

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG**

**“ANALISIS DIGITAL MARKETING PADA PENJUALAN PROPERTI PT.  
DABELYULAND INDONESIA”**



Oleh :

**Fikri Fandi Ariri (1861222)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)  
PGRI DEWANTARA JOMBANG**

**2021/2022**



## LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG

### “ANALISIS DIGITAL MARKETING PADA PENJUALAN PROPERTI PT. DABELYULAND INDONESIA”



Oleh :

**Fikri Fandi Ariri (1861222)**

Disetujui untuk diuji :

Menyetujui,

11 Januari 2022

Dosen Pembimbing Lapangan

**Deni Widyo P., SE., MM**

**NIDN. 0710097301**

Pendamping Lapangan

**Hardi Widyanto, S.Kom, MT**

**PT. DABELYULAND INDONESIA**

Mengesahan,  
Ka. Prodi. Manajemen



**Ermida Pancanngum, ST., MSM**

## KATA PENGANTAR

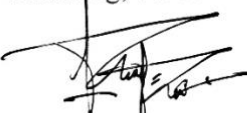
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat menyusun laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dengan judul “Analisis Digital Marketing Pada Penjualan Properti PT. Dabelyuland Indonesia”. Hal ini tentunya tak lepas dari beberapa hal yaitu bantuan, dorongan serta bimbingan yang sangat berguna bagi penulis maupun pihak lain .

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan KKM ini tidak berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abd. Rohim, SE., M.Si selaku Ketua STIE PGRI Dewantara Jombang.
2. Ibu Erminati Pancaningrum, ST., MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Bapak Deni Widyo P, SE .,MM selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)
4. Bapak Hardi Widyanto, S.Kom, MT. Selaku Direktur Utama PT. Dabelyuland Indonesia
5. Seluruh Staf PT. Dabelyuland Indonesia
6. Serta Keluarga dan Teman – teman kami yang selalu mendukung kami.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan KKM masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan laporan KKM ini serta bermanfaat bagi penulis dan pembaca serta bagi laporan-laporan selanjutnya.

Jombang, 7 Desember 2021



Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Dasar Pelaksanaan.....	2
1.3 Tujuan Kuliah Kerja Magang (KKM).....	3
1.4 Manfaat Kuliah Kerja Magang (KKM).....	4
1.5 Tempat dan Waktu Kuliah Kerja Magang (KKM) .....	5
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG</b>	
2.1 Sejarah/Profil Perusahaan .....	7
2.1.1 Tugas Direktur Utama .....	9
2.1.2 Tugas JPA Technical Support .....	10
2.1.3 Tugas JPA System Support .....	10
2.1.4 Tugas Marketing.....	10
2.2 Struktur Organisasi.....	11
2.3 Kegiatan Umum Perusahaan .....	12
<b>BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG</b>	
3.1 Pelaksanaan Kerja .....	14
3.2 Aspek Kajian .....	14
3.3 Hasil Pengamatan.....	18
3.3.1 Kendala Yang Dihadapi .....	18
3.3.2 Cara Mengatasi Masalah.....	19
<b>BAB IV</b>	
<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>21</b>
<b>SARAN.....</b>	<b>22</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>23</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>24</b>



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa kini, banyak dijumpai lulusan baru dari perguruan tinggi dengan berbagai macam jurusan yang mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan serta kenyataan yang ada di dunia kerja. Penyebabnya tidak lain adalah karena kurang siapnya lulusan tersebut dengan kondisi sesungguhnya dari dunia kerja yang terjadi di lapangan, yang ternyata sangat berbeda dengan apa yang didapat di bangku perkuliahan. Oleh karena itu, kurangnya kesiapan yang dimiliki mahasiswa dalam dunia kerja akan berpengaruh pada kurangnya kualitas dari sumber daya manusia yang ada. Salah satu upaya yang dilakukan oleh perguruan tinggi dalam menghasilkan sumber daya manusia yang bermutu dan berkualitas di lapangan kerja adalah dengan melalui kegiatan magang yang dapat dilakukan di instansi/lembaga terkait bidang jurusan dan minat perkuliahan dari masing-masing mahasiswa. Salah satu perguruan tinggi yang menerapkan sistem magang untuk meningkatkan kualitas SDM dari para mahasiswanya adalah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) PGRI Dewantara Jombang.

Kegiatan magang tersebut dilakukan oleh mahasiswa sesuai dengan arahan dari dosen pembimbing lapangan dan juga dari pembimbing lapangan di tempat magang. Hal tersebut diharapkan agar mahasiswa dapat mempersiapkan diri dalam menghadapi dunia kerja setelah lulus dari perguruan tinggi nanti. Harapan lainnya dari kegiatan magang tersebut adalah agar teori-teori maupun praktik yang didapat selama berada di bangku kuliah dapat diterapkan selama kegiatan magang tersebut berlangsung.

Perusahaan adalah suatu badan usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang/jasa, terletak di suatu bangunan fisik pada lokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi atau struktur biaya, serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas resiko bisnis/usaha. Badan usaha perusahaan konstruksi dapat berbentuk Perseroan Terbatas (PT), Perseroan Komanditer (CV), Firma, PT (Perseroan), Perusahaan Umum atau Perusahaan Jawatan. Sedangkan menurut Kansil (2001:2) Definisi Perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat terus menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.

Salah satu bidang perusahaan di Indonesia adalah perusahaan properti. Perusahaan properti adalah kelompok usaha yang mengucurkan modal besar untuk terjun dalam dunia properti. Dimana biasanya mereka menggeluti lebih dari satu subsektor properti. Mulai dari konsultan, pengadaan lahan, konstruksi dan pembangunan, pengembang, pemasaran bahkan sampai pemeliharaan properti.

## **1.2 Dasar Pelaksanaan**

- a. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2018, tentang Sistem Pendidikan Nasional
- b. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005.
- c. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012.
- d. Peraturan Pemerintah Nomor 60 tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi.
- e. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2005.
- f. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2005.
- g. Kebijakan Akademik STIE PGRI Dewantara Jombang.



