalan Kalimantan 37 – Kampus Bumi Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121  
 Telp. (0331) 337990 – Fac. (0331) 332150  
 Email : [feb@unej.ac.id](mailto:feb@unej.ac.id)

23.		23.....
24.		24.....
25.		25.....
26.		26.....
27.		27.....
28.		28.....
29.		29.....
30.		30.....
31.		31.....
32.		32.....
33.		33.....
34.		34.....
35.		35.....

Laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ybs. disetujui untuk diujikan:

Mengetahui, Ketua Program Studi  Drs. Sudaryanto, MBA.Ph. D. NIP. 19660408 199103 1 001.	Jember, 02-07-2018 Dosen Pembimbing  Drs. Sampeadi, M.S. NIP. 19560404 198503 1 002
---	--

Sumber : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember

## Lampiran 11 Daftar Lampiran SK Menkumham



**LAMPIRAN KEPUTUSAN MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR AHU-0012577.AH.01.01.TAHUN 2016  
TENTANG  
PENGESAHAN PENDIRIAN BADAN HUKUM PERSEROAN TERBATAS  
PT DJOJO BINANGUN MASHYUR**

1. Modal Dasar : Rp. 80.000.000,00  
2. Modal Ditempatkan : Rp. 20.000.000,00  
3. Susunan Pemegang Saham, Dewan Komisaris dan Direksi

Nama	Jabatan	Klasifikasi Saham	Jumlah Lembar Saham	Total
HASAN HERI SUSANTO	KOMISARIS	-	10	10.000.000,00
IWAN KUSUMA	DIREKTUR	-	10	10.000.000,00

Ditetapkan di Jakarta, Tanggal 08 Maret 2016.

a.n MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA  
DIREKTUR JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM UMUM,




**Dr. FREDDY HARRIS, S.H., L.L.M., ACCS**

DICETAK PADA TANGGAL 08 Maret 2016  
**DAFTAR PERSEROAN NOMOR AHU-0030273.AH.01.11.TAHUN 2016 TANGGAL 08 Maret 2016**

Sumber : PT. Djojo Binangun Mahyur Jember

## Lampiran 12 Akte Pendirian Oleh Notaris

**Akte PT****AKTA PENDIRIAN PERSEROAN TERBATAS****PT. "DJOJO BINANGUN MASHYUR"**

Nomor : 02.-

-Pada hari ini, Rabu, tanggal dua Maret tahun dua ribu enam belas (02-03-2016).-----  
Pukul 15.00 WIB (lima belas Waktu Indonesia Bagian Barat).

-Berhadapan dengan saya, **EVA KUMALASARI, Sarjana Hukum, Magister Kenotariatan, Notaris di Jember**, yang berdasarkan Surat Keputusan Menteri Hukum Dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor : AHU-598.AH.02.01.Tahun 2013 tanggal 24 September 2013 dan Berita Acara Pengambilan Sumpah Janji Jabatan Notaris Nomor: W15.AH.10.02-086/TH.2013 tanggal 8 Oktober 2013, dengan daerah kerja seluruh Wilayah Republik Indonesia, dan berkantor di Jalan Supriyadi Nomor 26C Arjasa Jember, dengan dihadiri oleh para saksi yang saya, Notaris kenal yang nama-namanya akan disebut pada bagian akhir akta ini : -----

1. **Tuan IWAN KUSUMA**, lahir di Semarang, tanggal tiga puluh Mei tahun seribu sembilanratus enam puluh sembilan (30-05-1969), Warga Negara Indonesia, Wiraswasta, bertempat tinggal di Jalan Letjen Suprpto XVI Nomor 54, Rukun Tetangga 003, Rukun Warga 002, Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Pemegang Kartu Nomor Induk Kependudukan : 3509213005690001;-----

