



**PERAN ADVERTISING DAN SALES PROMOTION  
DALAM MEMASARKAN RUMAH PADA  
PT. BUMI SERPONG DAMAI  
DI JAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah - satu tugas Akademik dan  
melengkapi sebagian dari syarat - syarat guna mencapai  
gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

OLEH :

N I A M A . H. RAYANANDA SUMARTA  
N.I.M . 88410009  
N.I.R.M : 883123340250000

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
J A K A R T A  
1 9 9 5**

**NALAR ARIF BAKTIKU BANGSA**



FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

N A M A : H. RAYANANDA SUMARTA  
N.I.M : 88410009  
N.I.R.M : 883123340250006  
JURUSAN : MANAJEMEN  
KONSENTRASI BIDANG STUDI : Manajemen Perdagangan  
JUDUL SKRIPSI : Peran Advertising dan Sales  
Promotion Dalam Memasarkan  
Rumah Pada PT. Bumi Serpong  
Damai Di Jakarta

telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan di hadapan  
Panitia Ujian Skripsi

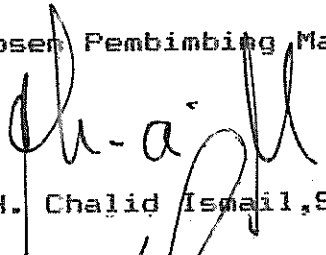
Jakarta, Agustus 1995

Mengetahui,  
a/n Dekan Fakultas Ekonomi  
Ketua Jurusan Manajemen

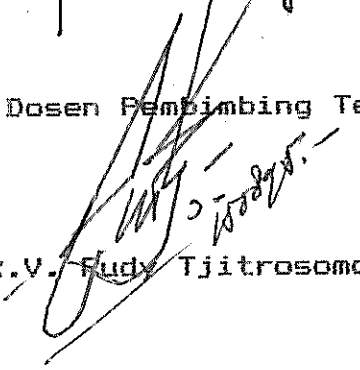
  
(Drs. Victor Senobua)

Menyetujui,

1) Dosen Pembimbing Materi

  
(H. Chalid Ismail, SE)

2) Dosen Pembimbing Teknis

  
(R.V. Rudy Tjitrosomo, SH)



FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : PERAN ADVERTISING DAN SALES  
PROMOTION DALAM MEMASARKAN  
RUMAH PADA PT. BUMI SERPONG  
DAMAI DI JAKARTA

dipersiapkan dan disusun oleh :

N A M A : H. RAYANANDA SUMARTA  
N.I.M : 88410009  
N.I.R.M : 883123340250006  
JURUSAN : MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PERDAGANGAN

telah diujikan di hadapan Panitia Penguji Skripsi pada  
tanggal .....

PANITIA PENGUJI SKRIPSI :

<u>N A M A</u>	<u>JABATAN</u>	<u>TANDA TANGAN</u>
1. H. CHALID ISMAIL,SE	KETUA	(.....)
2. Drs. H. SARTONO	ANGGOTA PENGUJI	(.....)
3. Drs. ALIF MARTADI	ANGGOTA PENGUJI	(.....)

## KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu Penulis memanjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa bahwa dengan limpahan rahmatNya pada akhirnya Penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini, dalam rangka memenuhi salah-satu tugas Akademik dan melengkapi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada di Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan ataupun dorongan dan bimbingan dari berbagai Pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan segala keredahan hati Penulis mengakui, baik dalam cara penulisan maupun isinya masih terdapat banyak kekurangan-kekurangan dan jauh daripada sempurna. Hal ini tidak lain dikarenakan kemampuan Penulis yang masih sangat terbatas, oleh karena itu Penulis dengan senang hati bersedia menerima saran dan kritik yang bersifat membangun, demi perbaikan penulisan Skripsi ini.

Dalam kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. H. Sartono P.