### **1.3 Tujuan Kuliah Kerja Magang (KKM)**

#### **a. Tujuan Umum**

Tujuan dari dilaksanakannya kegiatan magang ini secara umum adalah untuk mengenalkan kepada mahasiswa mengenai dunia kerja yang sesungguhnya. Selain hal itu, kegiatan magang ini juga bertujuan untuk pembelajaran mengenai bidang pada tempat mahasiswa magang serta mempersiapkan mahasiswa agar menjadi SDM yang memiliki daya saing tinggi dalam dunia kerja nantinya dan juga memenuhi standar akademik kampus untuk menempuh kelulusan.

#### **b. Tujuan Khusus**

1. Menganalisis strategi pemasaran yang digunakan PT. Dabelyuland Indonesia
2. Mengetahui digital marketing yang digunakan PT. Dabelyuland Indonesia
3. Mengetahui kegiatan harian pemasaran pada PT. Dabelyuland Indonesia
4. Meningkatkan pemahaman tentang pentingnya digital marketing pada pemasaran Properti PT. Dabelyuland Indonesia
5. Meningkatkan kemampuan tentang digital marketing sesuai standart PT. Dabelyuland Indonesia
6. Mempelajari lebih lanjut mengenai dunia properti

#### **1.4 Manfaat Kuliah Kerja Magang (KKM)**

Untuk pelaksanaan dari magang sendiri akan menghasilkan beberapa manfaat yang baik untuk berbagai sisi. Oleh karena itu, berlangsungnya KKM ini diharapkan dapat bermanfaat bagi segala pihak terkait, baik bagi mahasiswa maupun bagi instansi, antara lain :

a. Bagi Mahasiswa

Adapun beberapa hal di bawah ini yang menjadi manfaat dari kegiatan magang bagi mahasiswa yang diantaranya yaitu :

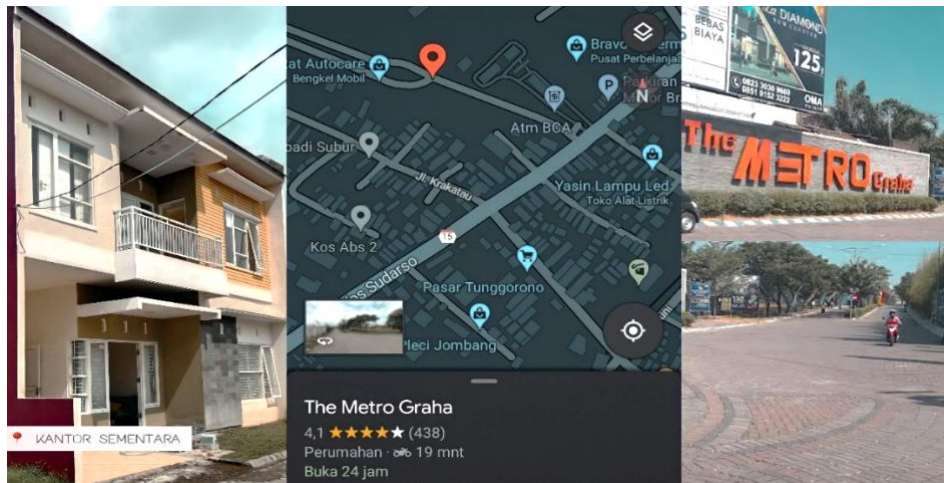
1. Memahami cara kerja digital marketing pada PT. Dabelyuland Indonesia
2. Menambah wawasan tentang dunia properti
3. Memberikan pengalaman kerja bagi mahasiswa.

b. Bagi Instansi

Selama kegiatan KKM berlangsung, diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan terkait dengan besar harapan :

1. Membantu proses kegiatan pemasaran PT. Dabelyuland Indonesia.
2. Membantu proses kegiatan lain di PT. Dabelyuland Indonesia.

### 1.5 Tempat dan Waktu Kuliah Kerja Magang (KKM)



Kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dilaksanakan di:

Nama Perusahaan : PT. Dabelyuland Indonesia

Alamat : The Metro Graha Blok A No 9 Komersil  
Area Desa Tunggorono – Kec/Kab Jombang

Home Office : Jelakombo Gg 4 Jombang

Bidang : Properti

Waktu : Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 18  
Oktober 2021 sampai dengan 30 November  
2021 yang dilaksanakan secara individu.

Tabel 1.5 Jadwal Kegiatan KKM

No.	Jenis Kegiatan	Minggu						
		I	II	III	IV	V	VI	VII
1.	Pembukaan Kuliah Kerja Magang (KKM)							
2.	Bedah Buku Marketing Property							
3.	Praktik Digital Marketing Pada Instagram							
4.	Praktik Digital Marketing Pada Youtube							
5.	Praktik Digital Marketing Pada Facebook							
6.	Praktik Digital Marketing Google Ads							
7.	Membuat Konten Video Promosi							
9.	Penutupan Kuliah Kerja Magang (KKM)							

## BAB II

### TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

#### 2.1 Sejarah/Profil Perusahaan



**Gambar 2.1 Logo PT. Dabelyuland Indonesia**

PT. Dabelyuland Indonesia adalah perusahaan yang bergerak pada beberapa bidang properti. Dimana Perusahaan ini tepat berada pada The Metro Graha Blok A No 9 Komersil Area Desa Tunggorono Kecamatan Jombang Kabupaten Jombang. Dan home office nya yang berada di Jelakombo Gg 4 Jombang. PT. Dabelyuland Indonesia memiliki empat pilar bisnis yakni YouTube, Design & Build, Agency, dan Developer. Pada mulanya PT. Dabelyuland Indonesia berfokus pada jual beli tanah dan tepat pada tahun 2016 memiliki proyek terkenalnya yaitu “TEBAS LAHAN”, dimana tebas lahan ini sangat populer dengan konsep bisnis tanpa modal nya. Setahun kemudian pada tahun 2017 merambah ke bisnis yang lebih luas yakni “AGENCY” dan “DEVELOPER KAVLING”. Agency ini menawarkan jasa kepada perorangan atau perusahaan untuk menjual-belikan properti (*perantara*) mulai dari rumah, gedung, maupun tanah. Sedangkan developer kavling ini adalah suatu proses bisnis yang mencakup kegiatan pengembangan suatu kawasan kavling mulai dari pembangunan rumah di seluruh kawasan kavling hingga menjualkannya kembali. Selang dua tahun dan terbilang sukses, pada 2019 untuk teurs eksis PT. Dabelyuland Indonesia merambah ke “YouTube” sebagai konten kreator properti. Kemudian di tahun 2020 memperluas pilar bisnisnya dengan “DESIGN & BUILD” yang bergerak di bidang jasa desain rumah, renovasi, dan pembangunan. Dalam kepengurusannya, PT. Dabelyuland Indonesia terdiri dari Komisaris, Direktur Utama, Direktur Operasional, kemudian staff internal yang terdiri dari JPA Technical Support, JPA System Support,

