

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara, maka dapat disimpulkan bawah penggunaan strategi *segmentation, targeting, positioning* pada PT. Meka Asia Properti adalah sebagai berikut :

#### *1. Segmentation*

Segmentasi yang dilakukan oleh PT. Meka Asia Properti menggunakan beberapa dasar segmentasi pasar, diantaranya yaitu :

✓ segmentasi geografis

konsumen memilih rumah di PT. Meka Asia Properti dikarenakan dekat dengan perkantoran, sekolah, rumah makan, rumah sakit, pusat perbelanjaan.

✓ segmentasi demografis

PT. Meka Asia Properti hanya memilih segmen berdasarkan umur karena PT. Meka Asia Properti sudah memiliki target mana yang dituju dan tepat dengan konsep yang mereka tawarkan.

✓ segmentasi perilaku.

Penggunaan atau respon terhadap sebuah produk yang ditawarkan oleh Meka Asia sangat bermanfaat bagi konsumen.

#### *2. Targeting*

Dalam menentukan target pasar PT. Meka Asia Properti hanya menargetkan kepada kalangan milenial dan dengan pola penentuan target pasar yaitu :

✓ *single segment concentration,*

Meka Asia hanya memfokuskan kepada kalangan milenial dan Meka Asia sendiri melihat belum adanya pesaing yang berfokus kepada inovasi sebuah fitur didalam rumah.

✓ *selective specialization,*

PT. Meka Asia Properti berfokus pada satu target saja yaitu kalangan milenial dan tepat pada konsep yang sudah ditawarkan atau konsep *smart home* ini.

✓ *market specialization.*

Perusahaan berkonsentrasi membuat konsep yang melayani berbagai kebutuhan di kalangan milenial ini dan terciptalah konsep *smart home* ini.

### 3. Positioning

Positioning yang dilakukan oleh PT. Meka Asia Properti ada dua yaitu positioning menurut manfaat dan positioning menurut pemakai, dasar positioning ini memberikan nilai manfaat kepada konsumen.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi segmentation, targeting, positioning pada PT. Meka Asia Properti, ada beberapa saran yang disampaikan oleh peneliti

1. Untuk meningkatkan target penjualan, maka peneliti menyarankan agar perusahaan lebih memperluas segmen dan target pasar yang dituju.
2. Agar menghasilkan target penjualan yang sesuai dengan target yang ditentukan oleh perusahaan, maka perusahaan harus terus memotivasi dan meningkatkan kinerja staff marketing dengan mengadakan pelatihan atau seminar.
3. Supaya posisi PT. Meka Asia Properti selalu mendapatkan citra merek yang baik di konsumen maka lebih baik PT. Meka Asia Properti mempertahankan dengan fasilitas yang memuaskan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya mampu memberikan teori baru (kuantitatif).