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

2. Bapak Drs. Victor Senobua, Pudek II / Ketua Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada.
3. Bapak H. Chalid Ismail, SE Pudek I bidang Akademik selaku Pembimbing Materi dan Bapak RV.Rudy Tjitrosomo SH Pudek III bidang Mahalum selaku Pembimbing Teknis.
4. Pimpinan dan Staf PT. Bumi Serpong Damai Jakarta yang telah memberikan kesempatan dan bantuan pada Penulis sehingga terlaksananya penelitian untuk pengumpulan bahan penulisan Skripsi ini.
5. Pimpinan dan Staf Praditya Computer College di Jakarta yang telah membantu dalam penulisan Skripsi ini.
6. Ibunda, Istri dan Anak yang tercinta, serta adik-adik Penulis yang telah banyak memberikan dorongan moril dan materil dalam penyusunan Skripsi ini, dan dengan penuh kesabaran menunggu selesainya masa studi Penulis.
7. Dan akhirnya kepada semuanya yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu. Untuk kesemuanya itu Penulis mengucapkan terima kasih banyak. Semoga Tuhan Yang Maha Esa akan membalaskan kesemuanya itu dengan limpahan rahmat dan hidayahNya. Amin

Jakarta, Agustus 1995

Penulis

H. Rayananda Sumarta

## DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB. I : PENDAHULUAN	
A. Alasan Pemilihan Judul.....	1
B. Pembatasan Masalah.....	4
C. Metode Pengumpulan Data.....	5
D. Sistematika Skripsi.....	7
BAB. II : TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Dan Struktur Organisasi Perusahaan.....	10
B. Ruang Lingkup Kegiatan Perusahaan.....	19
C. Aspek Sosial, Ekonomi, Dari Perusahaan Pada Masyarakat.....	30
BAB III : TINJAUAN TEORITIS	
A. Pengertian <i>Marketing</i> Dan Sistemnya.....	32
B. Pengertian Tentang Promosi Dan Aspek Promosi.....	38
C. <i>Advertising</i> Dan Berbagai Bentuknya.....	41
D. <i>Sales Promotion</i> Dan Berbagai Bentuknya.....	47
BAB IV : KEGIATAN <i>ADVERTISING</i> DAN <i>SALES PROMOTION</i> YANG DILAKUKAN PT.BUMI SERPONG DAMAI	
A. Sasaran Konsumen Yang Dituju.....	50

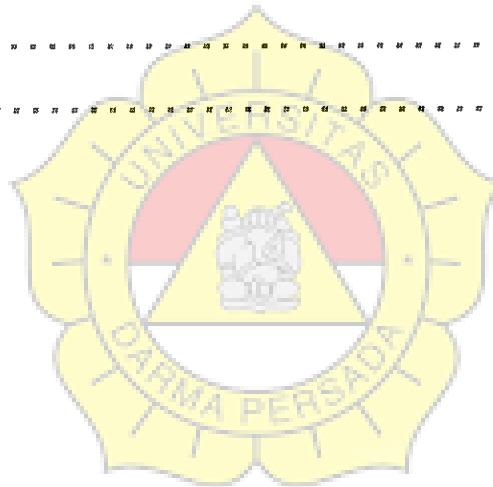
B. Kegiatan <i>Advertising</i> Dan <i>Sales Promotion</i> Yang Dilakukan oleh PT. Bumi Serpong Damai.....	56
C. Pengaruh Kegiatan <i>Advertising</i> Dan <i>Sales Promotion</i> Terhadap Hasil Penjualan Rumah.....	69
D. Masalah-masalah Dihadapi Dan Usaha Untuk Mengatasinya.....	78

BAB V : PENUTUP

A. KESIMPULAN.....	82
B. SARAN.....	83

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. ALASAN PEMILIHAN JUDUL

Dalam perkembangan zaman yang tumbuh dengan pesat ini, maka kebutuhan akan pangan, sandang dan yang tidak kalah pentingnya kebutuhan akan perumahan, merupakan kebutuhan manusia yang mutlak harus dipenuhi. Tingkat kebutuhan akan perumahan berbeda-beda begitupun sifatnya, tergantung dari selera dan kemampuan individu-individu serta tingkat kemajuan teknologi dan tuntutan zaman. Disamping itu, dengan terus meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia pada saat ini +/- 180 juta jiwa, di perkirakan tingkat pertumbuhan penduduknya sekitar 3% s/d 4% pertahunnya, maka kebutuhan akan perumahan semakin lama dirasakan semakin sangat penting, sehingga menjadi pemikiran Pemerintah untuk menyediakan perumahan atau pemukiman.

Mengingat pentingnya kebutuhan akan perumahan yang demikian besar disamping pangan dan sandang, maka masalah perumahan dan pemukiman mendapatkan perhatian yang sangat besar. Kemudian dalam mengatasi masalah ini telah

diadakan berbagai upaya dalam menyediakan perumahan terutama untuk rakyat yang mempunyai tingkat pendapatan yang rendah, tetapi dengan tetap memperhatikan persyaratan minimum bagi perumahan dan pemukiman yang layak, sehat, aman, dan serasi, misalnya yang dibangun oleh Perum Perumnas.

