

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran PT. Gemilang Rizqi Efendi  
Development (Studi Kasus Perumahan Risma  
Jihan Akbar)

Nama Mahasiswa : Dina Kurnia Sari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325023

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus ujian Skripsi : 29 Juli 2019



Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M

NIDN 0309048102

**STRATEGI PEMASARAN PT. GEMILANG RIZQI  
EFENDI DEVELOPMENT  
(STUDI KASUS PERUMAHAN RISMA JIHAN AKBAR)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Dina Kurnia Sari**

**201510325023**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2019**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul skripsi : Strategi Pemasaran PT. Gemilang Rizqi Efendi  
Development (Studi Kasus Perumahan Risma  
Jihan Akbar)

Nama Mahasiswa : Dina Kurnia Sari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325023

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Juli 2019

Jakarta, 05 Agustus 2019

MENGESAHKAN,

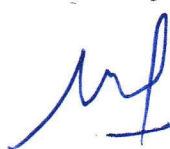
Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, MBA, Ph.D .....  
NIDN 0311096604

Penguji I : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M .....  
NIDN 0309048102

Penguji II : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M .....  
NIDN 0325057908

MENGETAHUI,

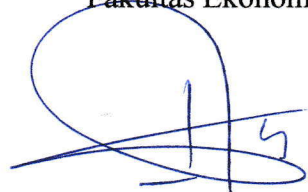
Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M  
NIDN 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M  
NIDN 0316066201

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

Strategi Pemasaran PT. Gemilang Rizqi Efendi Development (Studi Kasus Perumahan Risma Jihan Akbar).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberika izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 05 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Dina Kurnia Sari

201510325023

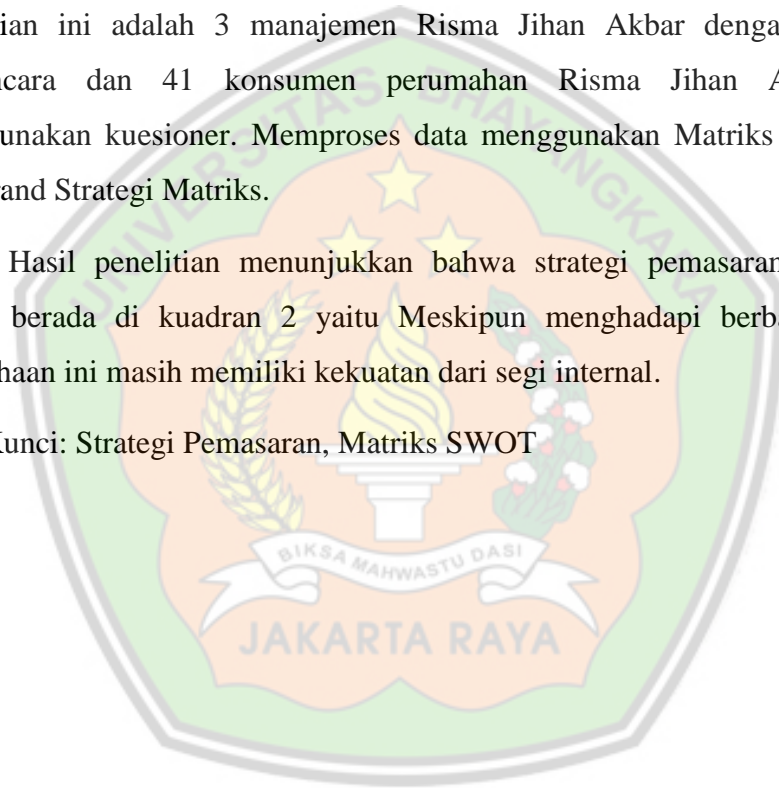
## ABSTRAK

**Dina Kurnia Sari. 201510325023.** Strategi Pemasaran PT. Gemilang Rizqi Efendi Development (Studi Kasus Perumahan Risma Jihan Akbar).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal strategi pemasaran properti studi kasus perumahan Risma Jihan Akbar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif deskriptif. Pengumpulan sampel yang digunakan adalah *sampling jenuh*. Responden dalam penelitian ini adalah 3 manajemen Risma Jihan Akbar dengan melakukan wawancara dan 41 konsumen perumahan Risma Jihan Akbar dengan menggunakan kuesioner. Memproses data menggunakan Matriks EFAS / IFAS dan Grand Strategi Matriks.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Risma Jihan Akbar berada di kuadran 2 yaitu Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Matriks SWOT