2. **Tuan HASAN HERI SUSANTO**, lahir di Lumajang, tanggal tiga puluh satu Juli tahun seribu sembilan ratus enam puluh delapan (31-07-1968), Warga Negara Indonesia, Wiraswasta, bertempat tinggal di Jalan Letjen Suprpto XIV/7, Rukun Tetangga 003, Rukun Warga 001, Kelurahan Kebonsari, Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Pemegang Kartu Nomor Induk Kependudukan: 3520063107680002 ;-----

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

## Lampiran 13 Surat Izin Usaha Perdagangan

**SIUP Kecil**

	<b>PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER</b> <b>DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN</b> <b>DAN ENERGI SUMBER DAYA MINERAL</b> Jalan Kalimantan Nomor 82, Telpon/Faksimili 0331-334497Jember
	<b>SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN</b> NOMOR : 503/0264/411/2016

NAMA PERUSAHAAN	: PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR
NAMA PENANGGUNG JAWAB & JABATAN	: IWAN KUSUMA DIREKTUR
ALAMAT PERUSAHAAN	: JALAN LETJEN. SUPRAPTO XVI NO. 74, RT. 003, RW. 002 KEL. KEBONSARI, KEC. SUMBERSARI - KAB. JEMBER
NOMOR TELEPON	: - FAX : -
MODAL DAN KEKAYAAN BERSIH PERUSAHAAN (TIDAK TERMASUK TANAH DAN BANGUNAN)	: Rp. 100.000.000,- (SERATUS JUTA RUPIAH)
KELEMBAGAAN	: PEDAGANG PENGECEK SKALA KECIL DAN JASA
KEGIATAN USAHA (KBLI)	: 4752, 6811
BARANG/JASA DAGANGAN UTAMA	: MATERIAL BANGUNAN (47528); JASA: REAL ESTAT YANG DIMILIKI SENDIRI ATAU DISEWA (68110) <i>h</i>
IZIN INI BERLAKU UNTUK MELAKUKAN KEGIATAN USAHA PERDAGANGAN DI SELURUH WILAYAH REPUBLIK INDONESIA, SELAMA PERUSAHAAN MASIH MENJALANKAN USAHANYA DAN WAJIB DIDAFTR ULANG SETIAP 5 (LIMA) TAHUN SEKALI. <b>04 APR 2021</b>	



Jember, 4 APRIL 2016

 a.n. BUPATI JEMBER  
 KEPALA DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN  
 DAN ENERGI SUMBER DAYA MINERAL  
 KABUPATEN JEMBER


Drs. H. Achmad SUDIYONO, S.H., M.Si.

 Pembina Utama Muda  
 NIP. 19610523 198503 1 008

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

Lampiran 14 Tanda Daftar Perusahaan

**Asli**



**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER**  
**DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN**  
**DAN ENERGI SUMBER DAYA MINERAL**

**TANDA DAFTAR PERUSAHAAN**  
**PERSEROAN TERBATAS (PT)**

BERDASARKAN  
 UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 3 TAHUN 1982  
 TENTANG WAJIB DAFTAR PERUSAHAAN DAN  
 UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 40 TAHUN 2007  
 TENTANG PERSEROAN TERBATAS

<b>NOMOR TDP</b> 13.07.1.68.02454	<b>BERLAKU S/D TANGGAL</b> 4 APR 2021	<b>PENDAFTARAN : BARU</b> <b>PEMBAHARUAN : 0</b>
<b>NAMA PERUSAHAAN :</b> DJOJO BINANGUN MASHYUR, PT	<b>STATUS :</b> KANTOR PUSAT	
<b>PENANGGUNG JAWAB / PENGURUS :</b> IWAN KUSUMA		
<b>ALAMAT :</b> JALAN LETJEN. SUPRPTO XVI NO. 74, RT. 003, RW. 002 KEL. KEBONSARI, KEC. SUMBERSARI, KAB. JEMBER		
<b>NPWP :</b> 74.901.306.6.626.000		
<b>NOMOR TELEPON :</b> -	<b>FAX :</b> -	
<b>KEGIATAN USAHA POKOK :</b> REAL ESTAT YANG DIMILIKI SENDIRI ATAU DISEWA		<b>KBLI :</b> 68110

