

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada PT.

Alam Asri Properti adalah:

1. Strategi pemasaran PT. Alam Asri Properti sejauh ini masih mengandalkan platform media sosial baik itu Instagram, WhatsApp dan marketplace, Facebook, dan juga door to door. Langsung pada target pasar sesuai dengan produk yang dijual saat ini yaitu rumah subsidi. PT. Alam Asri Properti tidak mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan, yang seperti dikhawatirkan di awal pandemi ini, angka penjualan masih stabil di angka minimum 20 unit rumah terbooking setiap bulannya. Yang menjadi kendala adalah proses perbankan kriteria debiturnya makin rumit dan harus benar-benar dipastikan tidak terdampak cukup parah oleh pandemi. Untuk PNS, TNI dan POLRI masih menjadi target penjualan utama karena secara perbankan lebih mudah di approve oleh bank.
2. Dapat dilihat bahwa pada tahun pertama yaitu tahun 2021, PT. Alam Asri Properti berhasil menjual Sembilan Puluh unit rumah dengan target penjualan sebanyak 4 unit perbulannya dan sebanyak 48 unit pertahunnya. Sedangkan tahun berikutnya yaitu tahun 2022 PT. Alam Asri Properti berhasil menjual seratus Sembilan Puluh satu unit rumah,

jika dilihat dari hasil penjualan tahun sebelumnya, penjualan ditahun 2022 mengalami kenaikan dan melebihi target, karena target penjualan tahun 2022 harus lebih tinggi dari hasil penjualan tahun 2021.

3. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan kepada PT. Alam Asri Properti untuk meningkatkan volume penjualannya adalah:

1. Perbaiki jalan menuju lokasi perumahan PT Alam Asri Properti untuk diperbaiki supaya konsumen merasa aman padaa saat menuju lokasi perumahan.
2. Agar memperluas pemasarannya dengan menjalin kerja sama dengan produk – produk terkait baik hubungan pemerintahan maupun swasta.
3. Mempromosikan pada *event – event* keramaian seperti *Car Free Day*, Hut Kota atau Provensi NTB.

DAFTAR PUSTAKA

- Kyle, Robert C. and Floyd M. Baird. *Properti Management. Fourth Edition. Dead Born Finance Publishing, INC.*, 1991.
- _____. (1994). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Alih bahasa Ancella Anitawat Hermawan. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo.
- _____. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi IX (terjemahan), Jilid II. Jakarta: Penerbit Erlangga Jakarta Cetakan XV. Yogyakarta: Andi Offset. Studi Kasus Indonesia. Jakarta: PPM.
- _____. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Hasan, I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif “Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi”*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Hendri, Ma’ruf, 2005 *Pemasaran Ritel*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Gronroos, Christian. 2007. *Service Management and Marketing “Customer Management in Service Competition”* 3th edition. John Wiley & Sons. Ltd, England.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Handayani, Sri. (2012). *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai*. Jurnal Non Eksakta (Volume 4 Nomor 1). Hlm. 2
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta

- _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:PT Alfabet
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CVAlfabeta



LAMPIRAN

ANGKET PENELITIAN RESPONDEN

A. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA : RINA AMELIA
JENIS KELAMIN : PEREMPUAN
USIA : 34 TAHUN
PENDIDIKAN TERAKHIR : S1
JABATAN : HRD
LAMANYA BEKERJA : 4 TAHUN

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Pernyataan yang ada, mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik-baiknya serta dibandingkan dengan praktek kerja atau keadaan kerja Bapak/ Ibu/ saudara yang sebenarnya.
2. Setiap pernyataan diikuti oleh lima (5) pilihan jawaban, Bapak/Ibu/ Saudara cukup memilih salah satu dari lima (5) jawaban yang tersedia.
3. Berilah tanda centang (✓) pada kolom jawaban Bapak/Ibu/Saudara anggap paling sesuai, pendapatan dan dinyatakan dalam skala 1 s/d 5 dengan ketentuan sebagai berikut:

Skala 5 = Sangat Setuju(SS)

Skala 4 = Setuju (S)

Skala 3 = Ragu-Ragu (RR)

Skala 2 = Tidak Setuju(TS)

Skala 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Indikator promosi penjualan (X1)						
1	PT. Alam Asri Properti mengalami peningkatan setelah melakukan promosi penjualan.	✓				
2	Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan pada PT. Alam Asri properti	✓				
3	Saat melakukan promosi penjualan saya merasa tidak terbebani.	✓				
Indikator Kualitas (X2)						
1	Kualitas produk harus di perhatikan karena kualitas produk berpengaruh terhadap peminatan para pembeli	✓				
2	Saya dan teman kerja yang lain melakukan pengecekan bangunan untuk mengetahui apakah kualitas bangunan bisa didagangkan atau tidak	✓				
3	Kualitas rumah harus diperhatikan karena kualitas rumah merupakan salah satu daya tarik bagi pembeli	✓				
Indikator mencapai volume penjualan (X3)						
1	Saya merasa selama melakukan pekerjaan di PT Alam Asri properti selalu mencapai peningkatan penjualan	✓				

