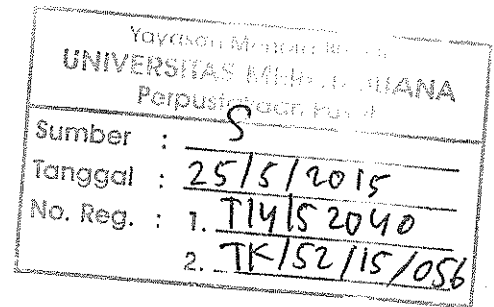




STRATEGI PROMOSI PT SYNTHESIS KARYA PRATAMA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

(Studi Kasus Pada penjualan Unit Apartemen Bassura City Tahun 2013)

TESIS

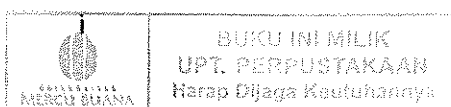
**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Komunikasi**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Oleh

Nama: RR. Roosita Cindrakasih

NIM: 55212120023

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2015**



<https://lib.mercubuana.ac.id>

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Promosi PT Synthesis Karya Pratama Dalam Meningkatkan
Penjualan (Studi Kasus pada penjualan unit Apartemen Bassura
City Tahun 2013)

Nama : RR. Roosita Cindrakasih

NIM : 55212120023

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

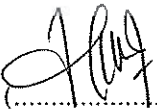
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : Januari 2015

UNIVERSITAS
Jakarta, 17 Januari 2015
Mengetahui
MERCU BUANA

Ketua Sidang

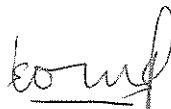
Dr. Henny Gusfa, M. Si



(.....)

Penguji Ahli

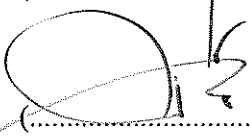
Dr. Yoyoh Hereyah, M. Si



(.....)

Pembimbing

Dr. Farid Hamid. M. Si



(.....)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Strategi Promosi PT Synthesis Karya Pratama Dalam Meningkatkan
Penjualan (Studi Kasus pada penjualan unit Apartemen Bassura
City Tahun 2013)

Nama : RR. Roosita Cindrakasih

NIM : 55212120023

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

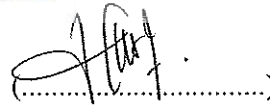
Tanggal : 17 Januari 2015

Jakarta, 17 Januari 2015

MENGETAHUI
MERCU BUANA

Ketua Sidang

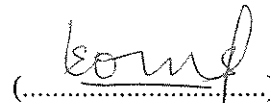
Dr. Henny Gusfa, M. Si



(.....)

Penguji Ahli

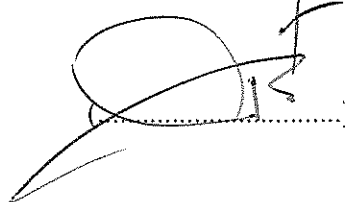
Dr. Yoyoh Hereyah, M. Si



(.....)

Pembimbing

Dr. Farid Hamid, M. Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Strategi Promosi PT Synthesis Karya Pratama Dalam Meningkatkan
Penjualan (Studi Kasus pada penjualan unit Apartemen Bassura
City Tahun 2013)

Nama : RR. Roosita Cindrakasih

NIM : 55212120023

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

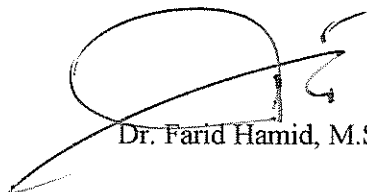
Tanggal : 17 Januari 2015

Jakarta, 17 Januari 2015

Disetujui dan diterima oleh

MERCU BUANA

Pembimbing



Dr. Farid Hamid, M.Si.

Direktur Pascasarjana
Universitas Mercubuana



Prof. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Nur kholisoh, M. Si.

PERNYATAAN

Judul : Strategi Promosi PT Synthesis Karya Pratama Dalam Meningkatkan
Penjualan (Studi Kasus pada penjualan unit Apartemen Bassura
City Tahun 2013)

Nama : RR. Roosita Cindrakasih

NIM : 55212120023

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 17 Januari 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya peneliti sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan surat keputusan Direktur Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Januari 2015


RR. Roosita Cindrakasih

METERAI
TEMPEL
REPUBLIK INDONESIA
25604ACF563658465
ENAM RIBU RUPIAH
6000
DUP

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan jasmani dan rohani, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini mulai dari pra riset, menyusun proposal, melakukan seminar proposal, penelitian di lapangan dan penyusunan hingga selesai dengan baik.