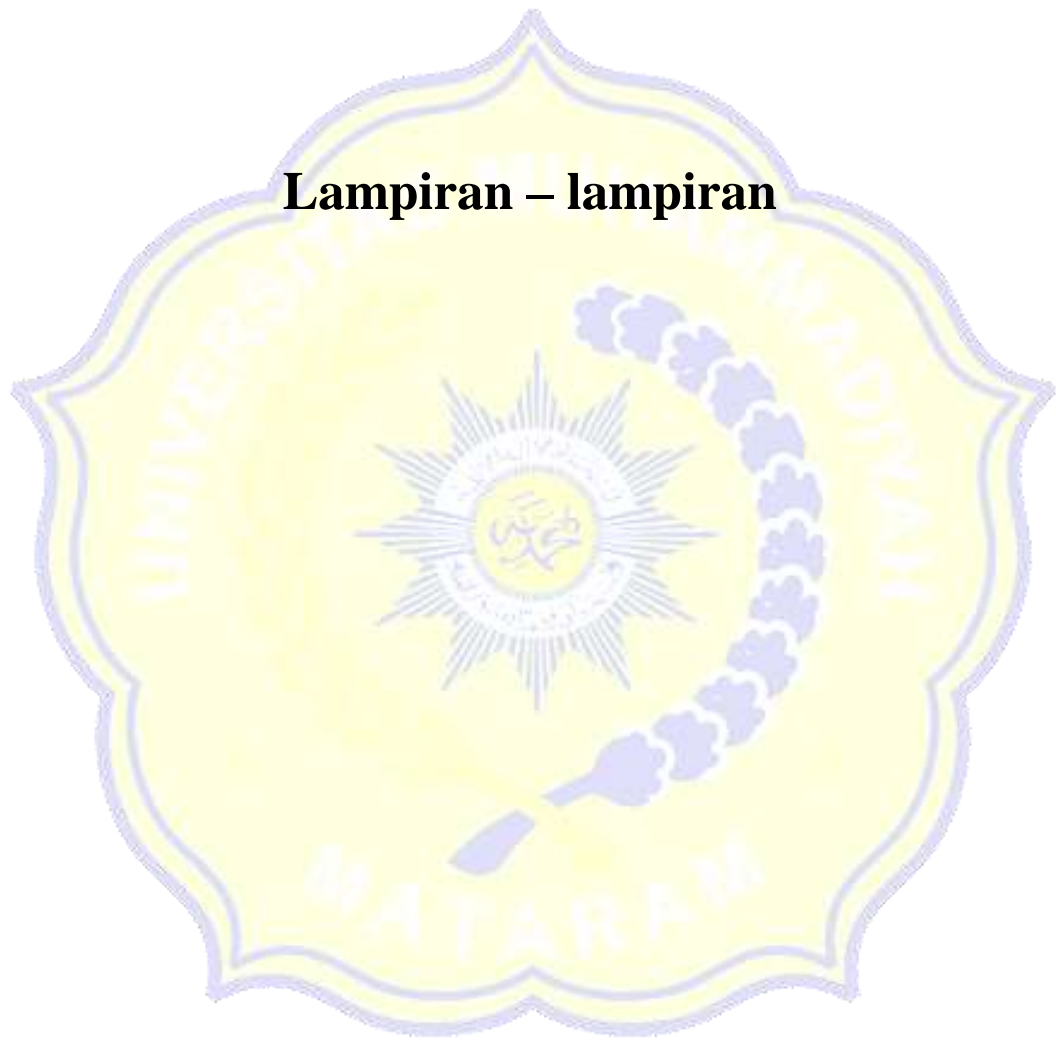
## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akdon. 2011. *Manajemen Strategi Untuk Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari, Alma. 2004. *MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA*. Bandung: Alfabeta.
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Buchari, Alma. 2008. *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Budiarti, novi yulia. 2020. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Property Pada Perumahan Cahaya Bumi Pinrang di Kabupaten Pinrang Sulawesi Selatan." *Sustainability (Switzerland)* 4(1).
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera.
- Detikfinance. 2012. "Jumlah Rumah di RI Hanya 45 Juta Unit, Butuh 1,4 Juta Hunian Baru Pertahun." *Finance.detik.com*. Diambil 6 November 2022 ([https://finance.detik.com/properti/d-2103804/jumlah-rumah-di-ri-hanya-45-juta-unit-butuh-14-juta-hunian-barutahun#:~:text=detikFinance Properti-,Jumlah Rumah di RI Hanya 45 Juta Unit%2C Butuh 1,4 Juta Hunian Baru%2FTahun&text=Jakarta - Real Estate Indones](https://finance.detik.com/properti/d-2103804/jumlah-rumah-di-ri-hanya-45-juta-unit-butuh-14-juta-hunian-barutahun#:~:text=detikFinance%20Properti-,Jumlah%20Rumah%20di%20RI%20Hanya%2045%20Juta%20Unit%2C%20Butuh%201,4%20Juta%20Hunian%20Baru%2FTahun&text=Jakarta%20-%20Real%20Estate%20Indones)).
- Fairus. 2020. "ANALISIS PENGENDALIAN INTERNAL ATAS SISTEM DAN PROSEDUR PENGGAJIAN DALAM USAHA Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja pada PT. Pancarana Samudera Transport, Jakarta." *Bab III Metoda Penelitian* Bab iii me:1-9.
- Hasan, Ali. 2008. *MARKETING*. Yogyakarta: media utama.
- Kasali, Rhenald. 2006. *POP MARKETING DALAM KONTEKS PEMASARAN INDONESIA*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, p, dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Armstrong G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Dan 2 Edisi 12*. Jakarta: PT. Indeks.
- Purnamasi, Deti Mega. 2021. "Kebutuhan Rumah di Indonesia Capai 11,4 Juta Unit." *KOMPAS.COM*. Diambil 6 November 2022 (<https://nasional.kompas.com/read/2021/02/09/15193061/wapres-kebutuhan->

rumah-di-indonesia-capai-114-juta-unit).