Untuk memenuhi kebutuhan akan perumahan yang semakin hari semakin meningkat, sedangkan pemenuhan kebutuhan akan rumah belum mencukupi, maka Pemerintah telah mengambil kebijaksanaan dengan menganjurkan kepada pihak pengusaha swasta untuk ikut-serta berpartisipasi guna membantu Pemerintah dalam bidang penyediaan perumahan atau pemukiman bagi masyarakat. Akibat dari kebijaksanaan tersebut, maka perkembangan Perusahaan yang bergerak dalam bidang *Real Estate* di Indonesia meningkat dengan pesat, sehingga mengakibatkan persaingan yang lebih ketat diantara perusahaan-perusahaan *Real Estate* untuk mendapatkan konsumen.

Pada saat ini banyak ditemui perusahaan yang bergerak dalam bidang *Real Estate* dan *Developer* yang menawarkan rumah dengan berbagai bentuk dan tipe yang dilengkapi dengan fasilitas yang memadai serta lingkungan yang asri.

Salah-satu diantara perusahaan *Real Estate* terse-

but adalah PT. BUMI SERPONG DAMAI yang telah bekerjasama dengan Pemerintah dalam mengatasi masalah kebutuhan akan perumahan, dengan menyediakan perumahan bagi masyarakat yang dapat digolongkan kelas menengah dan atas.

Dalam usaha memasarkan rumah yang dihasilkannya, PT. BUMI SERPONG DAMAI banyak menghadapi kendala dalam meningkatkan jumlah penjualan. Ada beberapa hal yang penting untuk peningkatan tersebut antara lain : bagaimana caranya agar produksi tersebut lebih laku dijual dan dikenal oleh masyarakat. Dalam hal ini Perusahaan merumuskan kombinasi aspek-aspek strategi pemasaran yang disesuaikan dengan perilaku konsumen atau pembeli. Salah-satu cara untuk menentukan pemasaran produk yang dihasilkan oleh Perusahaan, dalam meningkatkan permintaan konsumen agar lebih tertarik terhadap produk yang dihasilkannya, yaitu dengan cara "PROMOSI".

Dengan Promosi ini Perusahaan dapat memperkenalkan atau memberikan informasi mengenai produk-produk yang dihasilkannya kepada konsumen, baik mengenai kegunaan dan kelebihan dari produk tersebut, serta berusaha membujuk dan menarik konsumen agar melakukan pembelian. Oleh karena itu, Promosi mempunyai peran yang sangat penting dalam membantu meningkatkan dan mempertahankan volume penjualan pada Perusahaan tersebut.

Adapun Promosi yang dilakukan oleh PT. BUMI SERPONG DAMAI dalam memasarkan produknya lebih diutamakan pada *Advertising* dan *Sales Promotion*, walaupun tidak mengabaikan arti peranan jenis bagian Promosi lainnya (*Personal-Selling* dan *Publicity*). Keadaan inilah yang mendorong Penulis untuk melakukan penelitian sampai sejauh mana peran *Advertising* dan *Sales Promotion* yang telah diterapkan oleh Perusahaan dalam mempengaruhi dan menarik konsumen untuk mengadakan pembelian.

Berdasarkan alasan - alasan tersebut di atas, maka Penulis mengambil judul Skripsi " **PERAN ADVERTISING DAN SALES PROMOTION DALAM MEMASARKAN RUMAH PADA PT.BUMI SERPONG DAMAI DI JAKARTA.**

## B. PEMBATASAN MASALAH

Di dalam dunia-usaha dewasa ini banyak masalah yang dihadapi oleh para pengusaha, terutama yang berhubungan dengan usaha untuk menjual barang-barang hasil produksinya di pasaran. Bagi perusahaan yang ingin berhasil dan dapat menjaga kelangsungan-hidup perusahaan agar dapat berjalan lancar, maka harus dapat melaksanakan semua fungsi-fungsi pemasaran secara efektif dan efisien guna tercapainya tujuan Perusahaan yaitu

Keuntungan yang diharapkan dan dapat memberikan kepuasan pada konsumen yang dituju. Kebijakan Promosi merupakan faktor penting dalam menunjang kegiatan Pemasaran sehingga fungsi Pemasaran dalam Perusahaan akan dapat dilakukan dengan baik.

