

**LAPORAN KEGIATAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PADA GRAND NUSA INDAH CILEUNGI**

**LISA UTAMI**

**8223155368**



**Laporan Praktik Kerja Lapangan 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  
2017**

**FIELD WORK PRACTICE REPORT  
AT GRAND NUSA INDAH CILEUNGS**

**LISA UTAMI**

**8223155368**



**This scientific paper arranged to meet one of the requirements to get e title of  
the Experts Associate at Faculty of Economics State University of Jakarta**

**MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2017**

## LEMBAR EKSEKUTIF

**LISA UTAMI. 8223155368. Laporan Praktik Kerja Lapangan di GRAND NUSA INDAH. Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2015.**

Laporan ini ditulis untuk menginformasikan kegiatan praktikan selama 2 bulan (Juli-September 2017). Praktikan ditempatkan pada divisi pemasaran sebagai *Marketing Executive* dan *Marketing Administration*.

Selama melakukan Praktik Kerja Lapangan, praktikan melakukan beberapa pekerjaan seperti menjual produk di Grand Nusa Indah dan mengumpulkan data calon konsumen.

Praktik Kerja Lapangan ini bertujuan untuk mendapatkan pengalaman kerja dan menambah wawasan praktikan tentang pemasaran yang belum didapatkan selama perkuliahan. Pekerjaan yang praktikan lakukan selama Praktik Kerja Lapangan pada bagian *marketing executive* adalah mengumpulkan nomor kontak calon konsumen hingga melaporkan hasil penawaran terhadap calon konsumen tersebut serta saat praktikan berada dibagian *marketing administration* membantu rekapitulasi data penjualan.

Kata Kunci: Praktik Kerja Lapangan, divisi pemasaran, *Marketing Executive*, *Marketing Administration*, Grand Nusa Indah

## **EXECUTIVE SUMMARY**

**Lisa Utami. 8223155368. Internship report at GRAND NUSA INDAH.**  
*Department of management. Faculty of economics. State University of Jakarta.*  
*This report was written to inform the Practitioner activities for 2 months (July-September 2017). The Practitioner was placed in the marketing division as Marketing Executive and Marketing Administration.*

*During the Internship, practitioner did some tasks such selling product at Grand Nusa Indah and collecting prospective priorities customer's data.*

*This Internship aims to gain work experience and increase the insight of practitioner about marketing that has not been obtained during the lectures. Job that practitioner do during the Internship on marketing executives are collect contact numbers of prospective customers until report the results of the offer to prospective customers and when practitioner placed on marketing administration helps recapitulation of sales data.*

*Keywords: Internship, marketing division, Marketing Executive, Marketing Administration, Grand Nusa Indah*

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi  
DIII Manajemen Pemasaran  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dra. Solikhah M.M


NIP. 196206231990032001

Nama  
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Basrah Saidani M.Si  
NIP. 196301191992032001



7 Februari 2018

Penguji Ahli

Setyo Ferry Wibowo SE., M.Si  
NIP. 19720617199931001



19 Februari 2018

Dosen Pembimbing

Dra. Solikhah M.M  
NIP. 196206231990032001



19 Februari 2018

## **KATA PENGANTAR**

Dengan selalu memohon ridho dan panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Praktik Kerja Lapangan ini. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini merupakan salah satu mata kuliah yang wajib ditempuh oleh seluruh mahasiswa/i Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Laporan Kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini disusun sebagai hasil dari Kegiatan Praktik Kerja Lapangan yang telah dilaksanakan selama 40 hari kerja pada periode 17 Juli – 05 September 2017 di Kantor Pemasaran Grand Nusa Indah.

Dengan diselesaikannya Laporan Kegiatan Kerja Praktik ini tidak terlepas dari bantuan kedua orangtua yang telah memberikan doa dan semangat kepada saya. Serta pihak lain yang telah memberikan saran-saran, untuk itu praktikan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dosen pembimbing dan Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yaitu Dra. Sholikhah, M.M yang telah senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada penulis serta telah meluangkan waktunya untuk audensi.
2. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3. Pembimbing Lapangan yaitu Ibu Melva Buana dan juga staff lainnya yang telah membimbing dan membantu praktikan selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.

Praktikan menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi, maupun dalam teknik penyajiannya, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman praktikan. Oleh karena itu, praktikan mengharapkan kritik dan saran dari pembaca Laporan Kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini.

Jakarta, Februari 2018

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR EKSEKUTIF .....</b>	<b>ii</b>
<b>EXECUTIVE SHEETS .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
 <b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL .....	2
C. Kegunaan PKL .....	3
D. Tempat PKL.....	4
E. Jadwal Waktu PKL .....	5
 <b>BAB II. TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL</b>	
A. Sejarah Perusahaan.....	6
B. Struktur Organisasi .....	8
C. Kegiatan Umum Perusahaan .....	11



### **BAB III. PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

A. Bidang Kerja .....	24
B. Pelaksanaan Kerja .....	24
C. Kendala Yang Dihadapi .....	28
D. Cara Mengatasi Kendala .....	29

### **BAB IV. KESIMPULAN**

A. Kesimpulan.....	30
B. Saran-Saran .....	31

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1 : Kantor Pemasaran Grand Nusa Indah Cileungsi .....	5
Gambar II.1 : Struktur Organisasi Grand Nusa Indah Cileungsi .....	8
Gambar II.2 : Kegiatan Umum Perusahaan .....	11
Gambar II.3 : Ruko .....	15
Gambar II.4 : Tipe Ambrosia .....	16

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Surat Permohonan Praktik Kerja Lapangan

Lampiran 2: Surat Penerimaan Praktik Kerja Lapangan

Lampiran 3: Surat Selesai Praktik Kerja Lapangan

Lampiran 4: Daftar Hadir Praktikan

Lampiran 5: Daftar Hadir Praktikan

Lampiran 6: Daftar Hadir Praktikan

Lampiran 7: Penilaian Praktikan Selama PKL

Lampiran 8: Daftar Kegiatan PKL

Lampiran 9: Daftar Kegiatan PKL

Lampiran 10: Daftar Kegiatan PKL

Lampiran 11: Daftar Harga Rumah Ready Stock

Lampiran 12: Brosur Pameran Grand Nusa Indah Cileungsi

Lampiran 13: Brosur Pameran Grand Nusa Indah Cileungsi

Lampiran 14: Form Surat Penerimaan Rumah (SPR)

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Kegiatan**

Untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dunia kerja bagi mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran, maka Universitas Negeri Jakarta mengadakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah salah satu syarat wajib yang harus dipenuhi oleh mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran sebagai syarat kelulusan.

Dengan adanya Praktik Kerja Lapangan (PKL) menjadikan lulusan mahasiswa UNJ, khususnya D3 Manajemen Pemasaran menjadi tenaga yang siap terjun ke dunia kerja. Pelaksanaan (PKL) ini merupakan sarana pembelajaran untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam menghadapi dunia kerja sebenarnya. Hal ini sangat membantu mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan maupun menghadapi kendala-kendala dalam melaksanakan PKL.

Praktikan menjalani PKL di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perumahan yaitu Grand Nusa Indah Cileungsi. Praktikan memilih Grand Nusa Indah Cileungsi sebagai tempat Praktik Kerja Lapangan karena berada dibawah naungan perusahaan terpercaya yang sudah membuat banyak proyek perumahan di Indonesia, yaitu Kalindo Land.

Bank Indonesia melaporkan untuk industri perumahan, hingga kuartal II-2017, penjualannya tumbuh melambat dibanding triwulan sebelumnya dari 4,16 persen menjadi 3,16 persen. Pelambatan penjualan ini, sejalan dengan terbatasnya permintaan rumah hunian. Menurut laporan Bank Indonesia mengenai preferensi konsumen terhadap investasi properti memang turun 0,6 persen menjadi 22,5 persen selama bulan Oktober 2017 saja. Sementara itu sebanyak 65,9 persen konsumen menyatakan tidak memiliki rencana membeli atau membangun rumah dalam 12 bulan mendatang, angka ini naik dari sebelumnya 64,4 persen. Sebaliknya, jumlah konsumen yang menyatakan adanya kemungkinan membeli atau membangun rumah menurun dari 29,1 persen menjadi 26,9 persen. Hal ini tidak terlepas dari tumbuhnya pendapatan yang hanya beberapa persen tidak sejalan dengan harga properti yang terus melambung. Pertumbuhan harga rumah tapak minimal, menurut riset Rumah123 sekitar 15 persen hingga 20 persen di wilayah Jabodetabek.

#### **B. Maksud dan Tujuan PKL**

Adapun maksud dari Praktik Kerja Lapangan yang telah dilakukan oleh praktikan adalah:

1. Mendapatkan pengalaman kerja sebelum memasuki dunia kerja.
2. Agar mahasiswa dapat menerapkan teori – teori yang telah dipelajari selama perkuliahan berlangsung pada perusahaan tempat Praktik Kerja Lapangan.
3. Dapat mempelajari bidang pekerjaan yang sesuai dengan program studi praktikan yaitu pemasaran.