JEMBER, 04 APRIL 2016  
a.n. BUPATI JEMBER

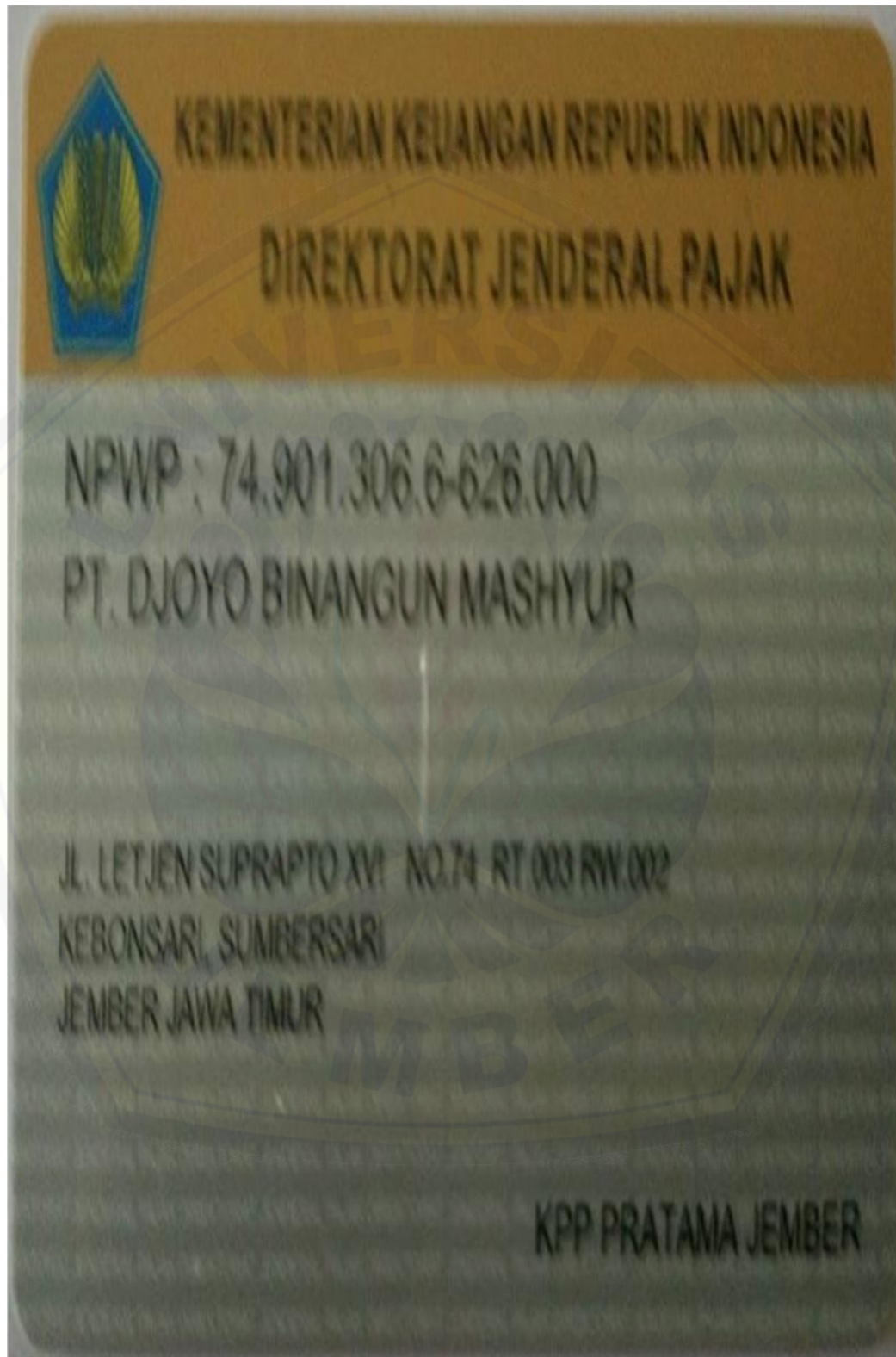
**KEPALA DINAS PERINDAG DAN ESDM KAB. JEMBER**  
**KANTOR PENDAFTARAN PERUSAHAAN**