## ***ABSTRACT***

**Dina Kurnia Sari. 201510325023.** PT. Gemilang Rizqi Efendi Development *Marketing Strategy (Risma Jihan Akbar Housing Case Study).*

*This study aims to know the internal factors and external factors of marketing strategies of Risma Jihan Akbar housing properties. This study uses descriptive qualitative and quantitative research methods. The sample used is sampling jenuh. Respondents in this study were 3 Risma Jihan Akbar management by conducting interviews and 41 Risma Jihan Akbar consumers using a questionnaire. Process data using the EFAS / IFAS Matrix and Grand Matrix Strategy.*

*The results of the study show that Risma Jihan Akbar marketing strategy is in quadrant 2, that, despite facing various threats, this company still has internal strength.*

*Key words: Marketing Strategy, Matrix SWOT*



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk mencapai gelar Sarjana program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Bambang Karsono, S.H.,M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Sugeng Suroso, S.E.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh Dosen-Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis.
6. Bapak Alm. Sutarto dan Ibu Sri Astuti selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doanya kepada penulis.
7. Suami tersayang Agus Prastiyo, kakak-kakak tercinta Erpan, Indah, Agung dan teman-teman program studi Manajemen angkatan 2015 yang telah selalu memberikan dukungan, motivasi serta doa kepada penulis.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan serta wacana keilmuan dan berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkannya serta bagi penulis sendiri.

Jakarta, 5 Agustus 2019

**Dina Kurnia Sari**

# DAFTAR ISI

|  | Halaman     |
|--|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>         | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                     | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                     | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                               | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                              | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                         | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                             | <b>viii</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>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                    | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                          | 3           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                         | 3           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                        | 4           |
| 1.5 Batasan Masalah.....                           | 4           |
| 1.6 Sistematika Penulisan.....                     | 5           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                | <b>6</b>    |
| 2.1 Pengertian Pemasaran.....                      | 6           |
| 2.2 Pengertian Strategi .....                      | 6           |
| 2.3 Pengertian Strategi Pemasaran .....            | 7           |
| 2.4 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> )..... | 8           |



|  |                                      |           |
|--|--------------------------------------|-----------|
| 2.4.1  | Produk ( <i>product</i> ).....       | 8         |
| 2.4.2  | Harga ( <i>price</i> ).....          | 9         |
| 2.4.3  | Tempat( <i>place</i> ).....          | 9         |
| 2.4.4  | Promosi ( <i>promotion</i> ) .....   | 10        |
| 2.5  | Analisis SWOT.....                   | 11        |
| 2.5.1  | Unsur-Unsur Analisis SWOT.....       | 12        |
| 2.5.2  | Matriks SWOT .....                   | 13        |
| 2.6  | Penelitian Terdahulu.....            | 15        |
| 2.7  | Kerangka Pemikiran.....              | 18        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>         |                                      | <b>19</b> |
| 3.1  | Design Penelitian.....               | 19        |
| 3.2  | Tahapan Penelitian .....             | 19        |
| 3.3  | Model Konseptual Penelitian .....    | 20        |
| 3.4  | Oprasionalisasi Variabel.....        | 21        |
| 3.5  | Tempat Dan Waktu Penelitian .....    | 23        |
| 3.6  | Populasi Dan Sampel Penelitian.....  | 23        |
| 3.6.1  | Populasi .....                       | 24        |
| 3.6.2  | Sampel.....                          | 24        |
| 3.7  | Teknik Pengumpulan Data .....        | 25        |
| 3.8  | Metode Pengambilan Sampel.....       | 26        |
| 3.9  | Uji Validitas dan Reliabilitas ..... | 26        |
| 3.9.1  | Uji Validitas .....                  | 27        |
| 3.9.2  | Uji Reliabilitasi.....               | 27        |
| 3.10   | Metode Analisis Data .....           | 28        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |                                      | <b>31</b> |