Tesis ini dikerjakan demi memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian yang peneliti angkat pada tesis ini adalah Strategi Promosi PT Synthesis Karya Pratama Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada penjualan unit Apartemen Bassura City Tahun 2013). Bersama ini pula peneliti ucapkan terimakasih kepada orang-orang di sekeliling peneliti yang telah membantu menyelesaikan tesis ini antara lain :

1. Dr Nurkholisoh. M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang banyak memberikan masukan serta arahan berharga kepada peneliti, sehingga penelitian ini dapat menjadi lebih baik lagi.
2. Dr. Farid Hamid M. Si selaku dosen pembimbing tesis sekaligus dosen mata kuliah Metode Penelitian Kualitatif yang sangat baik dan sangat sabar dalam memberikan bimbingan, saran dan masukan tentang penelitian yang peneliti lakukan
3. Dr. Henny Gusfa, M. Si, selaku Pemimpin Sidang & Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si , selaku Penguji Ahli yang banyak memberikan masukan dan arahan kepada peneliti, sehingga penelitian ini dapat lebih menjadi lebih baik lagi.
4. Prof. Neni Yulianita, Msi, Dr Tuti Widiastuti. M.Si , Dr. Prima Mulyasari, M.Si , Dr. Ari Isparwati, M.Si, Dr. Ahmad Jamil, M. Si yang semuanya merupakan dosen pengajar peneliti

yang memberikan masukan, diskusi, dan pemahaman tambahan buat peneliti dalam menyelesaikan penelitian tesis ini.

5. Alm. Papi (R. Djoko Witono, B.sc) yang merupakan motivasi utama peneliti dalam menyelesaikan tesis ini. Semoga tesis ini bisa memberikan kebanggaan, dan semoga papi bisa merasakan kegembiraan dan suka cita yang peneliti rasakan dengan selesainya tesis ini.
6. Untuk Mami yang selalu memberikan dukungan yang sangat berarti secara moril kepada peneliti yang tak terhingga.
7. Untuk Bhatari dan Bhatara, dua malaikat kecil pemberi semangat untuk peneliti. Yang selalu bisa memberikan senyuman dan pelukan.
8. Ayah, terima kasih atas doa, perhatian, waktu, dukungan, dan pengorbananya selama ini.
9. Keluarga Besar Alm. Djoko Witono, Bsc.Mama Anggie, Acin, Mba Dewi, Mas Ai, Mama Wied, Andra, Dinda, Zsabrina, Nieke, Vira, Raja, Sonia, Prabu, dede Freya , Ilham, Mala yang selalu memberikan doa dan semangat kepada peneliti sehingga selalu semangat dalam penyelesaian tesis ini.
10. Bapak Imron Rosyadi selaku General Manager Sales PT. Synthesis Karya Pratama, dan Bapak Asnedi selaku Deputy General Manager Sales Bassura City yang telah menjadi Nara Sumber serta Inspirasi bagi peneliti sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik
11. Teman-teman seperjuangan dari kelas Markom Minggu Menteng. Mba Yayu, Mba Arta, Mba Sapta, Mba Dio, Mba Rezy, De Winda, Bu Noer, Pa Imam, Pa Taqim, Bang Sihol, Kang Isno, Abah Effi, Ario, Jerssey ..Terimakasih untuk semua masa-masa indah selama kuliah.
12. Teman – teman dari kelas Master Teknik Industri Minggu Menteng. Terimakasih untuk persahabatan dan persaudaraan kalian semua.

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACK.....	vii
PERNYATAAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR GRAFIK	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	10
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Maksud Dan Tujuan penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	12

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka	13
2.1.1 Penelitian Terdahulu	13

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACK.....	vii
PERNYATAAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR GRAFIK	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	10
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Maksud Dan Tujuan penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	12

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka	13
2.1.1 Penelitian Terdahulu	13

2.1.2 Kajian Teori	21
A. Promosi	21
B. Strategi Promosi.....	23
C. Bauran Promosi.....	25
D. Penentuan Anggaran Promosi	26
F. Faktor yang mempengaruhi Keputusan	
Bauran promosi	28
G. Properti	31
2.3 Kerangka Pemikiran	33

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1.Objek Penelitian/ Pengkajian Akademis	35
3.2.Paradigma Penelitian	36
3.3.Metode Penelitian	37
3.4. Key Informan	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data	43
3.6. Teknik Analisa Data	44
3.7.Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	47

BAB IV. HASIL DAN ANALISA PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian	49
4.1.1. Sejarah Dan Latar Belakang	49
4.1.2. Tagline, Visi dan Misi perusahaan	50
4.1.3. Struktur Organisasi	51
4.1.4. Lokasi Perusahaan	52