- Rafsyantani, Muammar. 2016. "Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Produk Perumahan Panam Permata Residence Pada PT. Hari Sejahtera Abadi." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9).
- Rosnaini. 2018. "Skripsi Analisis Strategi Segmentation , Targeting , Positioning ( Stp ) Padapt . Kumala Celebes Motor ( Mazda Makassar )." 56.
- Saladin, Djaslim. 2006. *Manajemen Pemasaran. Edisi IV*. bandung: linda karya.
- Salusu. 2006. *Pengambilan Keputusan Strategi*. jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Setiadi, Nugroho j. 2010. *Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi*. jakarta: kencana.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2010. *Metode penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2018. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. bandung: remaja rosadakarya.
- Tjiptono, dan Chandra. 2012. *Market Targeting*. jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran. Edisi kedua. Cetakan keenam*. yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi pemasaran*. yogyakarta: ANDI.
- Wicaksono, arif prasetyo. 2019. "IT MUSIBAH ATAU BERKAH Studi : Kantor Badan Pertanahan Nasional Kab. Sleman." 5–10.
- Wilinny, Wilinny, Chrissyca Halim, Sutarno Sutarno, Ngajudin Nugroho, dan Fauzi Akbar Maulana Hutabarat. 2019. "Analisis Komunikasi Di PT. Asuransi Buana Independent Medan." *Jurnal Ilmiah Simantek* 3(1):1–6.

**Lampiran – lampiran**



## Lampiran Hasil Wawancara 1

### a. Identitas diri

- 1) Nama : Lalu Aang Ryan P.P
- 2) Jabatan : Maneger Marketing
- 3) Tanggal : 8 & 15 Desemeber 2022

### b. Pertanyaan penelitian

Peneliti : apakah perusahaan ini memiliki segmen pasar?

Informan : PT. Meka Asia Properti diciptakan atau dibuat dengan tujuan untuk fokus di kalangan milenial dengan rentang umur 21 – 35 tahun itu segmen utama dari PT. Meka Asia Properti sendiri. Kami juga menyesuaikan dengan konsep rumah dan fasilitas yang kami tawarkan

Peneliti : bagaimana PT. Mka Asia Properti melakukan segmen demografis dengan penggunaan konsep *smart home*?

Informan : sebenarnya begini kalau dari segi pekerjaan itu sebenarnya tidak menentukan menentukan seseorang memiliki rumah karena begini kenapa kami menentukan mengambil aspek dari segi umur karena dari umur itu kami menentukan desain rumah, inofasi yang kami tanamkan, dan untuk katagori pekerjaan itu tidak bisa kita akomoder seperti itu, maka dari itu kami mengelompokkan market kami dari segi umur.

Peneliti : bagaimana keberhasilan perusahaan yang telah menawarkan konsep *smart home* ini?

Informan : setelah kita beberapa kali survei tentang bagaimana kepuasan pelanggan, bagaimana tentang kebutuhan rumah milenial itu seperti apa dan setelah kami riset itu kebutuhan milenial itu memang memiliki rumah yang simple dan memenuhi kebutuhan rumah, kenapa kami menerapkan konsep smart home ini karena milenial jama sekarang tidak pernah jauh dari gadget, gadget juga tidak bisa berjalan dengan baik tanpa adanya jaringan internet. Maka berangkat dari masalah itulah kami membuat trobosan dengan membuat smart home itu yang dimana semua kebutuhan mereka itu ada didalam rumah tersebut mulai dari cctv dari segi keamanan, ada smart lamp, dan juga fitur smart lock yang kami tawarkan. Dan untuk

penjualannya setelah adanya fitur smart home ini kami mencoba mengetes pasar ditahun 2021 ini ternyata luar biasa sekali atusias masyarakat tentang sebuah trobosan yang kami coba dengan menerapkan smart home.