**Dis. H. ACHMAD SUDIYONO, SH., M.Si.**  
 PEMINA UTAMA MUDA  
 NIP. 19610523 198503 1 008

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember


Lampiran 15 NPWP PT. Djojo Binangun Mashyur Jember



Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember



## Lampiran 16 Surat Keterangan Terdaftar

  
**KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA**  
**DIREKTORAT JENDERAL PAJAK**  
**KANTOR WILAYAH DJP JAWA TIMUR III**  
**KPP PRATAMA JEMBER**  
 JL. KARIMATA 54A, JEMBER  
 TELEPON 0331-324907,324908 FAKSIMILE 0331-324906 SITUS www.pajak.go.id  
 LAYANAN INFORMASI DAN KELUHAN KRING PAJAK (021) 1-500 200  
 EMAIL pengaduan@pajak.go.id

---

**SURAT KETERANGAN TERDAFTAR**  
S-403KT/WPJ.12/KP.0703/2016

Sesuai dengan Pasal 2 ayat (1) dan Pasal 2 ayat (4) UU No. 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan UU No. 16 Tahun 2009 dan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-20/PJ/2013 sebagaimana telah diubah terakhir dengan PER-38/PJ/2013, dengan ini diterangkan bahwa :

1. Nama : PT. DJOYO BINANGUN MASHYUR

2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)  
Nomor Induk Kependudukan (NIK) : 74.901.308.6-626.000  
: -

3. Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) Utama : 65200 - REAL ESTAT ATAS DASAR BALAS JASA (FEE) ATAU KONTRAK

4. Alamat : JL. LETJEN SUPRAPTO XVI NO.74 RT.003  
RW.002  
KEBONSARI, SUMBERSARI  
JEMBER JAWA TIMUR


5. Kategori : Badan

6. Tanggal Mulai Terdaftar : 12 Januari 2016

7. Kewajiban Pajak :

PPh Sendiri:	Pemotongan dan Pemungutan PPh:
<input checked="" type="checkbox"/> PPh Pasal 25	<input checked="" type="checkbox"/> PPh Pasal 4 ayat (2)
<input type="checkbox"/> PPh Pasal 25 OPPT	<input type="checkbox"/> PPh Pasal 15
<input checked="" type="checkbox"/> PPh Pasal 29	<input type="checkbox"/> PPh Pasal 19
<input type="checkbox"/> PPh Final	<input checked="" type="checkbox"/> PPh Pasal 21
	<input type="checkbox"/> PPh Pasal 22
	<input checked="" type="checkbox"/> PPh Pasal 23
	<input type="checkbox"/> PPh Pasal 26
<b>PPN:</b>	
<input type="checkbox"/> Pemungutan PPN	
<input type="checkbox"/> PPN Kegiatan Membangun Sendiri	

Telah terdaftar pada administrasi kami terhitung sejak 12 Januari 2016.

12 Januari 2016  
 Kepala Kantor  
 Kepala Seksi Pelayanan  
  
 NIP.196409301985031001

\*Jika data diatas sudah tidak sesuai harap melakukan perubahan data di KPP terdaftar

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

## Lampiran 17 Surat Keterangan Domisili Perusahaan



**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER**  
**KECAMATAN SUMBERSARI**  
**KELURAHAN KEBONSARI**  
 JL. LETJEN SUPRAPTO NO. 99 TELP.330417 JEMBER 68122

**SURAT KETERANGAN DOMISILI PERUSAHAAN**

Nomor Reg. : 581/ 2 /03.2001/2016

Yang bertanda tangan dibawah ini Lurah Kebonsari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember, menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