Tujuan dari Praktik Kerja Lapangan yang telah dilakukan oleh praktikan adalah:

1. Mengetahui tugas dan tanggung jawab divisi *Marketing Executive* yang bergerak di bidang *property*.
2. Mengetahui strategi pemasaran yang dijalankan oleh Grand Nusa Indah Cileungsi dalam penawaran produk *property*.
3. Meningkatkan keterampilan dalam hal pemasaran.
4. Dapat mengetahui teori perkuliahan yang relevan dengan kegiatan selama Praktik Kerja Lapangan.

### **C. Kegunaan PKL**

Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan, ada beberapa kegunaan yang disasarkan, antara lain:

1. Bagi Mahasiswa:
  - a. Mempelajari bagaimana cara komunikasi dan bersikap di tempat kerja.
  - b. Belajar mengenal dinamika dan kondisi nyata dunia kerja pada unit-unit kerja dalam ruang lingkup perusahaan.
  - c. Mengimplementasikan segala ilmu yang dipelajari di jurusan manajemen pemasaran dengan dunia kerja di unit/bagian pemasaran.
2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta:
  - a. Terjalinnya kerjasama antara Universitas Negeri Jakarta dengan Perusahaan.

- b. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta akan dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman Praktik Kerja Lapangan.
  - c. Mendapatkan timbal balik untuk mengembangkan kurikulum guna meningkatkan kualitas lulusan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan pada umumnya.
3. Bagi Perusahaan:
- a. Adanya kerjasama antara dunia pendidikan dengan perusahaan membuat Perusahaan dikenal oleh kalangan akademis sehingga menaikkan popularitas perusahaan.
  - b. Perusahaan akan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa yang melakukan Praktik Kerja Lapangan.

#### **D. Tempat Praktik Kerja Lapangan**

Praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan di kantor pemasaran Grand Nusa Indah Cileungsi. Yang berlokasi Jl. Raya Cileungsi-Jonggol, Gandoang, Cileungsi-Bogor. Grand Nusa Indah bergerak dibidang *property*, yaitu dalam bentuk: rumah dan ruko.

Berikut ini gambar dari kantor pemasaran Grand Nusa Indah Cileungsi:



**Gambar 1.1**

**Kantor Pemasaran Grand Nusa Indah Cileungsi.**

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

### **E. Jadwal Praktik Kerja Lapangan**

Praktikan telah melakukan Praktik Kerja Lapangan di Grand Nusa Indah Cileungsi selama kurang lebih 2 (dua) bulan terhitung sejak tanggal 17 Juli 2017 sampai dengan 05 September 2017.

Adapun waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan jam kerja di kantor pemasaran Grand Nusa Indah Cileungsi yaitu:

Hari : Senin – Jum'at

Jam Kerja : 09.00 – 17.00 WIB

Jam Istirahat : 12.00 – 13.00 WIB

Hari : Sabtu

Jam Kerja : 09.00 – 13.00



## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Sejarah Perusahaan**

Didirikan pada tahun 2009, bergerak di bidang perumahan dengan status tanah Sertifikat Hak Milik. Dibangun di tanah seluas 140 HA, Grand Nusa Indah Cileungsi memadukan hunian nyaman di area-area komersil yang sudah jadi dan berkembang pesat, seperti Taman buah Mekarsari. Perumahan Grand Nusa Indah Cileungsi memiliki fasilitas lengkap seperti kolam renang *Fun Park* Grand Nusa Indah, kawasan niaga, dan taman publik. Grand Nusa Indah Cileungsi saat ini menawarkan 11 tipe rumah dengan berbagai ukuran, mulai dari Luas Bangunan (LB)/Luas Tanah (LT) 31/60 m<sup>2</sup> sampai 68/136 m<sup>2</sup>. Hingga saat ini Grand Nusa Indah sudah terjual lebih dari 2000 unit rumah.

Grand Nusa Indah Cileungsi dikembangkan oleh PT Kentanix Supra International yang berdiri pada tahun 1981 berada dibawah naungan Kalindo Land. Kalindo Land memberikan solusi hunian terbaik, karenanya di tahun 2009 merebut penghargaan FIABCI Awards untuk kategori “Perumahan Sederhana Sehat Terbaik di tahun 2009”.

Grand Nusa Indah Cileungsi berada di lokasi strategis dengan kemudahan akses dari Jakarta menggunakan angkutan umum dan Grand Nusa Indah Cileungsi bisa di capai dari Tol Cibubur, Tol Cimanggis, dan

Tol Jatiwarna. Sesuai dengan standarnya Grand Nusa Indah Cileungsi dikembangkan di tengah fasilitas lengkap. Berikut visi dan misi Grand Nusa Indah:

1. Visi

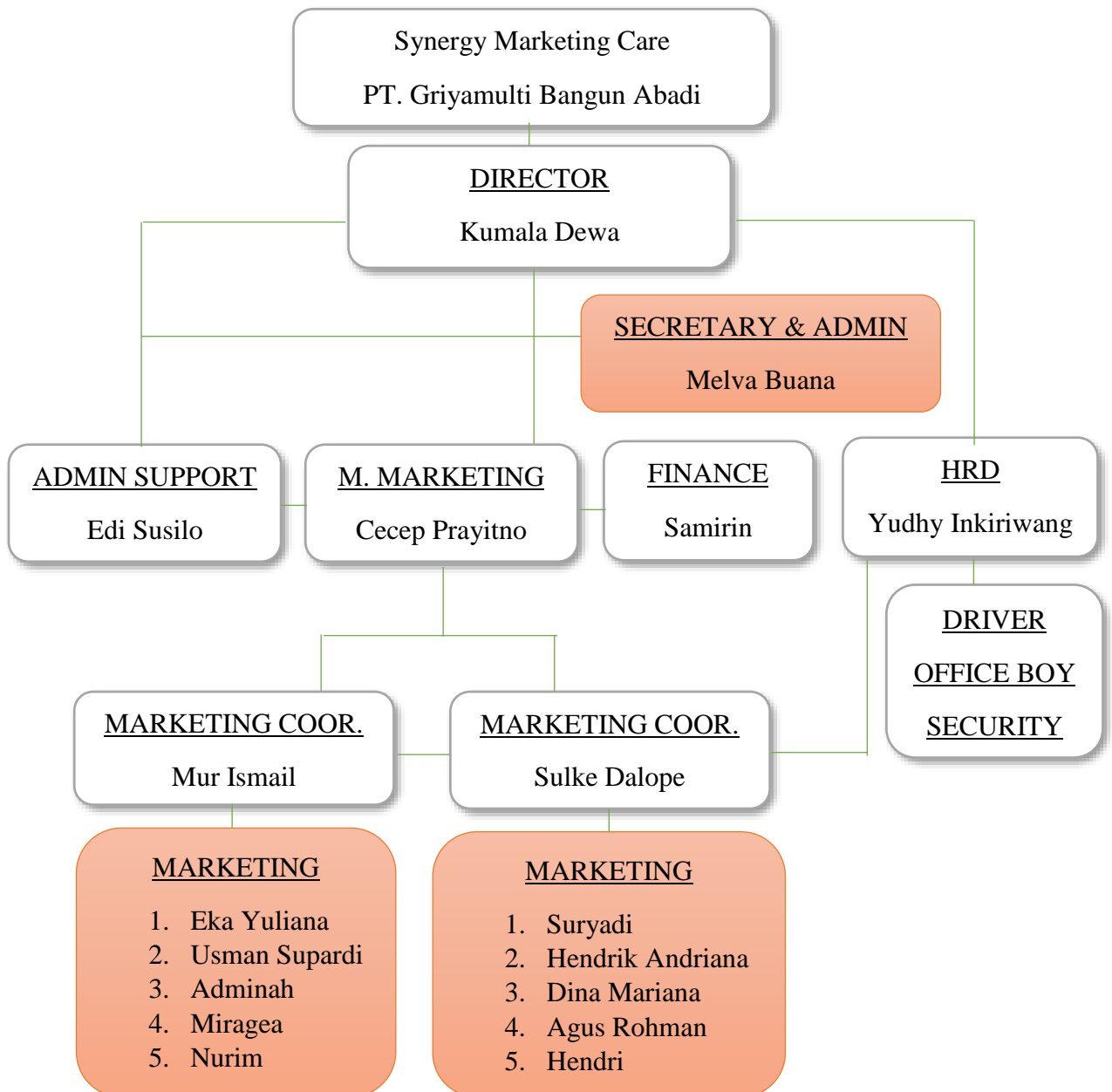
Grup Kalindo Land menjadi hunian bereputasi di Jakarta dan kota-kota penyangga di sekitarnya.

2. Misi

- a. Memposisikan perusahaan menjadi pengembang hunian yang bereputasi di daerah Jakarta dan kota-kota penyangga (Jabodetabek).
- b. Memberikan solusi akan kebutuhan hunian dan properti komersial bagi masyarakat.
- c. Mempunyai pertumbuhan yang berkesinambungan baik dari segi pendapatan maupun keuntungan perusahaan.

## B. Struktur Organisasi

### Struktur Organisasi



Gambar II.1

Struktur Organisasi Grand Nusa Indah Cileungsi.

