

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis properti yang terjadi tidak lepas dari pertumbuhan penduduk itu sendiri. Sebagaimana yang telah diketahui, jumlah penduduk akan semakin meningkat dan saat ini jumlah penduduk sudah mencapai 2,932,000 juta jiwa (berdasarkan data BPSKB pada tahun 2018). Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Bekasi . Peningkatan ini sejalan dengan perkembangan sosial dan ekonomi, secara akibat angka kelahiran maupun arus pendatang.

Semakin padatnya pertumbuhan penduduk menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan perumahan, hal ini mendorong para pengembang perumahan (properti) untuk mendirikan alternatif solusi perumahan yang layak dan terjangkau. Di sisi lain, semakin lama ketersediaan lahan untuk tinggal semakin sempit dan mengakibatkan harga tanah semakin mahal. Pada akhirnya, banyak orang tidak mampu membeli rumah dan hanya mampu menyewa atau mengontrak rumah saja.

Pertumbuhan ekonomi dan mobilitas masyarakat Bekasi yang semakin meningkat , menyebabkan konsumsi barang dan jasa terus meningkat serta membuka peluang baru di bidang agen properti, terutama bagi perusahaan properti brokerage bersistem franchise dari dalam maupun luar negeri, seperti ERA, Brighton, Ray White, Century 21 dan banyak lainnya. Mengingat ketatnya persaingan di bidang property membuat setiap perusahaan property brokerage harus mencari cara untuk bisa tetap bertengger di pasar bisnis properti dan bisa tetap menjadi brand leader bagi pasar nya masing masing.

Perkembangan markom di bidang properti sangatlah penting. Sesuai dengan namanya ‘*Marketing Communication*’ terdiri dari dua kata yaitu *Marketing* dan *Communication*, jadi pekerjaan yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi dengan tujuan meningkatkan brand maupun konsumen baik langsung maupun tidak langsung agar tepat sesuai pasar yang dituju. Kunci utama profesi pekerjaan ini adalah di Komunikasi. Karena sangat penting bagi Marcom harus memiliki skill komunikasi yang baik. Bukan sekedar pandai berbicara, tetapi bagaimana bisa menyampaikan informasi dari perusahaan sesuai dengan target pasar. Untuk itu sangat penting untuk memahami siapa penerima pesan, bagaimana cara penyampaiannya, dan media apa yang digunakan untuk menyampaikannya. Sehingga nantinya pesan dapat tersampaikan dengan tepat apalagi dalam melakukan pemasaran.

1.2. Topik laporan

Topik laporan yang akan praktikan bahas yaitu “Peran divisi marketing administrasi PT Re/max Premier Harapan Indah Bekasi”

1.3. Tujuan PKL

Adapun tujuan dari penulisan laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL) adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peran pemasaran di PT. Re/max Harapan Indah Bekasi
2. Memperoleh wawasan tentang dunia kerja.
3. Dapat memahami konsep non akademis seperti etika kerja, profesionalitas kerja, dan disiplin kerja.

1.4. Manfaat PKL

Program Praktek Kerja Lapangan (PKL) memiliki dua manfaat yang dibedakan kedalam dua kateri, yaitu secara teoritis dan praktis. Dengan penjelasan sebagai berikut :

1.4.1 Secara Teoritis

1. Menambah wawasan serta pengalaman kerja di bidang pemasaran.
2. Menjadi perbandingan antara teori yang didapatkan saat perkuliahan dan saat proses magang.
3. Dapat menerapkan teori yang diperoleh saat perkuliahan kepada setiap proses kerja saat magang.

1.4.2 Secara Praktis

1. Membuka wawasan tentang dunia kerja yang sesungguhnya, baik dari segi kedisiplinan maupun pergaulan dalam dunia kerja.
2. Membangun Hubungan yang baik dengan instansi penyelenggara.
3. Dapat mengetahui proses pemasaran yang dilakukan di PT. Re/max Harapan Indah Bekasi

1.5. Sistem Penulisan

Untuk mengetahui lebih jelas isi dari laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan Kuliah Kerja Praktik (KKP) akan dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, topik laporan, tujuan KKP, manfaat KKP, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan KKP.

BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN TEMPAT MAGANG

Bab ini berisi gambaran dan sejarah perusahaan PT.Re/max Premier Harapan Indah Bekasi, ruang lingkup pekerjaan perusahaan, gambaran unit kerja, struktur organisasi, dan job desk, dan pelaksanaan kegiatan KKP antara teori dan praktek.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi kegiatan penulis dalam melaksanakan KKP pada divisi pemasaran dan pelayanan bagian pemasaran. Serta menjelaskan perbandingan antara pelaksana kegiatan semasa kuliah praktik berlangsung dengan teori yang telah dipelajari dan praktik yang dilakukan secara langsung.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan pembahasan pada laporan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.