NAMA : IWAN KUSUMA  
 JENIS KELAMIN : Laki-Laki  
 TEMPAT / TGL. LAHIR : Semarang, 30 Mei 1969  
 PEKERJAAN : Wiraswasta  
 ALAMAT : Jl. Letjen Suprpto XVI No. 54  
 Kel. Kebonsari Kec. Sumbersari Kab. Jember

Orang tersebut mempunyai usaha :

NAMA PERUSAHAAN : PT. DJOJO BINANGUN MASHYUR  
 JENIS USAHA : Agency Property  
 ALAMAT : Jl. Letjen Suprpto XVI No. 74  
 Kel. Kebonsari Kec. Sumbersari Kab. Jember.

Perusahaan tersebut benar-benar berdomisili Jl. Jl. Letjen Suprpto XVI No. 74 Kelurahan Kebonsari Kecamatan Sumbersari kabupaten Jember

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dipergunakan untuk :  
**Kelengkapan Administrasi Pendaftaran Perusahaan ke Kemenkum HAM.**

Kebonsari, 5 Januari 2016



**HAPID ISWAHYUDI, SH**  
 Penata Tk. I  
 NIP. 19690501 198903 1 004

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

## Lampiran 18 Surat Perjanjian Sewa Rumah



## SURAT PERJANJIAN SEWA RUMAH

Pada hari ini \_\_\_\_\_ tanggal \_\_\_\_\_ di \_\_\_\_\_, Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama \_\_\_\_\_
- Tempat, Tgl Lahir: \_\_\_\_\_
- Pekerjaan \_\_\_\_\_
- Alamat \_\_\_\_\_
- Nomor KTP \_\_\_\_\_

Dalam hal ini bertindak atas nama diri pribadi yang selanjutnya disebut sebagai **PIHAK PERTAMA (Pemilik)**

2. Nama \_\_\_\_\_
- Tempat, Tgl Lahir: \_\_\_\_\_
- Pekerjaan \_\_\_\_\_
- Alamat \_\_\_\_\_
- Nomor KTP \_\_\_\_\_

Dalam hal ini bertindak atas nama diri pribadi yang selanjutnya disebut sebagai **PIHAK KEDUA (Penyewa)**

PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA dengan ini terlebih dahulu menerangkan hal-hal sebagai berikut :

1. Bahwa, PIHAK PERTAMA adalah pemilik yang sah atas sebuah rumah tempat tinggal yang berdiri di atas tanah hak atas tanah milik dengan sertifikat hak milik (SHM) Nomor: \_\_\_\_\_ atas nama \_\_\_\_\_, yang setempat dikenal sebagai Jalan \_\_\_\_\_ No. RT/RW \_\_\_\_\_, Kelurahan \_\_\_\_\_, Kecamatan \_\_\_\_\_, Kabupaten/Kotamadya \_\_\_\_\_, Propinsi \_\_\_\_\_ (selanjutnya disebut "Rumah").
2. Bahwa, PIHAK PERTAMA bermaksud untuk menyewakan Rumah tersebut kepada PIHAK KEDUA sebagaimana PIHAK KEDUA bermaksud untuk menyewa Rumah tersebut dari PIHAK PERTAMA.

Selanjutnya, untuk maksud tersebut di atas, PARA PIHAK sepakat untuk mengikatkan diri dalam **Perjanjian Sewa Rumah** (selanjutnya disebut "Perjanjian") ini dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagaimana diatur dalam pasal-pasal di bawah ini:

### Pasal 1 KESEPAKATAN SEWA-MENYEWAKAN

1. PIHAK PERTAMA dengan ini sepakat untuk menyewakan Rumah kepada PIHAK KEDUA sebagaimana PIHAK KEDUA dengan ini sepakat untuk menyewa Rumah tersebut dari PIHAK PERTAMA.

Lampiran 19 Penawaran Rumah



Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

Lampiran 20 Sewa Rumah Iklan Properti



Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

## Lampiran 21 Surat Pernyataan KPR

Format D

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : .....

Tempat/tgl lahir : .....

Pekerjaan : .....