Sumber: Arsip Grand Nusa Indah Cileungsi

Uraian pekerjaan untuk masing-masing jabatan dijelaskan sebagai berikut:

1. *Director*

Grand Nusa Indah dipimpin oleh seorang *Director*. Semua keputusan yang akan diambil oleh karyawan harus melalui persetujuan *director*. Berikut tugas-tugas dari seorang *director* :

- a. Mengawasi kinerja dan laporan pertanggung jawaban dari manajer pemasaran dan penanggung jawab dari setiap divisi.
- b. Merumuskan dan mengkomunikasikan pengembangan usaha dan strategi bisnis jangka panjang perusahaan.
- c. Melakukan evaluasi kinerja karyawan

2. *Secretary and Administration*

Tugas dari seorang *Secretary and Administration* adalah:

- a. Memperbarui data stok di proyek
- b. Rekapitulasi data-data konsumen
- c. Membuat laporan penjualan bulanan
- d. Membuat dan membagikan form Surat Penerimaan Rumah

3. *Administration Support*

Seorang *Administration Support* bekerja untuk beberapa proyek perumahan dari satu pengembang. Tugas utama *Administration Support* adalah mengumpulkan laporan penjualan mingguan.

#### 4. *Marketing Manager*

Tugas seorang *Marketing Manager* adalah membina hubungan dengan para pemasar di proyek. Dengan cara mengadakan pertemuan untuk memberikan perintah dan menerima ide supaya para pemasar mencapai target penjualan.

#### 5. *Finance*

Beberapa tugas divisi keuangan menyusun laporan biaya gaji dan bonus karyawan, mengatur biaya administrasi dan biaya operasional untuk perjalanan *event*, bertanggung jawab kepada manajer umum atas semua kegiatan keuangan perusahaan. Serta membawakan form, surat-surat dari pusat ke proyek

#### 6. *Human Resources Development*

Tugas utama seorang HRD adalah menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan untuk dapat menunjang aktifitas perusahaan

#### 7. *Marketing Coordinator*

Merupakan seorang pemimpin para tim pemasar. Tugas nya adalah membuat laporan pencapaian bulanan tim nya seperti data prospek, produk yang berhasil dijual. Serta mengatur jadwal pameran.

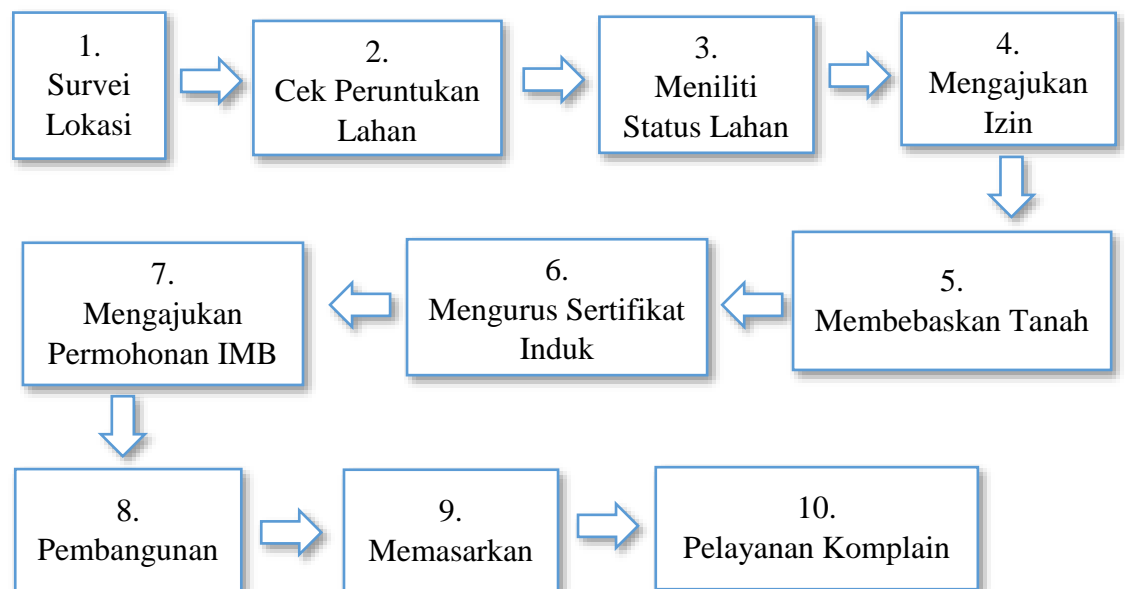
#### 8. *Marketing*

Tugas dari *marketing* adalah membina hubungan dan mencari calon konsumen dengan cara sebar brosur atau persentasi di perusahaan, menjelaskan produk-produk yang dijual, *collect data* dan *follow-up*.

### C. Kegiatan Umum Perusahaan

Grand Nusa Indah Cileungsi adalah perusahaan yang bergerak di bidang properti. Produknya berupa ruko dan rumah komersil siap huni, yang menysasar pembeli dari semua kalangan. Memiliki tipe rumah satu dan dua lantai, dengan luas bangunan dan luas tanah 31/60 sampai 68/136. Dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti fasilitas niaga, publik, dan olahraga. Pemasaran produk dilakukan melalui beragam media, mulai dari media cetak berupa brosur, media elektronik berupa website dan blog, hingga pameran dan persentasi ke beberapa perusahaan. Secara garis besar, kegiatan umum yang dilakukan antara lain adalah: pembangunan dan pemasaran.

Berikut adalah mekanisme kerja Grand Nusa Indah Cileungsi:



**Gambar II.2**

**Kegiatan Umum Perusahaan.**

Sumber: Arsip Grand Nusa Indah Cileungsi

### 1. Survei Lokasi

Cari lokasi dengan akses relatif baik ke pusat kegiatan dan fasilitas publik. Lokasi yang terlalu jauh dari jalan utama, pusat kegiatan dan fasilitas publik akan membuat perumahan sulit dipasarkan. Pastikan juga harga tanah kompetitif, cara pembayaran tidak memberatkan, dan di lokasi ada saluran pembuangan. Terakhir, sebaiknya kualitas air tanah di lokasi cukup memadai untuk mandi, cuci, kakus.

### 2. Cek Peruntukan Lahan

Mengecek peruntukan tanah ke dinas tata kota setempat untuk memastikan lokasi memang bisa untuk perumahan. Perjelas juga koefisien dasar bangunan (KDB), koefisien lantai bangunan (KLB), garis sempadan jalan (GSJ) dan bangunan (GSB)-nya karena akan mempengaruhi harga jual rumah.

### 3. Meneliti Status Lahan

Tahapan selanjutnya adalah meneliti status dan sertifikat tanah, apakah hak milik, HGB, girik dan lain-lain.

### 4. Mengajukan Izin

Mengajukan izin lokasi ke pemda setempat untuk membebaskan tanah, membangun, mengelola dan mengalihkan kepada pihak lain (untuk pengembangan yang memerlukan izin lokasi).

### 5. Membebaskan Tanah

Memastikan transaksi langsung dengan pemilik tanah yang sah dan dilakukan di depan PPAT.

## 6. Mengurus Sertifikat Induk

Tanah harus segera disertifikatkan atas nama badan usaha yang didirikan yang disebut sertifikat induk. Jasa PPAT kembali bisa digunakan karena mereka biasanya memiliki relasi yang baik dengan kantor pertahanan. Saat sertifikat induk diproses kita sudah bisa melakukan pematangan tanah dan memasarkan rumah secara informal.

## 7. Mengajukan Permohonan IMB

Tahapan selanjutnya adalah mengajukan permohonan IMB induk disertai *site plan* (untuk perumahan yang memerlukan izin lokasi atau SIPPT). Sedangkan untuk perumahan berskala mini yang tidak perlu izin lokasi, bisa langsung mengajukan permohonan IMB disertai peta kavling dan desain rumah.

## 8. Pembangunan Rumah

Setelah memperoleh IMB hal yang dilakukan berikutnya adalah melakukan pembangunan baik itu pembangunan rumah, ataupun pembangunan ruko. Sebelum masuk ke tahap berikutnya yaitu tahap pemasaran.

## 9. Memasarkan

Jika *site plan* disetujui dan IMB induk diterbitkan, pemasaran rumah sudah bisa dimulai secara resmi dengan menarik tanda jadi dan uang muka. Begitu rumah laku maka langsung melakukan proses pemecahan sertifikat induk dan IMB induk (pada perumahan yang memiliki izin lokasi) atas nama pembeli. Sementara pembeli bisa mengajukan



permohonan KPR inden ke bank untuk membiayai pembelian rumah. Masa inden (menunggu) sejak rumah dipasarkan hingga serah terima bervariasi tergantung kelas rumah. Untuk rumah satu lantai misalnya, 6 bulan, sedangkan rumah dua lantai 9 bulan.

#### 10. Pelayanan Komplain

Pelayanan komplain di perumahan Grand Nusa Indah Cileungsi berlangsung selama masa retensi, yaitu masa garansi rumah selama 100 hari setelah serah terima/akad (tergantung kebijakan setiap developer). Jika terjadi kerusakan seperti bocor, retak-retak dan lain-lain selama masa itu, masih ditanggung. Pengajuan komplain dilakukan dengan cara datang ke kantor teknik Grand Nusa Indah Cileungsi, dan mengisi formulir komplain. Nanti nya petugas teknik akan datang ke rumah komplain paling lama satu minggu.

Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Berikut adalah strategi pemasaran Grand Nusa Indah Cileungsi:

##### 1. *Marketing Mix*

Guna mencapai sasaran pasar yang dituju dan tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Maka terdapat bauran pemasaran yang menempatkan komposisi terbaik dari keempat komponen atau variable pemasaran. Berikut bauran pemasaran (*marketing mix*) Grand Nusa Indah Cileungsi:

a. *Product*

Suatu produk tidak dapat dilepaskan dari namanya pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen. Suatu produk juga tidak dapat dikatakan memiliki nilai jual, jika produk tersebut tidak menarik bagi konsumen. Produk bisa bersifat *intangible* maupun *tangible*. Saat ini Grand Nusa Indah Cileungsi produk yang dijual bersifat *tangible*, karena Grand Nusa Indah Cileungsi menjual produk berupa ruko dan rumah. Berikut beberapa gambar dan spesifikasi produk ruko dan rumah *ready stock* Grand Nusa Indah Cileungsi.

1) Ruko

Ruko di Grand Nusa Indah terdiri dari dua lantai dengan ukuran bangunan 91m<sup>2</sup> dan luas tanah 58 m<sup>2</sup>. Di sekitar ruko sudah 75% dihuni untuk berbagai usaha, serta letak strategis dekat pintu masuk dan keluar perumahan.



**Gambar II.3**  
**Ruko.**

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

## 2) Rumah

Rumah dengan tipe Ambrosia ini merupakan produk terfavorit di Grand Nusa Indah, dengan Luas Bangunan (LB) 31 m<sup>2</sup> dan Luas Tanah (LT) 60 m<sup>2</sup> serta dilengkapi dengan dua kamar tidur menjadikannya rumah minimalis yang memenuhi kebutuhan keluarga.



**Gambar II.4**  
**Tipe Ambrosia.**

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

### *b. Price*

Setiap produk dijual di Grand Nusa Indah Cileungsi memiliki harga yang berbeda, daftar harga di Lampiran 11. Dengan harga yang kompetitif, dan juga cara bayar yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen membuat Grand Nusa Indah Cileungsi mampu bersaing dengan harga kompetitor. Cara bayar yang ditawarkan Grand Nusa Indah Cileungsi antara lain:

### 1) Tunai Keras

Tunai keras adalah cara pembayaran yang dilakukan dalam waktu 14 hari-1 bulan sejak *closing deal* bersama perusahaan. Diberikan kelebihan berupa hadiah dan cashback.

### 2) Tunai Bertahap

Cara pembayaran di Grand Nusa Indah Cileungsi yang dilakukan secara bertahap dalam jangka waktu 4 sampai 8 bulan. Konsumen mendapatkan hadiah yang berbeda dengan konsumen tunai keras.

### 3) Kredit Menggunakan KPR Bank

Melibatkan pihak bank melalui program Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Pada metode KPR, bank yang membayar pelunasan rumah kepada pengembang, lalu konsumen akan mencicil pada bank dengan harga tertentu. Bank hanya membayar paling banyak 70%-80% dari harga rumah sesuai hasil analisa kelayakan kredit, sisanya 20%-30% adalah uang muka yang harus dibayar konsumen kepada pengembang. Jangka waktu pembayaran di Grand Nusa Indah Cileungsi 10-20 tahun. Bank BTN memberikan KPR Bank sampai 20 tahun.

c. *Placement*

Placement adalah cara untuk mendistribusikan produk agar sampai ke tangan konsumen. Dalam saluran pemasaran, perusahaan memberikan sejumlah kendali tentang cara dan kepada siapa mitra perantara menjual produk. Dalam hal ini saluran pemasaran Grand Nusa Indah adalah saluran tingkat nol (*zero-level channel*), produsen menjual barangnya dengan menggunakan tenaga penjualnya sendiri untuk menjual secara langsung ke konsumen.

d. *Promotion*

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualannya.

Grand Nusa Indah melakukan empat kegiatan dari lima bauran promosi berupa:

1) *Advertising*

Promosi barang, jasa, perusahaan dan ide yang harus dibayar oleh sebuah sponsor. Grand Nusa Indah Cileungsi memasang iklan berupa baliho dan spanduk di beberapa tempat serta merancang brosur yang menjelaskan keunggulan produk.

## 2) *Sales Promotion*

Digunakan untuk memotivasi konsumen agar melakukan aksi dengan membeli produk yang dipicu dengan penawaran dalam jangka waktu terbatas. Grand Nusa Indah mengadakan program berupa double cashback hingga Rp 6.000.000 dan double hadiah yang bisa dipilih konsumen. Dengan syarat konsumen harus membayar uang muka maksimal 2 bulan, transaksi berlaku dibulan Juni-Agustus 2017

## 3) *Personal Selling*

Komunikasi dua arah dimana seorang penjual menjelaskan fitur produk untuk kepentingan pembeli. Sifatnya tatap muka dan kegiatannya terfokus pada pemecahan masalah dan penciptaan nilai bagi konsumen.

### a) *Canvassing*

Kegiatan yang dilakukan para pemasar untuk melakukan *contact* dengan konsumen atau calon konsumen. *Contact* dapat dilakukan melalui telepon, email ataupun kunjungan langsung. Kunjungan ke tempat adalah kegiatan yang paling besar kemungkinannya untuk terjadi penjualan. Karena pemasar akan mengetahui apa yang terjadi pada konsumen, raut dan mimik wajahnya, situasi dan lingkungannya, semua faktor tersebut

mendorong terjadinya peluang penjualan. Kegiatan *canvassing* yang dilakukan pemasar Grand Nusa Indah Cileungsi berupa menyebar brosur di pusat keramaian seperti pusat perbelanjaan, pameran *property* dan lainnya.

b) *Farming*

Bertujuan untuk mencari calon pembeli atau mengetahui animo masyarakat setempat terhadap produk tersebut apakah diminati atau kurang diminati. Kegiatan *Farming* yang dilakukan pemasar Grand Nusa Indah Cileungsi berupa persentasi di perusahaan yang sebelumnya sudah dihubungi oleh pemasar.

c) *Exhibition*

Grand Nusa Indah mengadakan pameran di pusat perbelanjaan, pameran expo yang diadakan bank, atau pameran *property* lainnya. Dengan tujuan mengenalkan Grand Nusa Indah ke lebih banyak orang.

4) *Direct Marketing*

Penggunaan surat, telepon, faksimili, surat elektronik untuk berkomunikasi langsung atau meminta tanggapan atau berdialog dengan konsumen dan calon konsumen. Grand Nusa Indah Cileungsi menyediakan layanan telepon interaktif di (021) 82460700 dan 82460800.

## 2. STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*)

Analisis STP akan memberikan arahan tentang pelanggan yang sebaiknya dituju dan seperti apa produk atau jasa dianggap oleh target pasar. Berikut adalah STP dari Grand Nusa Indah Cileungsi:

### a. *Segmenting*

Segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses pengelompokan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan respon terhadap program pemasaran spesifik. Segmentasi yang dilakukan oleh Grand Nusa Indah Cileungsi adalah dengan menjual berbagai macam rumah dengan harga dan kualitas berbeda dimana dalam produk-produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

### b. *Targeting*

Proses menentukan sasaran, siapa dan bagaimana konsumen yang akan dituju. Target konsumen Grand Nusa Indah Cileungsi lebih ke masyarakat menengah ke atas dimana produk yang dijual berupa rumah komersil *cluster*. Dan juga konsumen yang mempunyai gaya hidup praktis karena di Grand Nusa Indah sudah tersedia berbagai fasilitas niaga, publik dan olahraga. Serta konsumen yang mencari tempat tinggal dengan kemudahan akses transportasi ke berbagai kota penyangga.



c. *Positioning*

Rancangan penjelasan posisi citra produk kepada konsumen saat ini dan calon konsumen. Dalam sudut pandang masyarakat, Grand Nusa Indah Cileungsi terkenal sebagai hunian di kawasan transyogi yang memiliki harga lebih murah dibanding perumahan sejenis di sekitarnya.

3. *Product Life Cycle*

Tahapan-tahapan proses perjalanan hidup suatu produk mulai dari diperkenalkannya kepada pasar hingga pada akhirnya hilang dari pasaran. Ada empat tahap siklus hidup sebuah produk, yaitu:

a. Tahap Perkenalan (*Introduction*)

Tahapan pertama dalam siklus hidup produk dimana produsen memperkenalkan produk barunya kepada pasar. Karena masih berada pada tahap permulaan, biasanya ongkos yang dikeluarkan tinggi terutama biaya periklanan. Promosi yang dilakukan memang harus agresif dan menitik beratkan pada merek penjual. Disamping itu distribusi barang masih terbatas dan laba yang diperoleh masih rendah.

b. Tahap Perkembangan (*Growth*)

Tahap dimana produk yang diperkenalkan sudah dikenal dan diterima oleh konsumen. Laba akan meningkat dengan signifikan karena permintaan sudah meningkat. Promosi yang dilakukan tidak seagresif tahap sebelumnya karena produk sudah dikenal pasar.

