

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK
PROPERTI CITRAGRAN CIBUBUR**

**ZOLLA JULIA SARI
8223136618**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

**MARKETING STRATEGY ANALYSIS ON PROPERTY
PRODUCT IN CITRAGRAN CIBUBUR**

**ZOLLA JULIA SARI
8223136618**



**This Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requirements Associate
Expert Getting By Faculty of Economics, State University of Jakarta.**

**STUDY PROGRAM DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016**

ABSTRAK

Zolla Julia Sari. 2016. 8223136618. Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Properti CitraGran Cibubur. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh CitraGran Cibubur dan mengetahui Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threats*) pada CitraGran Cibubur serta pengaruhnya dalam menarik konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi dan juga wawancara kepada pihak CitraGran Cibubur.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran CitraGran Cibubur adalah dengan menyesuaikan bauran pemasaran yang diaplikasikan perusahaan dengan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*). Perusahaan menargetkan konsumen dari kelas menengah keatas karena produk yang dimiliki CitraGran Cibubur berharga premium.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SWOT

ABSTRACT

Zolla Julia Sari. 2016. 8223136618. Marketing Strategy Analysis On Property Products CitraGran Cibubur. Study Program, Diploma in Marketing Management. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This paper aims to determine the marketing strategy undertaken by CitraGran Cibubur and knowing Strength, Weakness, Opportunity and Threats in Cibubur CitraGran and influence in attracting consumers. The method used in this research is descriptive analysis. By using data gathered through literature studies, observation, and interviews to the CitraGran Cibubur.

Based on the results of this research is that CitraGran Cibubur marketing strategy is to adjust the marketing mix applied to companies with STP (Segmenting, Targeting, Positioning).The Companies targeting consumers of middle and upper class because the products owned CitraGran valuable Cibubur premium.

Keyword: Marketing Strategy ,SWOT

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. M. Rizan, SE., MM

NIP. 197206272006041001



20-07-2016

Jakarta, 20 Juli 2016

Ketua Program Studi

DIII Manajemen Pemasaran



Dra. Umi Mardiyati, M.Si

NIP. 195702211985032002

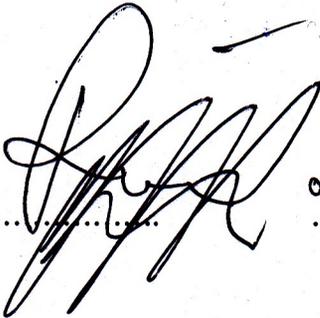
LEMBAR PENGESAHAN

DEKAN FAKULTAS EKONOMI-UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA



Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus

NIP.196712071992031001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Umi Mardiyati M.Si</u>		08-08-2016
NIP. 195702211985032001		
Penguji Ahli		
<u>Dra. Sholikhah, MM</u>		01-08-2016
NIP.196206231990032001		
Dosen Pembimbing		
<u>Dr. M. Rizan, SE., MM</u>		06-08-2016
NIP. 197206272006041001		

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang merupakan syarat kelulusan di Program Studi Diploma III, Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Dedi Purwana, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Umi Mardiyati, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan juga Ketua Prodi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. M. Rizan, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Karya Ilmiah.
4. Ibu Lia Ariyani selaku Manajer CitraGran Cibubur, Bapak Bayu Winarso dan seluruh karyawan CitraGran Cibubur yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, dan tanpa mengurangi rasa hormat penulis.
5. Ayah, Ibu, Uni dan Kakak, serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.

6. Gunawan Saputra, Fadillah Kurniawati, Citra Dewi Nitami, Meita Rosyana, Dinda Nalurita, Nabilla Anjarina, Fera Apriliana, Wina Kemala Bachtiar, Barrunita Pintari, Siti Suhaebah, Naomi Farica Delanic dan Pradini Pertiwi yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Karya Ilmiah ini.
7. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma DIII yang tidak disebutkan namanya yang juga mendukung penulis dalam menyelesaikan Karya Ilmiah.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, oleh karena itu penulis juga mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah mutu Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 20 Juli 2016

Penulis