No. KTP/Passport : .....

Alamat : .....

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa sesuai dengan ketentuan pemerintah:

1. Saya membeli Rumah Sederhana Sehat (RSH) ini dengan harga tidak lebih dari Rp. .... (.....) dari pengembang PT. ....
2. Saya akan menggunakan sendiri Rumah Sejahtera Tapak/Susun ini sebagai tempat tinggal.
3. Saya tidak akan memindahtangankan Rumah Sejahtera Tapak/Susun sebelum 5 (lima) tahun terhitung sejak perjanjian kredit ditandatangani.
4. Saya belum pernah menerima subsidi perumahan
5. Bahwa FC, NPWP adalah sesuai dengan aslinya dan SPT Tahunan PPh orang pribadi yang dilampirkan sama dengan yang diserahkan ke kantor pajak.
6. Bahwa semua dokumen persyaratan yang disampaikan kepada Bank untuk memperoleh FLPP adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat keterangan yang tidak benar, saya bersedia dituntut di muka pengadilan serta bersedia menerima tindakan hukum yang diambil pemerintah baik perdata maupun pidana.

.....

Yang membuat pernyataan,

Materai  
6000

.....

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

## Lampiran 22 Surat Pernyataan Penghasilan

**SURAT PERNYATAAN PENGHASILAN**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama :  
Tempat/tgl lahir :  
Pekerjaan :  
No. KTP/Passport :  
Alamat :

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa sampai saat surat pernyataan ini ditandatangani, saya menyatakan bahwa jumlah penghasilan pokok rata-rata saya adalah sebesar Rp. ....(....) per bulan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dari pihak manapun dan apabila di kemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengembalikan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan yang saya terima.

.....

Mengetahui:  
Pimpinan di Instansi tempat bekerja,

Yang membuat pernyataan,

**Meterai  
Secukupnya**

(Nama lengkap dan jabatan) (Nama lengkap Pemohon)

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember

## Lampiran 23 Surat Pernyataan Pemohon KPR

**SURAT PERNYATAAN PEMOHON KPR SEJAHTERA**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama :  
 Tempat/tgl lahir :  
 Pekerjaan :  
 No. KTP :  
 Alamat :

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Saya memiliki gaji/upah pokok Rp. .... per bulan atau memiliki hasil usaha rata-rata per bulan sebesar Rp. ....
2. Saya belum pernah memiliki rumah.
3. Saya belum pernah menerima subsidi perumahan.
4. Saya membeli Rumah Sejahtera Tapak/ Susun dengan harga Rp. .... (.....) dari pengembang PT. ....
5. Saya akan menggunakan Rumah Sejahtera Tapak/ Susun sebagai tempat tinggal saya dan keluarga.
6. Saya tidak akan memindahtangankan Rumah Sejahtera Tapak/ Susun sebelum 5 (lima) tahun terhitung sejak perjanjian kredit/ pembiayaan ditandatangani.
7. Bahwa semua dokumen persyaratan yang disampaikan kepada Bank untuk memperoleh fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa paksaan dari pihak manapun dan apabila di kemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengembalikan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan yang saya terima.

.....

Yang membuat pernyataan,

Meterai  
Secukupnya

(Nama lengkap)

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember



## Lampiran 24 Surat Pernyataan Tidak Memiliki Rumah

**LAMPIRAN V**

**SURAT PERNYATAAN TIDAK MEMILIKI RUMAH**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama :  
Tempat/tgl lahir :  
Pekerjaan :  
No. KTP :  
Alamat :

menyatakan bahwa sampai dengan surat pernyataan ini dibuat tidak memiliki hak kepemilikan atas rumah.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa paksaan dari pihak manapun dan apabila di kemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengembalikan Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan yang saya terima.

Mengetahui:  
Kepala Desa/Lurah,

Yang membuat pernyataan,

Materai  
secukupnya

(Nama lengkap dan jabatan) (Nama lengkap)

Sumber : PT. Djojo Binangun Mashyur Jember