Disini pesaing sudah mulai memasuki pasar sehingga persaingan menjadi lebih ketat.

c. Tahap Kedewasaan (*Maturity*)

Pada tahap ini peningkatan laba penjualan mulai lambat, bersaing dengan ketat dan berjuang dalam merebut pangsa pasar dengan para pesaing. Pada tahap ini, perlu memperkenalkan produknya dengan model baru dan usaha periklanan mulai ditingkatkan lagi untuk menghadapi persaingan.

d. Tahap kemunduran (*Decline*)

Penjualan dan keuntungan akan semakin menurun dan jika tidak melakukan strategi yang tepat, produk yang ditawarkan mungkin akan hilang dari pasar. Barang baru harus sudah dipasarkan untuk menggantikan barang lama yang sudah kuno. Meskipun jumlah pesaing sudah berkurang tetapi pengawasan biaya menjadi sangat penting karena permintaan sudah jauh menurun.

Dari 4 tahap tersebut Grand Nusa Indah Cileungsi memasuki tahap kedewasaan (*maturnity*). Dimana persaingan harga dengan pesaing sudah sangat ketat dan Grand Nusa Indah Cileungsi semakin banyak mengeluarkan produk model baru. Usaha periklanan dan promosi penjualan semakin ditingkatkan untuk menghadapi pesaing dan menarik konsumen baru.

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

#### **A. Bidang Kerja**

Praktikan ditempatkan dibagian *Marketing Team* sebagai *Marketing Executive* dan *Administration Marketing*. Ada tiga posisi di dalam *Marketing Team: Marketing Manager, Marketing Executive dan Administration Marketing*. Bidang kerja yang dilakukan praktikan selama PKL adalah:

##### *1. Marketing Executive*

Praktikan mengumpulkan nomor kontak, mengundang, dan mempromosikan produk-produk Grand Nusa Indah Cileungsi kepada calon konsumen potensial.

##### *2. Administration Marketing*

Praktikan membantu mengurus dan rekap berkas-berkas pembelian rumah.

#### **B. Pelaksanaan Kerja**

Praktikan ditempatkan sebagai *Marketing Executive* dan *Marketing Administration*. Dimana praktikan menghubungi konsumen dan mengurus berkas-berkas pembelian rumah. Praktikan selama PKL sama seperti *Marketing Executive* lainnya berada di kantor, dan membantu rekap data konsumen.

Adapun deskripsi tiap aktivitas yang praktikan lakukan selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan sebagai *Marketing Executive*, yaitu:

1. Mengumpulkan nomor kontak calon konsumen

Sebelum memulai PKL, praktikan diharuskan mengumpulkan nomor kontak calon-calon konsumen potensial. Nomor-nomor tersebut didapat dari kerabat orang tua dan kerabat praktikan yang sudah berkeluarga tetapi belum memiliki rumah, sehingga calon-calon konsumen tersebut berpotensi untuk membeli rumah di Grand Nusa Indah Cileungsi. Potensi menurut KBBI adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan; kekuatan; kesanggupan; daya.

Mengumpulkan nomor kontak calon konsumen bertujuan untuk melatih kemampuan komunikasi dan pemasaran Praktikan saat melakukan Praktik Kerja Lapangan di Grand Nusa Indah Cileungsi.

2. Menghubungi dan mengundang konsumen via telepon atau teks *Whatsapp*.

Setelah praktikan memiliki nomor kontak calon-calon konsumen tersebut, selanjutnya praktikan diharuskan menghubungi dan mengundang calon-calon konsumen tersebut ke kantor pemasaran.

3. Menjelaskan produk yang dijual.

Saat menghubungi calon konsumen, praktikan memperkenalkan diri kepada calon konsumen yang merupakan kerabat orangtua, kemudian

menjelaskan spesifikasi produk favorit, harga dan lokasi Grand Nusa Indah Cileungsi.

4. Mengunjungi lokasi dan orientasi

Saat calon konsumen datang ke Grand Nusa Indah, praktikan dengan ditemani salah satu *marketing* mengajak calon konsumen tersebut untuk orientasi kondisi lingkungan sekitar, rumah *ready stock* dan rumah contoh. Orientasi menurut KBBI adalah peninjauan untuk menentukan sikap yang tepat dan benar. Untuk itu telah disediakan alat transportasi berupa mobil terbuka Grand Nusa Indah. Kegiatan ini dimaksudkan agar mereka lebih mengetahui tentang spesifikasi produk-produk, cara bayar dan sebagainya.

5. Tindak lanjut

Setelah melihat rumah contoh dengan calon konsumen. Praktikan melakukan tindak lanjut dengan cara menelepon, sms atau melalui *whatsapp*, untuk memastikan apakah konsumen benar tertarik ingin membeli produk yang ditawarkan. Tindak lanjut menurut KBBI adalah langkah selanjutnya (tentang penyelesaian perkara, perbuatan dan sebagainya).

6. Melaporkan hasil

Praktikan melaporkan hasil tindak lanjut yang telah dilakukan praktikan kepada koordinator *Marketing* secara lisan. Bertujuan agar koordinator *marketing* mengetahui hasil akhir praktikan memasarkan produk terhadap calon konsumen tersebut.

Praktikan juga diberi tugas menjadi *Administration Marketing*. Aktifitas yang dilakukan selama menjadi *Administration Marketing* adalah:

1. Membuat form “Surat Penerimaan Rumah”.

Praktikan membantu menyusun Surat Penerimaan Rumah (SPR). SPR diberikan saat konsumen sudah membayar *booking fee* atau uang tanda jadi. Satu set SPR terdiri dari SPR, lampiran 1 berisi pernyataan antara pengembang dan pembeli yang kemudian di tanda tangan diatas materai, lembar 2 berisi pernyataan sama halnya dengan lampiran 1, formulir program hadiah berisi daftar hadiah-hadiah yang bisa dipilih konsumen. Kemudian set SPR tersebut di gabung menggunakan *stapler*.

2. Menulis nomor-nomor SPR

Setelah disusun, praktikan menulis nomor yang tertera di sudut SPR pada tabel sesuai dengan nama pemasar. Kegiatan ini bertujuan agar para pemasar bertanggung jawab pada set SPR nya masing-masing.

3. Membagikan form “Surat Penerimaan Rumah”.

Set SPR dibagikan kepada masing-masing pemasar, sesuai dengan kode yang tertera di sudut SPR. Seorang pemasar biasanya mendapatkan 4-5 set SPR perminggu. Jika set-set SPR tersebut kurang, pemasar tersebut boleh meminta set SPR ke bagian administrasi.

4. Rekap data booking konsumen.

Supaya bagian administrasi lebih mudah mendata data booking, praktikan diharuskan merekap nama konsumen, blok/kavling yang diboooking setiap harinya.

5. Membantu cek/update data ready stock rumah.

Setiap hari Jumat, datang daftar blok/kavling siap jual dari pusat. Praktikan membantu mencocokkan daftar blok/kavling yang kosong dari pusat dengan data di proyek Grand Nusa Indah Cileungsi. Agar pengembang pusat bisa menghapus data blok/kavling yang sudah terjual.

6. Membantu *marketing*.

Praktikan membantu tim *marketing* memeriksa kelengkapan dan menyiapkan berkas konsumen yang akan melakukan serah terima rumah (akad). Apabila belum lengkap, praktikan menghubungi konsumen yang kurang lengkap berkas dan sebagainya.

7. Berkas konsumen yang sudah lengkap, diberikan kepada *marketing* yang bersangkutan, untuk selanjutnya diberikan kepada bank pemberi kredit untuk keperluan administrasi.

**C. Kendala yang dihadapi semasa PKL**

Kendala yang praktikan alami selama Kegiatan Praktik Kerja Lapangan adalah:

1. Para pemasar kurang tertib dalam hal kelengkapan syarat berkas *booking* konsumen. Akibatnya tidak jarang menimbulkan hilangnya kavling yang sudah di *booking* konsumen, sehingga terjadi pergantian kavling.

2. Praktikan kurang menguasai spesifikasi setiap tipe rumah dikarenakan banyaknya tipe rumah yang ditawarkan Grand Nusa Indah dan syarat-syarat bagi konsumen yang ingin kredit rumah.
3. Saat melakukan kunjungan dan orientasi rumah bersama calon konsumen, banyak rumah *ready stock* yang kurang perawatan. Sehingga calon konsumen merasa bahwa rumah-rumah di Grand Nusa Indah Cileungsi kurang berkualitas.

#### **D. Cara Mengatasi Kendala Selama PKL**

Dari kendala yang dihadapi diatas praktikan berusaha untuk mengatasinya. Adapun hal-hal yang dilakukan seperti:

1. Praktikan menghubungi pemasar untuk sesegera mungkin melengkapi berkas *booking* konsumennya. Menurut KBBI, menghubungi adalah kegiatan bertemu langsung untuk membicarakan sesuatu.
2. Praktikan banyak mencari informasi dengan membaca brosur, katalog dan bertanya ke koordinator *marketing*. Samsu Somadayo (2011: 4) mengungkapkan bahwa membaca adalah suatu kegiatan interaktif untuk memetik serta memahami arti yang terkandung di dalam bahan tulis. Bertanya menurut KBBI, meminta keterangan (penjelasan dan sebagainya); meminta supaya diberitahu (tentang sesuatu).
3. Praktikan memberi informasi tentang rumah-rumah *ready stock* yang kurang perawatan kepada HRD, untuk kemudian disampaikan kepada petugas kebersihan.