Peneliti : Apa pertimbangan perusahaan dalam menciptakan konsep *smart home* ini?

Informan : seperti yang saya bilang tadi tentang bagaimana kepuasan pelanggan, bagaimana tentang kebutuhan rumah milenial itu seperti apa dan setelah kami riset itu kebutuhan milenial itu memang memiliki rumah yang simple dan memenuhi kebutuhan rumah, kenapa kami menerapkan konsep smart home ini karena milenial jama sekarang tidak pernah jauh dari gadget, gadget juga tidak bisa berjalan dengan baik tanpa adanya jaringan internet. Maka berangkat dari masalah itulah kami membuat trobosan dengan membuat smart home itu yang dimana semua kebutuhan mereka itu ada didalam rumah tersebut mulai dari cctv dari segi keamanan, ada smart lamp, dan juga fitur smart lock yang kami tawarkan. Dan untuk penjualannya setelah adanya fitur smart home ini kami mencoba mengetes pasar ditahun 2021 ini ternyata luar biasa sekali atusias masyarakat tentang sebuah trobosan yang kami coba dengan menerapkan smart home.

Peneliti : apakah konsep smart home ini sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen ?

Informan : sebelum adanya konsep smart home ini tentu saja ada perbedaan segmen pasarnya, yang dimana dulunya meka asia ini cuman membangun rumah dengan konsep rumah bagus, nyaman dan laku atau lebih tepatnya tanpa menentukan target pasar. Jadi sekarang kita berfikir tujuan pasar dan target pasar harus sejalan. kita membuat konsep smart home ini karena kita melihat apa yang dibutuhkan oleh milenial itu. Dan juga kami merasa para pesaing-pesaing kami itu mereka fokus dengan bagaimana membuat spek bangunan yang lebih tinggi. Contoh seperti keramik menggunakan granit, closet jongkok menggunakan closet duduk. Nah banyak developer fokus kesitu tapi tidak ada yang fokus bagaimana menanamkan inofasi sebuah fitur didalam rumah itu tidak ada. berangkat dari situlah kami mencoba dengan smart home ini.



**Informan** : sejauh ini sudah sesuai dengan kebutuhan milenial balik lagi yang saya jelaskan tadi konsep milenial ini berangkat dari kami belum melihat beberapa developer fokus untuk menggarap market yang rentang usianya di 21-35 tahun, rata-rata developer masih fokus bersaing di segi space bangunan seperti fisik bangunan terus material bangunan tapi lupa dengan adanya ditanamkan sebuah konsep atau sebuah fasilitas yang mampu mendorong penjualan salah satunya smart home ini, kalau untuk mempromosikan meka sendiri memanfaatkan media sosial kita mempromosikan melalui instagram, facebook dan tiktok.

**a. Identitas Diri**

- 1) Nama : Dita Oktiantika
- 2) Jabatan : Staff Marketing
- 3) Tanggal : 16 Desember 2022

**c. Pertanyaan penelitian**

**Peneliti** : apakah perusahaan ini memiliki segmen pasar?

**Informan** : sekarang kebanyakan konsumen yang berusia 20an ke atas, karena target kita dikalangan milenial.

**Peneliti** : apa minat utama dari konsumen dalam membeli rumah di PT. Meka Asia Properti ini?

**Informan** : selain tertarik dengan konsep smart home, mungkin juga konsumen melihat lokasi yang strategis soalnya kan disini dekat sama rumah sakit, rumah makan.

