

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RUMAH SUBSIDI DI PT. BUMI PERMATA

AMANAH KABUPATEN BANJAR

Imelda Eryani

18310362

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen

Dr. Hj. Rahmi Widyanti, M. Si dan Hj. Rina, SE, MM

UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN MUHAMMAD ARSYAD AL BANJARI
BANJARMASIN

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran rumah subsidi di PT. Bumi Permata Amanah. Rancangan penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan merupakan penelitian dengan cara wawancara kepada narasumber. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, wawancara dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan 1) strategi pemasarannya yaitu dengan melakukan endorsement selebgram di Instagram, memposting produknya di aplikasi sosial media instagram dan facebook, serta dengan membagikan brosur ke masyarakat, 2) strategi pemasaran dilakukan secara langsung dan tidak langsung, 3) kekuatan dari PT. Bumi Permata Amanah adalah lokasinya yang strategis, harga yang terjangkau, bebas banjir dan memiliki 3 metode pembayaran seperti tunai, tunai bertahap dan kredit. hal ini mengindikasikan para pimpinan memahami apa saja yang harus dilakukan agar penjualan meningkat.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Rumah Subsidi, Penjualan.

ABSTRACT

The purpose of this research was to find out the marketing strategy housing subsidized in PT. Bumi Permata Amanah. The research method used is qualitative. The used data collection were documentation, interview and observation.

Research shows that 1) the marketing strategy they used were do endorsement with some selebgram on Instagram, posted the product in social media Instagram and facebook, also share the brochure to public, 2) the marketing strategy were used are do it by direct and indirect, 3) the strength by PT. Bumi Permata Amanah is a strategic location, price were affordable, free flood area and has 3 method payment like cash, cash installment and credit. This things were show that the leader comprehend for what they used to do to increase the sales.

Keywords : Marketing Strategy, Housing Subsidized, Sales

bangunan menggunakan kualitas yang sama.

6. Strategi Pemasaran yang diterapkan oleh Perumahan Permata Amanah dan Permata Amanah 2 adalah dengan memberikan bonus bagi 10 pembeli pertama ketika perumahan baru dibangun, melakukan endorsement dengan selebgram di Instagram, memposting produknya di aplikasi sosial media instagram dan facebook, serta dengan membagikan brosur ke masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, S. (2020). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan property pada perumahan cahaya bumi pinrang di Kabupaten Pinrang Sulawesi Selatan. *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, Makassar*.
- Anwar, R. (2021). Analisis strategi pemasaran perumahan griya pasir putih mas pekanbaru. *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau, Pekanbaru*.
- BR Bangun, F. (2021). Analisis Strategi bersaing dalam meningkatkan penjualan pada Warung Wajik Peceren H. Ngadimin. *Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, Medan*.
- Fakultas Ekonomi. (2022). *Panduan penyusunan dan penulisan skripsi*. Banjarmasin: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari (UNISKA) Banjarmasin.
- Hamdat, A., Arfah, Kusuma, A. M., Cahya, B. T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., et al. (2020). *Manajemen pemasaran dan perilaku konsumen*. Diandra Kreatif/Mitra Buana Media (Imprint Grup Penerbitan CV. Diandra Primamitra Media).
- Maharani, S. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat memilih perumahan subsidi dalam perspektif ekonomi islam. *kripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung*.
- RM. Sigid Noerochmad, S.E, M.M. (2013). *Strategi Pemasaran 1, Depok : Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan*.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Samudra Biru.
- Suparno Sastra M,. (2012). *Konsep dan desain rumah tinggal*. Depok: Andi Publisher.
- Zevi, I. (2017). Analisis Strategi Pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk pada PT. Proderma Sukses Mandiri. *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta*.