## BAB IV

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

1. Praktikan mengetahui tugas *marketing property* diantaranya: menjelaskan produk ke calon konsumen, menyebar brosur, persentasi di depan calon konsumen, dan *collect* data konsumen baru. Serta tanggung jawab seorang *marketing executive* yang bergerak di bidang *property* secara nyata, diantaranya: harus mencapai target penjualan, informasi tentang produk yang di sampaikan harus benar adanya.
2. Praktikan mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Grand Nusa Indah Cileungsi dalam penawaran produk *property*. Strategi pemasaran berupa bauran pemasaran, analisis STP, siklus hidup produk.
3. Praktikan mendapat keterampilan baru dalam hal pemasaran yaitu praktikan mengetahui cara mencari calon konsumen, cara menawarkan produk dan cara berbicara sebagai seorang pemasar.
4. Teori yang relevan dari perkuliahan dengan aktifitas selama PKL adalah komunikasi pemasaran karena praktikan diberi tugas sebagai seorang pemasar yang harus berkomunikasi dengan konsumen dan harus memberi informasi mengenai produk yang dijual.

## B. Saran

### 1. Untuk Perusahaan:

- a. Kurangnya perawatan rumah yang akan dijual, seharusnya jangan rumah contoh saja yang dirawat tetapi rumah *ready stock* lainnya. Di rawat atau di bersihkan minimal 2 minggu sekali, cek keadaan rumput, tembok, genting. Sehingga meningkatkan daya tarik konsumen.
- b. Pemasar yang tidak tertib dalam melengkapi berkas *booking* blok konsumen seharusnya di tolak, sampai pemasar melengkapi semua berkas konsumen yang akan *booking* blok tersebut.

### 2. Untuk Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Diperbanyak praktik dalam ilmu menjual. Isi ilmu menjual tersebut bisa berupa tahapan-tahapan penjualan yang baik dan benar. Sehingga mahasiswa Manajemen Pemasaran sudah mempunyai sedikit pengetahuan dan pengalaman mengenai pemasaran dan tidak akan mengalami kesulitan saat mahasiswa menjalani Praktik Kerja Lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

Dedi Purwana, Umi Mardiaty, *et. al.* *Pedoman Praktik Kerja Lapangan*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta, 2012.

<http://www.dewiindahpermata.blogspot.com/2014/01/manajemen-pemasaran.html> (Diakses tanggal 14 November 2017).

<http://www.google.com> (Diakses tanggal 30 Juli 2017).

<http://www.grandnusaindah.info> (Diakses tanggal 30 Juli 2017).

<http://www.guntursatriajati.blogspot.com/2015/01/bab-ii-pembahasan-21-saluranpemasaran.html> (Diakses tanggal 14 November 2017).

<http://www.kalindoland.co.id> (Diakses tanggal 4 Agustus 2017).

<http://www.lifestyleeco.wordpress.com/2014/02/04> (Diakses tanggal 9 November 2017).

<http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/09/18/penjualan-properti-bakal-meningkat-hingga-akhir-2017> (Diakses tanggal 16 Januari 2018).

<http://belajar-sales.blogspot.com/2009/01/tugas-kedua-sales-canvasing.html> (Diakses tanggal 18 Januari 2018).

<http://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-siklus-hidup-produk-product-life-cycle> (Diakses tanggal 18 Januari 2018).

## Lampiran 1: Surat Permohonan PKL



*Building  
Future  
Leaders*

### KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982  
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180  
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486  
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 0910/UN39.12/KM/2017  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

7 Juni 2017

Yth. Kepala Pemasaran Grand Nusa Indah  
Gandang, Mampir, Cileungsi,  
Bogor 16820

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Lisa Utami  
Nomor Registrasi : 8223155368  
Program Studi : Manajemen Pemasaran (D3)  
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta  
No. Telp/HP : 0811181419

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada tanggal 12 Juli s.d. 30 Agustus 2017.

Atas perhatian dan kerjas ama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat



Woro Sasmoyo, SH  
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Koordinator Prodi Manajemen Pemasaran (D3)

## Lampiran 2: Surat Penerimaan PKL



### **Perihal : Kerja Praktik di Kantor Pemasaran Grand Nusa Indah Cileungsi**

Dengan hormat,

Menyambung surat yang Bapak/ Ibu sampaikan sebelumnya perihal Pengajuan Kerja Praktik di perusahaan kami, maka dengan ini kami sampaikan bahwa :

N a m a : **Lisa Utami**  
No Registrasi : **8 2 2 3 1 5 5 3 6 8**  
Fakultas : **E k o n o m i**  
Jurusan : **Manajemen Pemasaran**

Kami terima untuk Kerja Praktik di perusahaan kami selama **40** hari kerja.

Demikian kami sampaikan, untuk perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami



Griyamukti Bangun Abadi  
**Yudhy W. Inkirwang**  
Head of HR Department & GA

**GRAND NUSA INDAH**  
Jl. Raya Cileungsi-Jonggol, Cileungsi  
Bogor 16820 – INDONESIA  
Tlp. : ( 021 ) 82460700 - 82460800

### Lampiran 3: Surat Selesai PKL



**GRAND NUSA INDAH**

Jl. Raya Cileungsi-Jonggol  
Bogor 16820  
Phone: (021) 82460700

No.04/ PKL-GNI.PNI/ hrd-SMC/ IX/ 17

Cileungsi, 05 September 2017

► Kepada Yth,  
Universitas Negeri Jakarta

Jl. Raya Gunung Mulya  
Jakarta Timur 13320  
Phone: (021) 4731227

**Perihal : Kerja Praktik di Kantor Pemasaran Grand Nusa Indah Cileungsi**

Dengan hormat,

Kami menyampaikan atas nama management Perumahan Grand Nusa Indah Cileungsi, bahwa mahasiswa dibawah ini :

Nama : **Lisa Utami**  
No Registrasi : 8 2 2 3 1 5 5 3 6 8  
Fakultas : E k o n o m i  
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan di perusahaan kami selama 40 hari periode 17 Juli – 05 September 2017 dengan baik.  
Demikian kami sampaikan, untuk perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami

**Yudhy W. Inkiriwang**  
Head of HR Department & GA

**GRAND NUSA INDAH**  
Jl. Raya Cileungsi-Jonggol, Cileungsi  
Bogor 16820 – INDONESIA  
Tlp. : (021) 82460700. 82460800

Lampiran 4: Daftar Hadir PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/ 4706285, Fax: (021) 4706285  
Laman: www.unj.ac.id/fk



DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Lisa Utami  
No-Registrasi : 2223155363  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : Grand Liris Hotel  
Alamat Praktik/Telp : Cileungsi - Bogor

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 14 Juli 2014	1. f	
2.	Selasa, 15 Juli 2014	2. f	
3.	Rabu, 16 Juli 2014	3. f	
4.	Kamis, 17 Juli 2014	4. f	
5.	Jumat, 18 Juli 2014	5. f	
6.	Sabtu, 19 Juli 2014	6. f	
7.	Senin, 21 Juli 2014	7. f	
8.	Selasa, 22 Juli 2014	8. f	
9.	Rabu, 23 Juli 2014	9. f	
10.	Kamis, 24 Juli 2014	10. f	
11.	Jumat, 25 Juli 2014	11. f	
12.	Sabtu, 26 Juli 2014	12. f	
13.	Senin, 28 Juli 2014	13. f	
14.	Selasa, 29 Juli 2014	14. f	
15.	Rabu, 30 Juli 2014	15. f	

Jakarta, 2 Agustus 2014  
Penilai,

Catatan :  
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan menandatangani cap Instansi/Perusahaan

(.....)  
  
Giyamoto Bangun Abadi  
YUDHY W. INKERAWANG

Lampiran 5: Daftar Hadir PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/ 4706285, Fax: (021) 4706285  
Laman: www.unj.ac.id/fe



DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Lissa Utami  
No. Registrasi : 2220155368  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : Grand Nusa Indah  
Alamat Praktik/Telp : Ciawing - Bogor

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 3 Agustus 2017	1.	
2.	Jum'at, 4 Agustus 2017	2.	
3.	Sabtu, 5 Agustus 2017	3.	
4.	Senin, 7 Agustus 2017	4.	
5.	Selasa, 8 Agustus 2017	5.	
6.	Rabu, 9 Agustus 2017	6.	
7.	Kamis, 10 Agustus 2017	7.	
8.	Jum'at, 11 Agustus 2017	8.	
9.	Sabtu, 12 Agustus 2017	9.	
10.	Senin, 14 Agustus 2017	10.	
11.	Selasa, 15 Agustus 2017	11.	
12.	Rabu, 16 Agustus 2017	12.	
13.	Kamis, 17 Agustus 2017	13.	
14.	Jum'at, 18 Agustus 2017	14.	
15.	Sabtu, 19 Agustus 2017	15.	15.12m

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Jakarta, 19 Agustus 2017  
Penilai  
  
YUDHY W. INKEIWAN  
Griyemulti Bangun Abadi



**Lampiran 6: Daftar Hadir PKL**



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/ 4706285, Fax: (021) 4706285  
Laman: www.unj.ac.id/fe



**DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS**

Nama : Lisa Utami  
No. Registrasi : 8220155362  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : Grand Nusa Indah  
Alamat Praktik/Telp : Grogol - Pongor

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 21 Agustus 2017	1. f	
2.	Selasa, 22 Agustus 2017	2. f	
3.	Rabu, 23 Agustus 2017	3. f	
4.	Kamis, 24 Agustus 2017	4. ....	4. Izin
5.	Jum'at, 25 Agustus 2017	5. ....	5. Izin
6.	Sabtu, 26 Agustus 2017	6. f	
7.	Senin, 28 Agustus 2017	7. f	
8.	Selasa, 29 Agustus 2017	8. f	
9.	Rabu, 30 Agustus 2017	9. f	
10.	Kamis, 31 Agustus 2017	10. f	
11.	Sabtu, 2 September 2017	11. f	11. Ganti hari izin
12.	Senin, 4 September 2017	12. f	12. Ganti hari izin
13.	Selasa, 5 September 2017	13. f	13. Ganti hari izin
14.	.....	14. ....	
15.	.....	15. ....	