Kebijakan Promosi itu sendiri dapat dilaksanakan dengan cara *Advertising*, *Personal-selling*, *Sales-promotion* dan *Publicity*. Untuk mencegah serta menghindari agar jangan terlalu luas jangkauan dari masalah yang kadang-kala akan dapat menimbulkan kesimpang-siuran dalam pemahaman, maka perlu diadakan pembatasan masalah dalam penulisan Skripsi ini.

Dalam penyusunan Skripsi ini, Penulis membatasi masalahnya dengan menitik-beratkan pada *Advertising* dan *Sales-promotion* yang dilakukan oleh PT. BUMI SERPONG DAMAI dalam usahanya meningkatkan penjualan produk yang dihasilkannya selama lima tahun terakhir ( 1989 s/d 1993).

### C. METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam rangka penulisan Skripsi ini Penulis mengumpulkan data melalui penelitian sebagai berikut :

#### 1. Penelitian Kepustakaan :

Yang dimaksud dengan Penelitian Kepustakaan adalah, membaca literatur berupa buku-buku, majalah, brosur, koran dan lain sebagainya yang berhubungan dengan masalah yang dibahas, serta ditambah dengan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku-kuliah. Kemudian, teori tersebut dijadikan sebagai bahan pembanding dengan praktek yang dilakukan.

## 2. Penelitian Di Lapangan

Cara lain yang dilakukan dalam memperoleh data yaitu dengan cara mendatangi langsung objek penelitian dan melakukan :

### a. Wawancara

Dalam usaha untuk mengumpulkan keterangan / data-data yang diperlukan dalam penyusunan Skripsi ini, Penulis mengadakan wawancara atau tanya-jawab secara langsung kepada staf/karyawan yang berwenang dalam bidangnya di Perusahaan sehingga diperoleh keterangan yang diperlukan.

### b. Pengamatan

Dalam penelitian ini, Penulis secara langsung mengamati pelaksanaan kegiatan Promosi yang dilakukan oleh Perusahaan dalam memasarkan produknya di lapangan.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan

metode tersebut, Penulis mencoba mengolah data dan keterangan tersebut serta menganalisis secara kualitatif dan kuantitatif, sehingga akan diperoleh suatu hasil yang mendekati sempurna dan dapat dipertanggung-jawabkan dalam penulisan Skripsi ini.

#### D. SISTEMATIKA SKRIPSI

Untuk memudahkan pembaca memahami pembahasan, maka Skripsi ini disusun di dalam Bab-bab dengan sistematika yang sesuai dengan permasalahannya sebagai berikut :

##### Bab I : Pendahuluan

Mengetengahkan tentang alasan mengapa Penulis memberi judul seperti tersebut di muka, kemudian menjuruskan kepada pembatasan masalah yang dikemukakan dalam Skripsi ini, dan selanjutnya menguraikan cara Penulis mengumpulkan data dalam rangka penulisan Skripsi ini, dan terakhir Penulis menguraikan pembabakan Skripsi.

##### Bab II : Tinjauan Umum Atas Perusahaan

Penulis memberikan gambaran mengenai Sejarah-singkat Perusahaan dan Struktur-organisasinya, serta Ruang-lingkup dari Perusahaan, dan terakhir menerangkan

Aspek Sosial Ekonomi dari Perusahaan pada Masyarakat.

### Bab III : Tinjauan Teoritis

Pada Bab ini Penulis mencoba membahas teori-teori tentang peng sisteman yang mengacu pada Marketing, Promosi dan aspeknya, Advertising dan berbagai bentuknya, dan terakhir tentang Sales-promotion serta bentuknya.

### Bab IV : Peran Kegiatan Advertising dan Sales-promotion Yang Dilakukan PT. BUMI SERPONG DAMAI.

Bab ini merupakan inti dari Skripsi dimana Penulis menguraikan tentang Pelaksanaan Promosi khususnya Advertising dan Sales-promotion yang dilakukan oleh PT. Bumi Serpong Damai dalam rangka menjual produknya yang berupa perumahan, kemudian Pengaruh dari Promosi terhadap Penjualan rumah dan Kendala yang dihadapi oleh Perusahaan, serta bagaimana cara Perusahaan mengatasi Kendala tersebut.

### BAB V : Penutup

Bab ini merupakan Bab terakhir dimana Penulis menarik Kesimpulan dari uraian dalam Bab-bab sebelumnya, dan kemudian memberikan Saran-saran yang

mungkin berguna bagi Perusahaan dalam rangka memperbaiki cara Promosinya guna mencapai tujuan Perusahaan secara optimal.