2	Saya dapat menyelesaikan tugas pekerjaan saya di PT Alam Asri properti karna saya harus meningkatkan volume penjualan	✓				
3	Saya merasa saya dapat mengerjakan tugas yang dibebankan ke pada saya sesuai dengan aturan perusahaan, karena volume penjualan harus di pertahankan	✓				
4	Perbedaan harga pembelian rumah subsidi cash dan kredit	✓				
5	Harga rumah subsidi sesuai dengan kualitasnya	✓				
Indikator promosi penjualan (X1)						
1	PT. Alam Asri Properti mengalami peningkatan setelah melakukan promosi penjualan.	✓				
2	Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan pada PT. Alam Asri properti	✓				
3	Saat melakukan promosi penjualan saya merasa tidak terbebani.	✓				
Indicator Kualitas (X2)						
1	Kualitas produk harus di perhatikan karena kualitas produk berpengaruh terhadap peminatan para pembeli	✓				

2	Saya dan teman kerja yang lain melakukan pengecekan bangunan untuk mengetahui apakah kualitas bangunan bisa didagangkan atau tidak	✓				
3	Kualitas rumah harus diperhatikan karena kualitas rumah merupakan salah satu daya tarik bagi pembeli	✓				
	Indicator mencapai volume penjualan (X3)					
1	Saya merasa selama melakukan pekerjaan di PT Alam Asri properti selalu mencapai peningkatan penjualan	✓				
2	Saya dapat menyelesaikan tugas pekerjaan saya di PT Alam Asri properti karna saya harus meningkatkan volume penjualan	✓				
3	Saya merasa saya dapat mengerjakan tugas yang dibebankan ke pada saya sesuai dengan aturan perusahaan, karena volume penjualan harus di pertahankan	✓				
4	Perbedaan harga pembelian rumah subsidi cash dan kredit	✓				
5	Harga rumah subsidi sesuai dengan kualitasnya	✓				

ANGKET PENELITIAN KONSUMEN

A. IDENTITAS KONSUMEN

NAMA : HAJJARUL
JENIS KELAMIN : LAKI-LAKI
USIA : 26 TAHUN
PEKERJAAN : TNI

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu/Sdra/i membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Bapak/Ibu/Sdra/i beri tanda check list (√) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternatif jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah, kemudian beri tanda check list (√) pada kolom yang sesuai.
5. Semua pertanyaan yang ada, mohon dijawab tanpa ada yang terlewat.

ketentuan sebagai berikut:

Skala 5 = Sangat Setuju(SS)

Skala 4 = Setuju (S)

Skala 3 = Ragu-Ragu (RR)

Skala 2 = Tidak Setuju(TS)

Skala 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Indikator Produk (X1)						
1	Rumah subsidi di PT. Alam Asri Properti mempunyai kualitas yang baik	✓				
2	Rumah subsidi di PT. Alam Asri Properti mempunyai karakteristik fungsi produk sendiri	✓				
3	Rumah subsidi di PT. Alam Asri Properti nyaman untuk dihuni dan dijadikan tempat tinggal	✓				
4	Rumah subsidi di PT. Alam Asri Properti mudah dalam perawatan	✓				
5	Anda sangat puas dengan produk perumahan PT. Alam Asri Properti	✓				
6	Rumah subsidi di PT. Alam Asri Properti kokoh dan kuat	✓				
Indikator Harga (X2)						
1	Harga uang mukarumah subsidi diPT. Alam Asri Properti Persada terjangkau dikalangan masyarakat	✓				

2	Harga uang muka rumah subsidi di PT. Alam Asri Properti sesuai dengan kualitas rumah	✓				
3	PT Alam Asri properti dalam proses pembelian rumah subsidi, transaksi pembayaran lebih mudah	✓				
4	Jangka waktu pembayaran rumah subsidi di PT Alam Asri properti memudahkan konsumen	✓				
5	Sistem pembayaran rumah subsidi di PT Alam Asri properti dapat memudahkan konsumen	✓				
6	PT Alam Asri properti memberikan kemudahan persyaratan kredit rumah subsidi	✓				
	Indicator Lokasi (X3)					
1	Kepadatan lalu lintas di lingkungan perumahan subsidi PT Alam Asri properti baik	✓				
2	Lalu lintas untuk kendaraan umum di lingkungan perumahan subsidi PT Alam	✓				

	Asri properti baik					
3	Perumahan subsidi PT Alam Asri properti memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau	✓				
4	Akses menuju perumahan subsidi PT Alam Asri properti dapat dijangkau dengan transportasi umum	✓				
5	Kedekatan lokasi perumahan PT Alam Asri properti di kota Mataram dengan rumah sakit	✓				
6	Kedekatan lokasi perumahan PT Alam Asri properti di kota Mataram dengan tempat pembelanjaan	✓				
7	Lingkungan di perumahan subsidi di PT Alam Asri properti aman dan tertib	✓				
8	Lingkungan sekitar perumahan subsidi di PT Alam Asri properti nyaman	✓				

Kesimpulan tabulasi data adalah dimana data didapatkan dari responden dan konsumen yang isinya tentang pertanyaan yang diajukan kepada responden dan konsumen tentang produk PT. Alam Asri Properti yang dihuninya dengan menggunakan angket.

DOKUMENTASI