**Catatan :**

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap instansi/Perusahaan

Jakarta, 5 September 2017  
Penilai:  
  
XUDHY W. INKRIWANG  
(Muli Bangun Abadi)

Lampiran 7: Penilaian PKL



Building  
Future  
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285  
Laman: www.fu.unj.ac.id



ISO 9001:2008 CERTIFIED  
CERTIFICATE NO.  
IAS/INA/2440

PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III  
..... SKS

Nama : Lina Liana  
No.Registrasi : 8223155368  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : Grand Klas Hotel  
Alamat Praktik/Telp : Candora, Cikembar - Bogor  
82460700 - 82460800

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN				
1	Kehadiran	90	1. Keterangan Penilaian :  Skor    Nilai    Bobot 86-100    A        4 81-85     A-        3,7 76-80     B+       3,3 71-75     B         3,0 66-70     B-        2,7 61-65     C+       2,3 56-60     C         2,0 51-55     C-        1,7 46-50     D         1  2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan)  Nilai Rata-rata :  $\frac{877}{10 \text{ (sepuluh)}} = 87,7$  Nilai Akhir :  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">88</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">A</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">Angka bulat</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">huruf</td> </tr> </table>	88	A	Angka bulat	huruf
88	A						
Angka bulat	huruf						
2	Kedisiplinan	88					
3	Sikap dan Kepribadian	90					
4	Kemampuan Dasar	90					
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	85					
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	90					
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	85					
8	Aktivitas dan Kreativitas	80					
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	90					
10	Hasil Pekerjaan	89					
Jumlah		877					

Jakarta, 5 September 2017  
Penilai,

  
MELVA RIANA

### Lampiran 8: Daftar Kegiatan PKL

Daftar Kegiatan PKL		
HARI KE-	HARI TANGGAL	KEGIATAN
1	SENIN 17/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diperkenalkan ke staff marketing GNI</li> <li>2. Memperhatikan training tentang profil GNI &amp; PNI</li> <li>3. Fotocopy</li> <li>4. Susun form "Surat Penerimaan Rumah"</li> </ol>
2	SELASA 18/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Telepon konsumen tentang kelengkapan berkas</li> <li>3. Susun form "Surat Penerimaan Rumah"</li> </ol>
3	RABU 19/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Menerima berkas dari konsumen</li> <li>3. Mengikuti meeting pemasaran</li> </ol>
4	KAMIS 20/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Menerima telepon dari konsumen</li> </ol>
5	JUMAT 21/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memasukkan berkas penjualan ke file sesuai nama pemasar</li> </ol>
6	SABTU 22/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Susun Checklist Persyaratan Permohonan KPR</li> <li>2. Membagikan SPR ke tim pemasar</li> </ol>
7	SENIN 24/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membagikan Checklist Form Subsidi</li> <li>2. Susun form "Surat Penerimaan Rumah"</li> <li>3. Susun form Kontrak Kerja</li> <li>4. Memasukkan berkas penjualan ke file sesuai nama pemasar</li> </ol>
8	SELASA 25/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Susun form "Surat Penerimaan Rumah"</li> <li>2. Memasukkan berkas penjualan ke file sesuai nama pemasar</li> <li>3. Membagikan form "Surat Penerimaan Rumah" dan form Subsidi</li> </ol>
9	RABU 26/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cari data pembeli di file pemasar</li> <li>2. Fotocopy "Surat Penerimaan Rumah"</li> </ol>
10	KAMIS 27/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Rekap form "Surat Penerimaan Rumah" milik konsumen (input nama, blok, dan nomor kavling)</li> <li>3. Memasukkan berkas penjualan ke file sesuai nama pemasar</li> </ol>
11	JUMAT 28/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Training cara hitung KPR</li> <li>2. Fotocopy data stok rumah</li> </ol>
12	SABTU 29/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Memasukkan berkas penjualan ke file sesuai nama pemasar</li> </ol>
13	SENIN 31/07/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Rekap form "Surat Penerimaan Rumah" milik konsumen (input nama, blok, dan nomor kavling)</li> <li>3. Memasukkan berkas penjualan ke file sesuai nama pemasar</li> </ol>
14	SELASA 01/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rekap penjualan perunit per pemasar</li> <li>2. Fotocopy</li> <li>3. Menempelkan nomor kontak pemasar ke flyer</li> </ol>
15	RABU 2/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis kode form "Surat Penerimaan Rumah" ke buku sesuai nama pemasar</li> <li>2. Susun form persetujuan lampiran 1 &amp; 2</li> <li>3. Hitung hasil penjualan GNI</li> <li>4. Fotocopy</li> <li>5. Menempelkan nomor kontak pemasar ke flyer</li> </ol>

### Lampiran 9: Daftar Kegiatan PKL

16	KAMIS 3/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menukar form “Surat Penerimaan Rumah” yang lama kepada pemasar</li> <li>2. Mengikuti meeting mengenai “Akad PNI”</li> <li>3. Mencari form “Surat Penerimaan Rumah” konsumen-konsumen yang siap akad di file pemasar</li> <li>4. Fotocopy</li> </ol>
17	JUMAT 4/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencari form “Surat Penerimaan Rumah” konsumen-konsumen yang siap akad di file pemasar</li> <li>2. Fotocopy</li> <li>3. Mencari form “Member Get Member” konsumen di file “Member Get Member”</li> <li>4. Membagikan form “Surat Penerimaan Rumah” ke tim pemasar</li> <li>5. Hitung hasil penjualan hari itu</li> </ol>
18	SABTU 5/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencari form “Surat Penerimaan Rumah” konsumen-konsumen yang siap akad di file pemasar</li> <li>2. Membagikan form “Surat Penerimaan Rumah” ke tim pemasar</li> </ol>
19	SENIN 7/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Mengisi bukti terima uang DP</li> <li>3. Memasukkan berkas penjualan baru ke file sesuai nama pemasar</li> <li>4. Mencari form “Surat Penerimaan Rumah” konsumen di file pemasar</li> </ol>
20	SELASA 8/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melihat cara melayani konsumen</li> <li>2. Mencari form “Surat Penerimaan Rumah” konsumen di file pemasar</li> <li>3. Menulis nama-nama konsumen “Member get Member” di BGB Koordinator</li> <li>4. Pergi ke warnet untuk ngeprint</li> </ol>
21	RABU 9/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencari form “Surat Penerimaan Rumah” konsumen di file pemasar</li> <li>2. Fotocopy</li> </ol>
22	KAMIS 10/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Susun form “Surat Penerimaan Rumah”</li> <li>2. Fotocopy</li> <li>3. Susun daftar stok rumah untuk pameran</li> </ol>
23	JUMAT 11/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Update data stok rumah yang sudah booked</li> <li>2. Rekap daftar booking konsumen minggu ini</li> </ol>
24	SABTU 12/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menulis kode kode “Surat Penerimaan Rumah” di buku penerimaan “Surat Penerimaan Rumah” untuk pemasar</li> <li>2. Membagikan form “Surat Penerimaan Rumah” ke pemasar</li> <li>3. Fotocopy</li> </ol>
25	SENIN 14/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rekap data booking 8-12 Agustus</li> <li>2. Mencari form “Surat Penerimaan Rumah” konsumen di file pemasar</li> <li>3. Fotocopy</li> </ol>
26	SELASA 15/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat tanda terima uang jalan</li> <li>2. Memberi uang jalan pameran ke pemasar</li> </ol>
27	RABU 16/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Melihat cara melayani konsumen</li> </ol>
28	KAMIS 17/08/17	LIBUR KEMERDEKAAN