dan Marketing. Pada eksternal nya terdiri dari Mitra Build dan beberapa Mitra Freelance ( Freelance Desain 2D, 3D, Marketing, dan Desain Grafis ). Terhitung dalam lima tahun terakhir (2016 hingga 2020) PT. Dabelyulnd Indonesia memiliki omset mencapai 20 Milyar.

#### INFORMASI UMUM PERUSAHAAN



**Gambar 2.1 Empat Pilar Bisnis PT. Dabelyulnd Indonesia**

#### **PT. DABELYULAND INDONESIA**

Kantor Pusat :

The Metro Graha Blok A No 9 Komersil Area, Desa Tunggorono –  
Kec/Kab Jombang

Home Office : Jelakombo Gg 4 Jombang

Email : [pt.dabelyuland.indonesia@gmail.com](mailto:pt.dabelyuland.indonesia@gmail.com)

Hotline : 0821 27 27 77 47

Rek BCA : 1135441122

SK MENTERI NOMOR :

**AHU-0047914.AH.01.01.TAHUN 2020 Tanggal 22 September 2020**

NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) : **027700942091**

(KODE KBLI 46638,85499,41044,71101,70209,68110,68200,41012,85495)

Direktur Utama : Hardi Widyanto, S.Kom, MT.

Direktur Operasional : Warsito

Komisaris : Novitasari Diah Fitriani

NILAI-NILAI PERUSAHAAN : “ **JUJUR | PEMBELAJAR** ”

Semangat 2021 : “ **SCALE UP** ”

### **2.1.1 Tugas Direktur Utama PT. Dabelyuland Indonesia**

**Nama :** Hardi Widyanto, S.Kom, MT

**Tugas :**

1. Memimpin, mengelola dan mengarahkan staf sesuai dengan tujuan perusahaan, meningkatkan efisiensi dan efektivitas tiap staf, serta menyusun rencana kerja tahunan.
2. Mengontrol, memelihara dan mengelola aset perusahaan.
3. Mengkoordinasikan, mengawasi serta memimpin manajemen dan memastikan semua kegiatan usaha dijalankan sesuai dengan target, visi, misi dan nilai perusahaan.
4. Mengawasi dan menelaah manajemen risiko, sistem pengendalian internal perusahaan, tata kelola perusahaan untuk kepentingan Pemegang Saham minoritas dan pemangku kepentingan lainnya.
5. Mengontrol dan memastikan seluruh staf memenuhi seluruh kewajiban pelaporan yang ditetapkan.
6. Merencanakan, mengkoordinasikan, mengarahkan, mengendalikan, menerapkan dan mengevaluasi tugas-tugas operasional setiap staf termasuk tanggung jawab yang berhubungan dengan hukum, lisensi dan perizinan proyek.

### **2.1.2 Tugas JPA ( Junior Project Assitant ) Technical Support**

**Nama :** Aldi Mustakhurrozak

**Tugas :**

1. Melakukan Pengawasan Bangunan
2. Melakukan Follow Up customer
3. Melakukan Survey Lapangan
4. Melakukan Pemasaran Kawasan Online
5. Melakukan Pemasaran Kawasan Offline
6. Menjadi Handling Komplain

### **2.1.3 Tugas JPA ( Junior Project Assitant ) System Support**

**Nama :** Nurushoba Nur Sukmawati

**Tugas :**

1. Staf Administrasi Perusahaan
2. Melakukan Follow Up customer
3. Content Creator
4. Drafter 2 Dimensi
5. Melakukan Survey Lapangan
6. Melakukan Pemasaran Kawasan Online