**a. Identitas Diri**

- 1) Nama : Shinta Monica dan Muhammad Fatoni
- 2) Jabatan : Konsumen
- 3) Tanggal : 19 Desember 2022

**b. Pertanyaan Penelitian**

**Peneliti** : Apa minat utama anda dalam membeli rumah di PT. Meka Asia Properti?

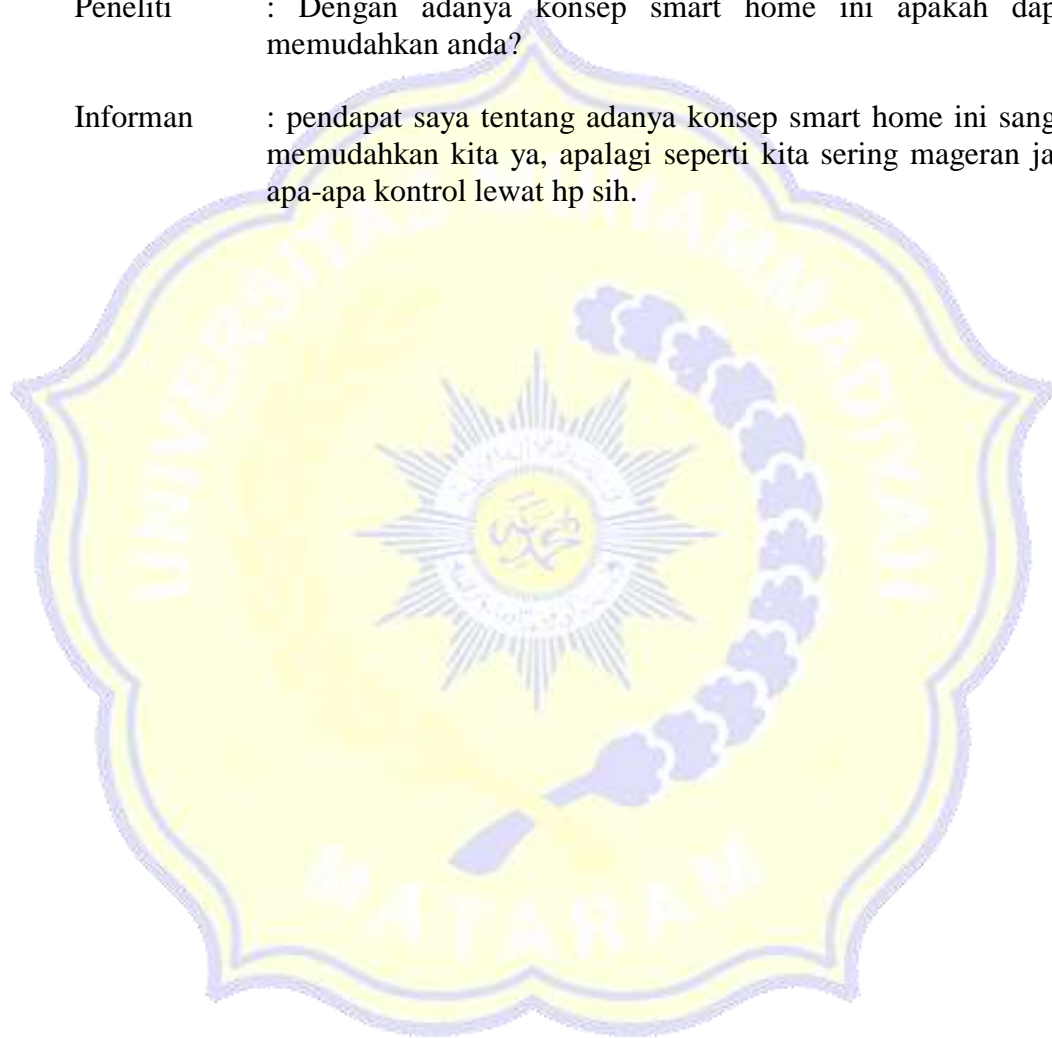
**Informan** : saya membeli rumah disini karena konsep rumah yang instagramable dan lokasinya juga yang strategis.

Peneliti : Bagaimana pendapat anda tentang perumahan konsep smart home ini? Apakah sudah sesuai dengan kebutuhan anda?

Informan : untuk konsep smart home ini sangat memudahkan kita yaa, apalagi kita yang sering mageran gini jadi konsep smart home ini sangat membantu.

Peneliti : Dengan adanya konsep smart home ini apakah dapat memudahkan anda?

Informan : pendapat saya tentang adanya konsep smart home ini sangat memudahkan kita ya, apalagi seperti kita sering mageran jadi apa-apa kontrol lewat hp sih.