4.1.5. Produk-Produk PT. Synthesis Karya Pratama	53
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1. Analisis Produk Bassura City.....	59
4.2.1.1. Struktur Organisasi Bassura City	60
4.2.1.2. Lokasi Bassura City	61
4.2.1.3. Site Plan Bassura City	61
4.2.1.4. Keunggulan Bassura City	62
4.2.2. Strategi Komunikasi Promosi	63
4.2.2.1. Perencanaan	63
A. Analisis Kesempatan Pasar	64
B. Analisis Brand	72
C. Analisis Harga	76
D. Menentukan Tujuan Komunikasi	77
E. Analisis Media Promosi	78
F. Menyusun Anggaran / Budget.....	81
G. Menyusun Marketing Plan	84
H. Merancang Pesan	87
I. Menyusun SOP Kegiatan Marketing	87
4.2.2.2. Pelaksanaan	
A. Strategi Promosi Bassura City	89
B. Kegiatan Promosi Bassura City	107
C Media Yang Dipergunakan Sebagai Sarana	
Strategi Komunikasi Bassura City	115
4.2.2.3. Evaluasi	
A. Mengelola proses Komunikasi Promosi Terpadu	120

B.	Pencapaian Hasil Strategi Komunikasi Promosi	121
C.	Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Promosi Bassura City	125
D.	Rekomendasi Strategi Promosi Bassura City	128

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	136
5.2.	Saran	140

DAFTAR PUSTAKA	142
-----------------------------	------------

LAMPIRAN	144
-----------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	158
-----------------------------------	------------



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1	Perbandingan Target Terhadap Realisasi Bulan Agustus	67
Tabel 4.2	Perbandingan Target Terhadap Realisasi Bulan September	68
Tabel 4.3	Perbandingan Target Terhadap Realisasi Bulan Oktober	68
Tabel 4.4	Perbandingan Target Terhadap Realisasi Bulan November	69
Tabel 4.5	Perbandingan Target Terhadap Realisasi Bulan Desember	69
Tabel 4.6	Susunan Budget Awal	82
Tabel 4.7	Penjualan Berdasarkan Pekerjaan Bulan Agustus-Desember ...	90
Tabel 4.8	Daftar Penjualan Kumulatif Berdasarkan Sumber Informasi Periode Agustus – September 2013	90
Tabel 4.9	Penjualan berdasarkan group sumber informasi Agustus	128
Tabel 4.10	Penjualan berdasarkan group sumber informasi September	129
Tabel 4.11	Penjualan berdasarkan group sumber informasi Oktober	130
Tabel 4.12	Penjualan berdasarkan group sumber informasi November	131
Tabel 4.13	Penjualan berdasarkan group sumber informasi Desember	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Alur Kerangka Pemikiran Konseptual Dalam Rangka Pengembangan Bauran Promosi	34
Gambar 4.1.	The Lavande Apartement	53
Gambar 4.2	Casablanka Mansion	53
Gambar 4.3	Kalibata City	54
Gambar 4.4	Urbana Place Bintaro	55
Gambar 4.5	The Plaza Semanggi	55
Gambar 4.6	Nusa Dua Convention Center	56
Gambar 4.7	Festival City Link Bandung	57
Gambar 4.8	De Oaze Residence	58
Gambar 4.9	Bassuracity Apartement	60
Gambar 4.10	Lokasi Bassuracity	61
Gambar 4.11	Site Plan Bassura City	61



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Grafik Penjualan Unit Keseluruhan	9
Grafik 1.2	Grafik Penjualan Unit Keseluruhan	10
Grafik 4.1	Penjualan berdasarkan group sumber informasi Agustus	128
Grafik 4.2	Penjualan berdasarkan group sumber informasi September	129
Grafik 4.3	Penjualan berdasarkan group sumber informasi Oktober	130
Grafik 4.4	Penjualan berdasarkan group sumber informasi November	131
Grafik 4.5	Penjualan berdasarkan group sumber informasi Desember	132



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Pedoman Wawancara	143
LAMPIRAN 2	: Wawancara Narasumber Imron Rosyadi	144
LAMPIRAN 3	: Wawancara Narasumber Asnedi Azhar	153
LAMPIRAN 4	: Wawancara Narasumber Konsumen 1	159
LAMPIRAN 5	: Wawancara Narasumber Konsumen 2	160
LAMPIRAN 6	: Wawancara Narasumber Konsumen 3	161
LAMPIRAN 7	: LAPORAN PROMOSI 2012	162
LAMPIRAN 8	: LAPORAN PROMOSI 2013.....	163
LAMPIRAN 9	: REKAP TRAFIK WEBSITE 2013.....	164
LAMPIRAN 10	: SOP Kegiatan Marketing.....	165
LAMPIRAN 11	: Floor Plan, Type Unit, Show Unit	167
LAMPIRAN 12	: Daftar Riwayat Hidup	173