### **2.1.4 Tugas Marketing**

**Nama :** Nur Ali

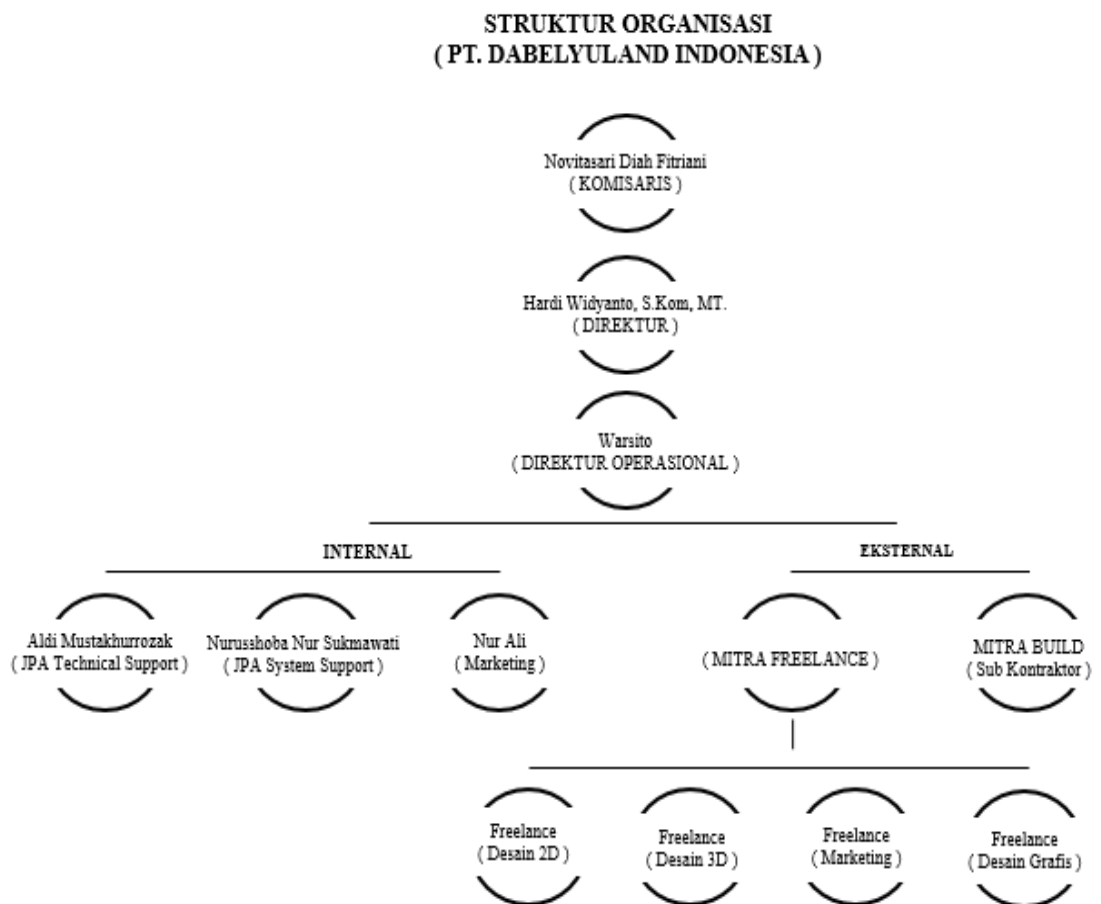
**Tugas :**

1. Melakukan Pemasaran Kawasan Online
2. Melakukan Pemasaran Kawasan Offline
3. Koordinasi Desain Grafis
4. Tugas Tambahan Lainnya



## 2.2 Struktur Organisasi

Adapun Struktur organisasi merupakan sebuah garis penugasan formal yang menunjukkan alur tugas dan tanggung jawab setiap anggota perusahaan, perusahaan serta hubungan antar pihak dalam organisasi yang bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Struktur organisasi dari PT. Dabelyuland Indonesia.



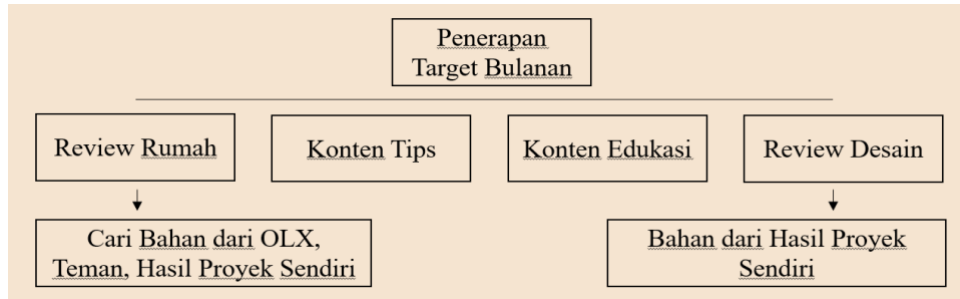
## **2.3 Kegiatan Umum Perusahaan**

### **A. Kegiatan Harian Perusahaan**

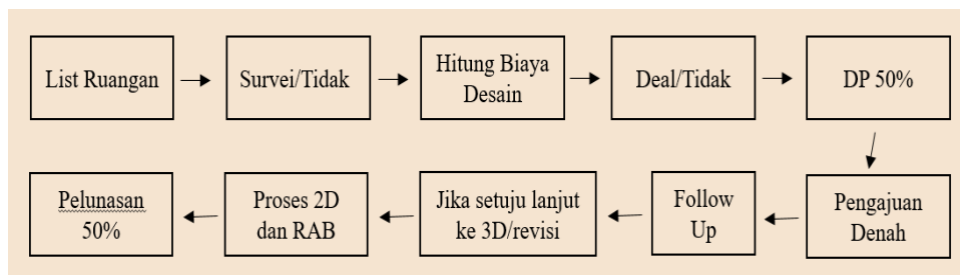
Kegiatan harian PT. Dabelyuland Indonesia pertama adalah JPA system support membuat desain dua dimensi, kemudian follow up customer yaitu kegiatan menindaklanjuti customer, terdapat beberapa kegiatan follow up diantaranya follow up customer yang tertarik membeli tanah maupun rumah, desain dan follow up customer desain termasuk revisi desain dua dimensi maupun tiga dimensi. Kegiatan harian kedua adalah JPA Technical Support melakukan pengawasan atau pengecekan sejauh mana progres proyek bangunan dikerjakan, dan juga melakukan survei lokasi tanah yang potensial untuk dikembangkan. Kegiatan harian selanjutnya adalah Marketing melakukan pemasaran offline dengan menyebarkan brosur dan pemasangan banner, dan pemasaran online berupa share flyer pada sosial media termasuk Instagram, Facebook. Kegiatan selanjutnya yang bisa dikerjakan oleh semua staf adalah membuat konten kreatif berupa vidio untuk di upload pada Reels Instagram dan YouTube. Kegiatan harian lainnya adalah penulisan laporan kerja, laporan keuangan dan daily report.