|                             |  |           |
|-----------------------------|--|-----------|
| 4.1                         | Profil Perusahaan.....   | 31        |
| 4.1.1                       | Sejarah Singkat Perusahaan .....                               | 31        |
| 4.1.2                       | Visi dan Misi Perusahaan.....                                  | 31        |
| 4.1.3                       | Harga dan Tipe .....   | 32        |
| 4.1.4                       | Struktur Rumah .....   | 32        |
| 4.1.5                       | Media Promosi.....   | 33        |
| 4.1.6                       | Lokasi .....   | 34        |
| 4.2                         | Lingkungan Internal PT Gemilang Rizqi Efendi Development ..... | 35        |
| 4.2.1                       | Faktor Internal Kekuatan.....                                  | 35        |
| 4.2.2                       | Faktor Internal Kelemahan .....                                | 35        |
| 4.3                         | Lingkungan Eksternal PT Gemilang Rizqi Evendi Development..... | 36        |
| 4.3.1                       | Faktor Eksternal Peluang.....                                  | 36        |
| 4.3.2                       | Faktor Eksternal Ancaman .....                                 | 36        |
| 4.4                         | Hasil Dan Analisis Data .....                                  | 36        |
| 4.4.1                       | Penyebaran Kuesioner .....                                     | 37        |
| 4.4.2                       | Rekapitulasi Kuesioner.....                                    | 37        |
| 4.5                         | Teknik Analisis Data .....                                     | 38        |
| 4.5.1                       | Uji Validitas.....   | 38        |
| 4.5.2                       | Uji Reliabilitas.....  | 40        |
| 4.6                         | Matriks EFAS / IFAS .....                                      | 40        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>  |  | <b>49</b> |
| 5.1                         | Kesimpulan.....  | 49        |
| 5.2                         | Implikasi Manajerial.....                                      | 50        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> |  | <b>52</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>             |  |           |

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 2.1 Matriks SWOT .....  | 15      |
| Tabel 3.1 Oprasionalisasi Variabel .....  | 21      |
| Tabel 3.2 Oprasionalisasi Variabel (Lanjutan) .....                               | 22      |
| Tabel 3.3 Oprasionalisasi Variabel (Lanjutan) .....                               | 23      |
| Tabel 3.4 Populasi Direktur Utama dan Marketing Menggunakan Teknik Wawancara..... | 24      |
| Tabel 3.5 Populasi Konsumen Menggunakan Teknik Kuesioner.....                     | 24      |
| Tabel 3.6 Jumlah Sampel Konsumen.....   | 26      |
| Tabel 3.7 Perhitungan Analisis SWOT.....  | 29      |
| Tabel 4.1 Proses Penyebaran dan Penerima Kuesioner .....                          | 37      |
| Tabel 4.2 Profil Responden.....   | 37      |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....  | 39      |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....   | 40      |
| Tabel 4.5 IFAS Matriks .....  | 41      |
| Tabel 4.6 EFAS Matriks .....  | 42      |
| Tabel 4.7 Matriks SWOT .....  | 44      |

## DAFTAR GAMBAR

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1.1 Grafik Penduduk Kota Bekasi .....                  | 1       |
| Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT .....                        | 14      |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....                           | 18      |
| Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian .....                  | 20      |
| Gambar 3.2 Diagram Matriks SWOT .....                         | 30      |
| Gambar 4.1 Price List Perumahan Risma Jihan Akbar .....       | 32      |
| Gambar 4.2 Model Rumah Risma Jihan Akbar .....                | 33      |
| Gambar 4.3 Website PT Gemilang Rizqi Efendi Development ..... | 34      |
| Gambar 4.4 Lokasi Kantor Pemasaran .....                      | 34      |
| Gambar 4.5 Grand Matriks Strategi .....                       | 43      |



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2 Surat Balasan Konfirmasi Penelitian

Lampiran 3 Gambar Perumahan Risma Jihan Akbar

Lampiran 4 *Price List* Perumahan Risma Jihan Akbar

Lampiran 5 Wawancara Penelitian

Lampiran 6 Kuesioner Penelitian

Lampiran 7 Hasil Kuesioner

Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Lampiran 9 R Tabel

Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