## Lampiran Dokumentasi 2

**Gambar : 1 wawancara Manager Marketing**



**Gambar : 4 Fasilitas CCTV**



**Gambar : 5 Fasilitas Internet**

**Gambar 2 wawancara staff marketing**



**Gambar : 3 wawancara Staff Marketing**



**Gambar : 6 Fasilitas Smart Light**



**Sumber : data penelitian, 2022**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**  
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram  
Website: fisipol.ummat.ac.i

**BERITA - ACARA**

Pada hari ini **Rabu** Tanggal 11 Bulan **Januari** Tahun 2023 pukul **13.00 Wita** telah diselenggarakan **Sidang Skripsi** bertempat di Ruang Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan **LULUS / TIDAK LULUS** dengan predikat **CUKUP / MEMUASKAN / SANGAT MEMUASKAN / CUM LAUDE**, Mahasiswa :

Nama : **Annisa Salsabila**  
NIM : 2019B1C020  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : **"Analisis Strategi Pemasaran Perumahan pada PT Meka Asia Properti"**.

Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yang Diberikan
1	Selva, M.Sc. NIDN. 0811118601	PU	3,70
2	Sulhan Hadi, SE.,MM NIDN. 0813038202	PP	3,79
3	Drs. H. Junaidy AM, M.P. NIDN. 0819125701	PN	3,62
<b>TOTAL</b>			

Jumlah IP 11,11 = 3,70  
AI IP -----  
Jumlah Penguji 3 =

Mataram, 11 Januari 2023

**TIM PENGUJI SKRIPSI**

Penguji Utama,  <b>Selva, M.Sc.</b> NIDN. 0811118601	Penguji Pendamping,  <b>Sulhan Hadi, SE.,MM</b> NIDN. 0813038202	Penguji Netral,  <b>Drs. H. Junaidy AM, M.P.</b> NIDN. 0819125701
--	--	---



**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : Annisa Salsabila  
NIM : 2019B1C020  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : "Analisis Strategi Pemasaran Perumahan pada PT Meka Asia Properti".

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Metodologi	3	4	12	
5	Penyajian Data	3	4	12	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	3,5	7	
10	Sikap	2	3,5	7	
<b>Jumlah</b>		25		90,5	

$$\begin{array}{r} \text{TOTAL BN} \\ \text{IP} \text{-----} \\ \text{TOTAL B} \end{array} \begin{array}{r} 90,5 \\ 25 \\ \hline = 3,62 \end{array}$$

Mataram, 11 Januari 2023  
Penguji Netral,

**Drs. H. Junaidy AM, M.P.**  
NPN. 0819125701



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram  
Website: [fisipol.ummat.ac.id](http://fisipol.ummat.ac.id)

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **Annisa Salsabila**  
NIM : 2019B1C020  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : *"Analisis Strategi Pemasaran Perumahan pada PT Meka Asia Properti"*.

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,7	7,4	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,6	7,2	
4	Metodologi	3	A	12	
5	Penyajian Data	3	3,4	10,2	
6	Analisa Data	4	A	16	
7	Kesimpulan	2	A	8	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	A	8	
10	Sikap	2	A	8	
<b>Jumlah</b>		25			

TOTAL BN  
IP  $\frac{94}{25} = 3,76$

TOTAL B 25

Mataram, 11 Januari 2023  
Penguji Pendamping,

  
**Sulhan Hadi, SE., MM**  
NIDN. 0813038202



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**  
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram  
Website: fisipol.ummat.ac.i

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **Annisa Salsabila**  
NIM : 2019B1C020  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTREPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : **"Analisis Strategi Pemasaran Perumahan pada PT Meka Asia Properti"**.

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DIUJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,7	7,4	
2	Latar Belakang / Alasan	2	2,8	7,6	
3	Wawasan Pengetahuan	2	4	8	
4	Metodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,6	14,4	
7	Kesimpulan	2	3,6	7,2	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,7	11,1	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
<b>Jumlah</b>		25		92,2 P	

TOTAL BN 3,70  
IP -----

Mataram, 11 Januari 2023  
Penguji Utama,

**Selva, M.Sc.**  
NIDN. 0811118601