## B. Skema Pengerjaan

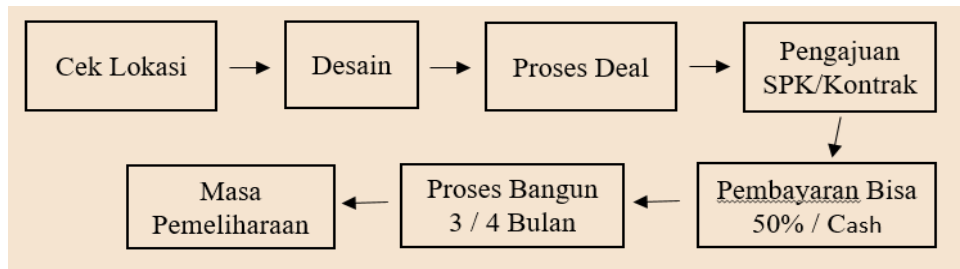
### 1. Skema YouTube



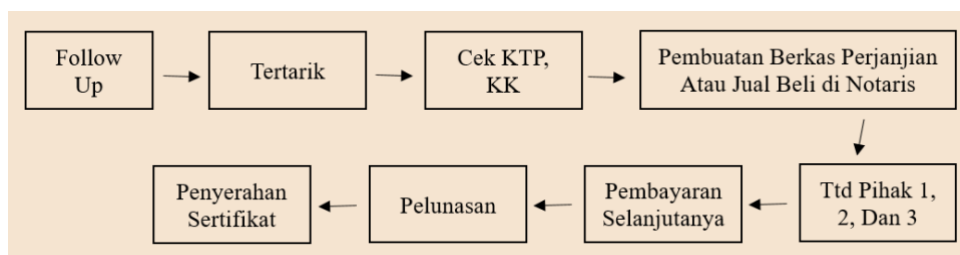
### 2. Skema Desain



### 3. Skema Build



### 4. Skema Pembelian Tanah / Rumah



## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG**

#### **3.1 Pelaksanaan Kerja**

PT. Dabelyuland Indonesia ini telah memberikan manfaat dari segi teori maupun praktek lapangan sehingga dapat mengetahui situasi dunia kerja yang sebenarnya dan dapat mengetahui penerapan teori yang sudah ditempuh di bangku perkuliahan. Pelaksanaan kuliah kerja magang (KKM) di PT. Dabelyuland Indonesia pada tanggal 18 Oktober 2021 sampai dengan 30 November 2021

Tabel 3.1

Jam Kerja PT. Dabelyuland Indonesia

HARI KERJA	JAM KERJA	JAM ISTIRAHAT
<b>Senin s/d Jum'at</b>	08.00 – 16.00	12.00 – 13.00
<b>Sabtu s/d Minggu</b>	-	-

Dalam melaksanakan kegiatan KKM ini, penulis lebih sering diajarkan penggunaan beberapa digital marketing dalam menjalankan bisnis pribadi sesuai standard PT. Dabelyuland Indonesia. Selain itu penulis lebih sering membantu beberapa kegiatan perusahaan termasuk survei lokasi, cek progres bangunan, pemasaran online dan offline, pembuatan konten video, hingga pendampingan customer ke notaris.

#### **3.2 Aspek Kajian**

##### **3.2.1 Analisis Digital Marketing**

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11) “Digital marketing is the application of the internet and related digital technologies in conjunction with traditional communications to to achieves marketing objectives.”. Artinya *Digital Marketing* merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. Hal

tersebut dapat dicapai untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen seperti profil, perilaku, nilai, dan tingkat loyalitas, kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu. Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11), Dedi Purwana (2017:2) Jadi pada dasarnya digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa *sosial media seperti Facebook, Instagram, YouTube, maupun Google Ads* guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk/jasa, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa digital marketing merupakan pemasaran atas produk maupun jasa menggunakan internet dengan memanfaatkan *sosial media seperti Facebook, Instagram, YouTube, maupun Google Ads* guna meningkatkan pemasaran serta target konsumen.

Pada praktiknya penulis dalam kegiatan magang nya diajari penerapan digital marketing tersebut. Secara rinci digital marketing tersebut diantaranya pemanfaatan marketplace dan fanspage pada Facebook, kedua adalah feed, reels, dan IG Ads pada Instagram, ketiga adalah pemanfaatan media YouTube dan Google Ads.

### **3.2.2 Survei Lokasi**

Survei Lokasi adalah tahapan paling awal dalam suatu perencanaan perusahaan. Beberapa survei lokasi yang dilaksanakan adalah survei lokasi target bangunan, lokasi target pengembangan kawasan, survei lokasi tanah titip jual, dan survei tempat untuk keperluan konten. Untuk tujuan pembangunan dan pengembangan kawasan tahapan ini sangat penting untuk awal memulai project bangunan dimana dalam survei lokasi tersebut kita dapat mengetahui letak, keadaan tanah maupun keadaan dan ukuran bangunan yang akan sehingga perencana dapat semaksimal mungkin merencanakan bangunan dan mensimulasikan desain bangunan yang akan

didirikan di lokasi tersebut. Sedangkan survei lokasi tanah juga merupakan tahapan awal yang bertujuan untuk mengetahui seberapa berpotensi suatu tanah tersebut bisa dijual kembali maupun dikembangkan. Survei lokasi juga penting untuk keperluan konten dengan tujuan agar konten yang dihasilkan berkualitas baik dan menarik.

### **3.2.3 Cek Progres Bangunan**

Cek progres pembangunan adalah kegiatan rutin JPA Technical Support, dimana selain bertujuan mengawasi pekerjaan agar ketepatan waktu dan biaya pekerjaan tidak menyimpang dari kontrak, tujuan lain dari kegiatan tersebut yaitu mengawasi pelaksanaan pekerjaan dari segi kualitas, kuantitas, serta laju pencapaian sejauh mana progres atau kemajuan proyek berjalan. Selain itu juga bisa dijadikan sebagai bahan untuk menyusun dan mengevaluasi daftar kekurangan-kekurangan dan cacat pekerjaan selama masa pengerjaan.

### **3.2.4 Pemasaran Online / Offline**

Menurut Kotler & Amstrong (2006, p521) pemasaran online merupakan bagian dari e-commerce yaitu, perusahaan untuk berkomunikasi, promosi, dan menjual barang dan jasa melalui internet. Pemasaran online adalah aplikasi yang berjalan secara online untuk membantu proses pemesanan perusahaan. Pemasaran online yang dilakukan PT. Dabelyuland pertama adalah beberapa channel youtube yang kini telah memiliki empat puluh delapan ribu subscriber. Konten yang diangkat juga beragam mulai dari review rumah, review desain, tips hingga edukasi tentang dunia property. Kedua adalah beberapa fanspage pada facebook diantaranya pada akun JPC (Jombang Property Corner), Dabelyu Architect, dan Per Project. Ketiga adalah Instagram dengan memanfaatkan fitur IG Ads, Follower Organik, Reels dan IG TV. Adapun beberapa akun perusahaan yakni @Hardi.widyanto, @dabelyuland.indonesia, @JPC, dan @jombang.bersponsor. Konten tersebut diharapkan dapat menghasilkan penghasilan bagi perusahaan melalui iklan nya. Iklan yang dikeluarkan adalah iklan beberapa detik yang selalu muncul pada setiap video baik itu

instagram, facebook, maupun youtube. Artinya semakin sering konten video dibuat dan di upload maka semakin banyak juga jumlah customer potensial yang melihat iklan.

Sedangkan pemasaran offline lebih ke meningkatkan awareness brand. Dalam hal ini perusahaan maupun penulis melakukan kegiatan beberapa kegiatan pemasaran online dengan membagikan ulang flyer perusahaan pada beberapa media sosial dan pemasaran offline dengan cara penyebaran brosur secara door to door.

### **3.2.5 Pembuatan Konten Video**

Pada dasarnya konten adalah berbagai macam format dan informasi yang disajikan dalam bentuk teks (tulisan), gambar, suara, atau video dan bertujuan untuk disajikan melalui media online. Dalam praktiknya, selama kegiatan magang penulis lebih sering membantu membuat dan mengusulkan konten dalam bentuk video. Video tersebut berupa reels instagram dan konten video yang digarap langsung oleh content creator. Konten tersebut bertujuan untuk mengenalkan dan mempromosikan produk maupun jasa perusahaan yang ditawarkan.

### **3.2.6 Pendampingan Customer**

Pada perusahaan Dabelyuland Indonesia ada beberapa jenis pendampingan untuk customer diantaranya adalah pendampingan untuk survei lahan, pendampingan pengecekan proyek, pendampingan untuk koordinasi desain, pendampingan untuk pembelian rumah. dan pendampingan di tahapan paling akhir yaitu pendampingan saat penandatanganan dan penyerahan sertifikat kepada customer secara langsung di kantor notaris. Pada pendampingan koordinasi beberapa customer langsung melakukan koordinasi di kantor, hal itu untuk meningkatkan kepercayaan customer terhadap perusahaan dan hal itu menambah potensi customer untuk sekaligus mempercayakan jasa bangun kepada perusahaan.

### **3.3 Hasil Pengamatan**

#### **3.3.1 Kendala Yang Dihadapi**

Meskipun sistem dan manajemen perusahaan telah berjalan dengan rapi. Namun ada beberapa kendala yang dihadapi perusahaan berdasarkan pengamatan penulis selama masa magang diantaranya :

1. YouTube

Setiap staf dalam perusahaan diwajibkan dapat menjalankan beberapa tugas di beberapa bidang sehingga padatnya pekerjaan menimbulkan dampak terhadap salah satu pilar bisnis lainnya yaitu YouTube. Pembuatan konten kreatif seringkali tidak konsisten. Selain waktu, faktor lain penyebab tidak konsistennya konten adalah tidak adanya ide, property penunjang dan bahan baru yang muncul untuk membuat konten selanjutnya.

2. Design & Build

Banyaknya permintaan draft 2D dan 3D tidak sebanding dengan jumlah karyawan dan freelance perusahaan saat ini sehingga perusahaan tidak dapat menampung semua permintaan yang masuk.

3. Agency

Kendala pada agency tanah yaitu beberapa pembeli bingung dengan variasi harga yang tercantum. Karena tidak segera melakukan update unit mana saja dan pada varian harga mana saja yang telah terjual. Sedangkan pada bangunan, beberapa calon pembeli tidak yakin karena belum adanya rumah contoh pada suatu kawasan.

4. Developer

Pada kendala developer suatu Kawasan kendala yang dihadapi hampir sama dengan pilar bisnis Build. Dimana faktor kualitas pekerja dilapangan terkadang tidak sesuai dengan standard perusahaan sehingga dalam proses pengerjaan bisa menjadi tidak



efisien baik dalam hal waktu maupun biaya, apalagi visi perusahaan yang harus all out karena orientasinya adalah pelanggan atau customer oriented.

#### 5. Kendala Lain

Padatnya proyek justru menjadikan komunikasi perusahaan dengan customer potensial terhenti. Padahal kita tau komunikasi merupakan aspek penting untuk mengetahui bagaimana citra perusahaan dimata customer dan sebagai wadah masukan-masukan dari customer.

### 3.3.2 Cara Mengatasi Masalah

Solusi yang mungkin bisa dijadikan bahan pertimbangan atas kendala yang dihadapi adalah sebagai berikut :

#### 1. YouTube

Konten adalah salah satu pilar penting perusahaan sehingga konten harus terus dijalankan dengan baik dan konsisten. Untuk bisa terus konsisten perlu diadakan hari atau jam khusus untuk konten, anggaran khusus untuk property pendukung maupun konten kreator, atau dengan memperbanyak referensi konten yang bisa ditiru dan dikembangkan.

#### 2. Design & Build

Untuk dapat menampung semua permintaan yang masuk, maka harus dilakukan penambahan SDM baik karyawan tetap maupun freelance. Terutama pada bidang desain. Hal ini agar permintaan tidak terbuang, selain itu kesanggupan perusahaan untuk menerima setiap permintaan pelanggan akan dapat meningkatkan citra perusahaan.

#### 3. Agency

Staf perusahaan terkait atau yang bertanggung jawab diharapkan selalu update unit dan harga yang terjual dan yang masih dijual.

Sedangkan untuk kendala rumah contoh yang belum jadi, ketika pendampingan calon pembeli bisa lebih dijelaskan mengenai regulasi maupun spesifikasi rumah yang akan dibangun, atau bisa dengan memberitahukan perbandingan antara desain dan hasil jadi beberapa proyek yang telah selesai untuk menambah kepercayaan calon customer terhadap perusahaan.

#### 4. Developer

Customer oriented sangat identik dengan kepuasan pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan bisa diukur dari sejauh mana kualitas pengerjaan yang bisa dihasilkan. Artinya untuk menghasilkan suatu proyek yang berkualitas maka harus lebih diperhatikan kembali dalam pemilihan pekerja maupun material. Terlebih pada proyek besar berupa pengembangan kawasan tentunya lebih diperhatikan agar tidak terjadi pemborosan waktu maupun pembengkakan biaya. Pengawasan, control dan evaluasi juga harus lebih ditingkatkan baik dari subkontraktor maupun pihak lain yang bertanggung jawab agar pekerjaan sesuai dengan perencanaan.

#### 5. Kendala Lain

Hal yang paling mungkin dilakukan adalah meningkatkan hubungan komunikasi yang lebih interaktif dengan customer potensial melalui social media, salah satunya adalah dengan membuka question atau polling untuk mengetahui pendapat dan masukan customer yang berasal dari follower, teman, maupun subscriber. Jadi sosial media tidak hanya dijadikan sebagai media promosi saja melainkan bisa lebih dari itu.

## **BAB IV**

### **A. KESIMPULAN**

PT. Dabelyuland Indonesia adalah perusahaan yang berfokus di bidang property, perusahaan ini memiliki 4 pilar bisnis utama yaitu Agency, Developer, Design & Build, dan YouTube. Keempatnya terbilang sukses hingga dapat menghasilkan proyek puluhan milyar. Tentu alam meraih kesuksesannya PT. Dabelyuland Indonesia ditentukan oleh beberapa factor pendukung yang dimiliki. Diantaranya adalah sumber daya manusia yang berkualitas, teknologi yang canggih, fasilitas memadai dan juga modal. Namun ada faktor lain yang berperan dalam kesuksesan perusahaan yaitu strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dimiliki sebuah perusahaan juga memiliki peran penting dalam perkembangan dan kesuksesan sebuah perusahaan dan organisasi dalam menjualkan produk maupun jasa nya.

Dalam praktinya PT. Dabelyuland Indonesia dalam menjalankan pemasarannya menggunakan pemasaran offline dan pemanfaatan digital marketing secara seimbang, dan berbicara bisnis developer property adalah tentang membangun reputasi karenanya perusahaan juga menjamin kualitas produk, dan jasa seoptimal mungkin untuk customer. Oleh karena itu mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen. Dan hal itulah faktor kunci yang membuat perusahaan sukses, semakin berkembang dan mampu bersaing.

## **B. SARAN**

Melihat semakin banyaknya pesaing dunia bisnis yang bergerak di bidang yang sama diharapkan untuk PT. Dabelyuland Indonesia mempertahankan strategi pemasaran terlebih pada digital marketingnya karena menurut kami hal itu telah memiliki kontribusi besar dalam penjualan dan menjangkau banyaknya customer. Kedua juga diharapkan agar terus meningkatkan fokus dan kontrol pada proyek nya agar pekerjaan yang dihasilkan sesuai dengan standard perusahaan. Ketiga yang tidak kalah penting adalah manajemen sumber daya manusia nya termasuk sikap perusahaan terhadap karyawan maupun mitra, karena manajemen SDM yang tepat akan menghasilkan kinerja karyawan yang baik pula yang mana hal itu akan menguntungkan perusahaan dengan kinerja yang akan optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

Assael, & Henry. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action*. Fourth Edition. New York: Kent Publishing Company.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga*

<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/skola/read/2020/12/30/135550269/konsep-bauran-pemasaran>

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Konten>

<https://komerce.id/blog/perbedaan-pemasaran-online-dan-offline/>

<https://www.pengadaan.web.id/2018/08/tugas-pengawas-lapangan-pekerjaan-konstruksi.html?m=1>

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1. KEGIATAN HARIAN MAGANG

#### Formulir Kegiatan Harian Mahasiswa

Nama Mahasiswa : Fikri Fandi Ariri  
 NIM : 1861222  
 Program Studi : Manajemen Pemasaran 2018  
 Tempat KKM : PT. Dabelyuland Indonesia  
 Bagian/Bidang : Pemasaran

Minggu Ke-	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
I	18-Okt-21	Resume Google Ads	Jl
		Resume Buku Marketing Properti	
	19-Okt-21	Ukur Pemetakan Tanah Kavling	Jl
		Survei Tanah Area Mojokerto	
		Create Akun IG Bisnis	
		Resume Google Ads	
	20-Okt-21	Resume Buku Marketing Properti	Jl
		Membuat reels dabelyuland	
		Kelola IG Organik	
		Create Channel YTB Bisnis	
	21-Okt-21	Resume Google Ads	Jl
		Resume Buku Marketing Properti	
Membuat reels dabelyuland			
Kelola IG Organik			
22-Okt-21	Resume Google Ads	Jl	
	Cek Progres Projek Area Jombang		
	Resume Buku Marketing Properti		
	Kelola IG Organik		
II	25-Okt-21	Resume Buku Marketing Properti	Jl
		Kelola IG Organik	
		Membuat reels dabelyuland	
		Create Feed IG Bisnis	
	26-Okt-21	Share Fanspage Facebook	Jl
		Konten Branding YTB Bisnis	
		Share Fanspage Facebook	
		Kelola IG Organik	

		Kelola IG Organik	
	27-Okt-21	Share Reels IG Bisnis	Jl
		Share Fanspage Facebook	
		Kelola IG Organik	
	28-Okt-21	Live Streaming IG Bisnis	Jl
		Membuat reels dabelyuland	
		Share Fanspage Facebook	
		Kelola IG Organik	
	29-Okt-21	Resume dan Praktik IG Ads	Jl
		Cek Progres Projek Area Jogoroto	
		Praktik Google Ads	
		Share Promosi di Marketplace FB	
		Share Fanspage Facebook	
		Kelola IG Organik	
III	01-Nov-21	Create Feed IG Bisnis	Jl
		Share Fanspage Facebook	
		Presentasi Google Ads	
		Kelola IG Organik	
	02-Nov-21	Konten Branding YTB Bisnis	Jl
		Membuat reels dabelyuland	
		Share Fanspage Facebook	
		Kelola IG Organik	
	03-Nov-21	Share Reels IG Bisnis	Jl
		Pendampingan customer di Notaris	
		Share Fanspage Facebook	
		Kelola IG Organik	
	04-Nov-21	Live Streaming IG Bisnis	Jl
		Membuat reels dabelyuland	
		Share Fanspage Facebook	
Kelola IG Organik			
05-Nov-21	Share Promosi di Marketplace FB	Jl	
	Membuat Vidio Untuk Konten Dabelyu		
	Cek Progres Projek Area Jogoroto		
	Share Fanspage Facebook		
IV	08-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl
		Membuat reels dabelyuland	
		Create Feed IG Bisnis	
		Share Fanspage Facebook	
	09-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl
Membuat reels dabelyuland			
Konten Branding YTB Bisnis			

		Share Fanspage Facebook	
	10-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl
		Share Reels IG Bisnis	
		Share Fanspage Facebook	
	11-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl
		Live Streaming IG Bisnis	
		Share Fanspage Facebook	
	12-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl
		Take vidio dengan konten kreator	
		Resume dan Praktik IG Ads	
		Share Promosi di Marketplace FB	
		Share Fanspage Facebook	
V	15-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl
		Membuat reels dabelyuland	
		Create Feed IG Bisnis	
		Share Fanspage Facebook	
	16-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl
		Sebar brosur wilayah mojkerto	
		Konten Branding YTB Bisnis	
		Share Fanspage Facebook	
	17-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl
		Mengirimkan sertifikat customer di Pos Indo	
		Share Reels IG Bisnis	
		Share Fanspage Facebook	
18-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl	
	Kunjungan ke TGR mojkerto		
	Live Streaming IG Bisnis		
	Share Fanspage Facebook		
19-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl	
	Membuat reels dabelyuland		
	Share Promosi di Marketplace FB		
	Share Fanspage Facebook		
VI	22-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl
		Survei tanah Jombang	
		Create Feed IG Bisnis	
		Share Fanspage Facebook	
23-Nov-21	Kelola IG Organik	Jl	
	Konten Branding YTB Bisnis		
	Share Fanspage Facebook		
24-Nov-21	Kelola IG Organik		



		Share Reels IG Bisnis	H
		Share Fanspage Facebook	
	25-Nov-21	Kelola IG Organik	H
		Cek Progres Projek Area Pandanwangi	
		Live Streaming IG Bisnis	
		Share Fanspage Facebook	
	26-Nov-21	Kelola IG Organik	H
		Take vidio dengan konten kreator	
		Resume dan Praktik IG Ads	
		Share Promosi di Marketplace FB	
		Share Fanspage Facebook	
VII	29-Nov-21	Kelola IG Organik	H
		Membuat reels dabelyuland	
	30-Nov-21	Kelola IG Organik	H
		Membuat reels dabelyuland	

## LAMPIRAN 2. DOKUMENTASI KEGIATAN MAGANG

### Survei Tanah



### Survei Lokasi Bangunan



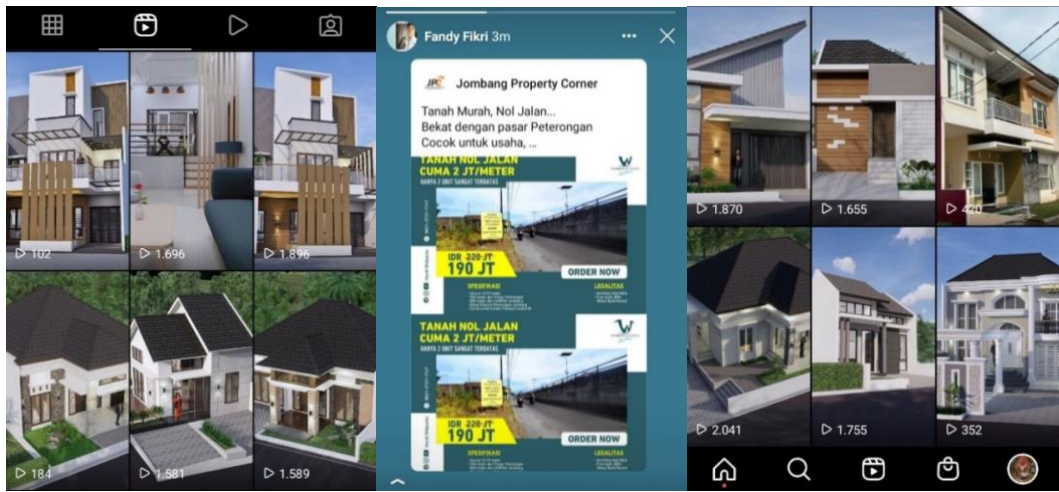
### Cek Progres Proyek



### Pemasaran Offline (sebar brosur)



### Pemasaran Online Via IG dan Facebook



### Membuat Konten Kreatif



### Pendampingan Customer di Notaris





**PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B)**  
**PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)**

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang  
 61471 Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

**PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA**

**STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG**

Nama : Fikri Fandi Ariri  
 NIM : 1861222  
 Program Studi : Manajemen  
 Tempat Magang : PT. Dabelyuland Indonesia  
 Alamat Tempat Magang : The Metro Graha Blok A No 9 Komersil Area  
 Desa Tunggorono – Kec/Kab Jombang

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	90
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	95
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	95
4.	Kreativitas dan ketrampilan	90
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	90
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	95
7.	Kemampuan berkomunikasi	90
8.	Produktivitas Kerja*	90
Jumlah		
<b>Nilai Rata-Rata</b>		<b>91,8</b>

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

\*Peserta magang menghasilkan produk/

karya Catatan:

.....

Jombang, 7 Desember 2021

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai\*\*,

(Hardi Widyanto, S.Kom, MT)

\*\* dituliskan nama pejabat penilai disertai tanda tangan dan stempel perusahaan/instansi



# SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B)

PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471

Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

## PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

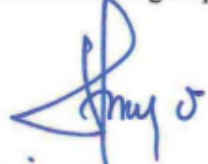
Nama : Fikri Fandi Ariri  
NIM : 1861222  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Tempat Magang : PT. Dabelyuland Indonesia  
Bagian/Bidang : Marketing

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	91.5
2.	Motivasi	93
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	92.5
4.	Tata Bahasa dan kerapihan laporan	93
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	91.5
6.	Sistematika laporan	92.5
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	92.5
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	92.5
Jumlah		
Nilai Rata-Rata		92.5

Jombang, 11 Januari 2022

Dosen Pembimbing Lapangan,

  
(Deni Wicakso P, SE, MM)