### Lampiran 10: Daftar Kegiatan PKL

29	JUMAT 18/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Melihat cara melayani konsumen</li> <li>3. Memberikan struk jalan pameran titipan pemasar ke admin</li> <li>4. Rekap biaya jalan pameran JCC tanggal 15 Agustus</li> </ol>
30	SABTU 19/08/17	IZIN
31	SENIN 21/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memasukkan berkas penjualan baru ke file sesuai nama pemasar</li> <li>2. Melihat cara melayani konsumen</li> </ol>
32	SELASA 22/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengikuti meeting tentang "Penjualan GNI" bersama Direktur</li> <li>2. Menulis form "Surat Penerimaan Rumah" konsumen</li> </ol>
33	RABU 23/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Memasukkan berkas penjualan baru ke file sesuai nama pemasar</li> <li>4. Melihat cara melayani konsumen</li> </ol>
34	KAMIS 24/08/17	IZIN
35	JUMAT 25/08/17	IZIN
36	SABTU 26/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Menulis form "Surat Penerimaan Rumah" konsumen</li> </ol>
37	SENIN 28/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengikuti meeting tentang "Realisasi target 2017"</li> <li>2. Rekap Penjualan GNI s/d 28/8/17 perunit per pemasar</li> </ol>
38	SELASA 29/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Susun form "Surat Penerimaan Rumah"</li> <li>2. Menulis kode kode "Surat Penerimaan Rumah" di buku penerimaan "Surat Penerimaan Rumah" untuk pemasar</li> <li>3. Melihat rumah contoh tipe Lisianthus</li> </ol>
39	RABU 30/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rekap data Gojek</li> <li>2. Kroscek hasil penjualan</li> <li>3. Memberikan form "Member Get Member" ke pemasar</li> </ol>
40	KAMIS 31/08/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan SPR ke pemasar</li> <li>2. Melihat cara melayani konsumen</li> </ol>
41	SABTU 2/09/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fotocopy</li> <li>2. Melihat cara melayani konsumen</li> </ol>
42	SENIN 4/09/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Input data Gojek</li> <li>2. Kroscek data Gojek</li> <li>3. Mengundang konsumen wawancara via telepon</li> </ol>
43	SELASA 5/09/17	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Input data Gojek</li> <li>2. Mengundang konsumen wawancara via telepon</li> <li>3. Membagikan SPR ke tim pemasar</li> </ol>

Lampiran 11: Daftar Harga Rumah Ready Stock

UNIT MAN PANGRA PERUMAHAN GRANU NUSA INDAH

KANTOR PEMASARAN PUSAT :  
 PT. KENTANIX SUPRA INTERNATIONAL  
 GEDUNG PLAZA PROPERTY  
 Kom. Perumahan P-dulca Blok VI No. 1  
 Jl. Perintis Kemerdekaan-Idara 13260  
 Telp : 824.60700, 824.60.800, 021.6711188



TYPE	BLOK	LB	LT	HARGA	DP ALL IN	KPR	Asumsi angsuran KPR Bunga 8%		
							10 TH	15 TH	20 TH
AMBROSIA	J11, J10, J8, J9, J5	31	60	310.750.000	15.750.000	295.000.000	3.579.164	2.819.174	2.467.498
AMBROSIA	N6, N 6A, N 6B	31	60	287.100.000	15.100.000	272.000.000	3.300.110	2.599.374	2.275.117
BLUEBELL	J3, H6A, I9	36	72	391.050.000	20.050.000	371.000.000	4.501.254	3.545.469	3.103.193
AMARYLLIS	B3	36	84	419.100.000	21.100.000	398.000.000	4.828.838	3.803.495	3.329.032
ALPINIA	K9, K10, K11, K12	36	72	422.400.000	21.400.000	401.000.000	4.865.236	3.832.165	3.354.125
THALLA	T11/14-16	38	72	407.000.000	21.000.000	386.000.000	4.683.245	3.688.817	3.228.659
FLAMBOYAN	T01/8-11	41	96	517.550.000	26.550.000	491.000.000	5.957.185	4.692.252	4.106.921
BRYA	L1, L2, L3, L4	42	84	468.050.000	24.050.000	444.000.000	5.386.945	4.243.095	3.713.794
TRITONIA	K17/ 21-30	48	96	561.000.000	29.000.000	532.000.000	6.454.628	5.084.069	4.449.861
AZALEA	X18/31-35	69	90	688.050.000	35.050.000	653.000.000	7.922.692	6.240.408	5.461.954
URSINIA	T2, T3	62	134	745.250.000	38.250.000	707.000.000	8.577.861	6.756.460	5.913.632
LISANTHUS	L1/6,7	68	136	777.700.000	39.700.000	738.000.000	8.953.976	7.052.712	6.172.928

Promo Booking sampai 31 Agustus 2017

FREE SEMUA BIAYA KPR

FREE BPHTB  
 SERTIFIKAT SHM  
 RUMAH READY  
 DOUBLE CASHBACK, DOUBLE HADIAH

SYARAT KPR :

1. FOTOCOPY KTP SUAMI ISTRI
2. FOTOCOPY NPWP
3. FOTOCOPY KARTU KELUARGA
4. FOTOCOPY SURAT NIKAH
5. FOTOCOPY SLIP GAJI 3 BULAN TERAKHIR SUAMI ISTRI
6. FOTOCOPY REKENING KORAN 3 BULAN TERAKHIR
7. SURAT KARYAWAN TETAP SUAMI ISTRI
8. FOTO SUAMI ISTRI MASING-MASING 1 LEMBAR
9. MATERAI 6000 SEBANYAK 2 LEMBAR

HADIAH LANGSUNG : LEMARI ES 2 PINTU / TV LED 32 INCH / AC 3/4 PK

KETENTUAN KPR :

1. Booking Fee sebesar Rp 3.000.000
2. Booking Fee sudah mengurangi DP
3. KPR ditolak bank, booking fee hangus plus pajak- pajak yang sudah disetorkan

Transfer DP /Booking Fee ke Rekening Developer :  
 Bank Mandiri Cab. Cempaka Mas  
 No Rek : 123.000.5439.601  
 a/n PT. KENTANIX SUPRA INTERNATIONAL

Lampiran 12: Brosur Pameran Grand Nusa Indah Cileungsi

**HUT-RI**  
**72<sup>TH</sup>**

• **Lebih Dekat**  
• **Lebih Luas**  
• **Lebih Cepat**  
• **Lebih MURAH!!!**

grand  
**nusa indah**  
cileungsi

**Merdeka**  
**PUNYA RUMAH**

**Rumah 2 Kamar**  
Angsuran KPR Hanya  
**2 JT-AN**  
Per bulan

**Rumah 2 Lantai**  
Angsuran KPR Hanya  
**5 JT-AN**  
Per bulan

• **BEBAS BIAYA KPR**  
• **HADIAH** • **CASHBACK**

Member of  
**KALINDO Land**

MARKETING  
☎ 824 60 700 | 824 60 800 | 292 17 301

**Lampiran 13: Brosur Pameran Grand Nusa Indah Cileungsi**

**Type AMBROSSIA**  
LB: 31 | LT: 60

**Type ALPINIA**  
LB: 36 | LT: 72

**Type BRYA**  
LB: 42 | LT: 84

**PETA LOKASI**

**FASILITAS GNI**

**PERTOKOAN**

**WATER PARK**

KPR Didukung Oleh :

mandin mandin syariah BANK I

BANK BTN BNI BANK DA

CIMBNIAGA BC



## Lampiran 14: Form Surat Penerimaan Rumah (SPR)



### PT KENTANIX SUPRA INTERNATIONAL

REAL ESTATE DEVELOPER

Gedung Plaza Property Komplek Pertokoan Pulomas Blok VIII No. 1 Jl. Perintis Kemerdekaan, Jakarta Timur

Telp: (021) 471 1188 Fax: (021) 471 0499

No. : 0501.2017

### SURAT PEMESANAN RUMAH/RUKO

( Lembar 1 )

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: FIKRI BULIMANSYAH
No. KTP	: 3276051510760005 No. NPWP : 08-592-100-8-412-000
Alamat Sesuai KTP:	: Jl. Jati Raya No. 773
Alamat Koresponden:	:
Email	:
No. Telp	: 081293123337 No. HP : 081314842475
Nama Kantor / Instansi	: Klinik Dawa 2
Alamat Kantor / Instansi	:
No. Telp / Fax	: Fax :

Dengan ini menyatakan setuju \*Memesan Rumah/Ruko dengan uraian sebagai berikut:

Perumahan	: Permata NUSA Indah
Blok / No.	: H-3 / 29
Type:	: AZZURATE LT/LB : 60/22

Harga Jual	: Rp. 141.000.000
Pengajuan KPR	: Rp. 133.900.000 (-)
Jumlah Kewajiban Standart	: Rp. 7.100.000
BPHTB	: Rp. 4.050.000
Surat-surat	: Rp. 2.500.000
Lain-lain	: Rp. ....
Lain-lain	: Rp. .... (+)
Total Kewajiban	: Rp. ....

Pembayaran hanya diakui apabila sudah masuk/tercatat di Rek. Sah Developer

**BANK MANDIRI CAB. CEMPAKA MAS**

NO. 123.000 699 06 28

atas nama PT KENTANIX SUPRA INTERNATIONAL - PNI

setiap pembayaran WAJIB Mencantumkan Nama Pembeli + Blok + No. Kaveling

Belum termasuk biaya KPR yaitu provisi, administrasi, asuransi kebakaran dan jiwa, appraisal, notaris (PK, SKMHT, APHT), pengecekan sertipikat, dll.

#### Jadwal Bayar

Tanggal Pembayaran	Uraian Pembayaran	Jumlah
22.06.2017	Reserverd	Rp. 1.000.000
22.07.2017	Full Booking	Rp. 6.100.000
22.08.2017	Angsuran I	Rp. 4.050.000
22.09.2017	Angsuran II	Rp. 2.900.000
	Angsuran III	Rp. ....
	Angsuran IV	Rp. ....
	Angsuran V	Rp. ....
	Angsuran VI	Rp. ....
	Angsuran VII	Rp. ....
	Angsuran VIII	Rp. ....

Dengan ini saya sebagai pembeli menyetujui segala hal yang tercantum dalam surat Pernyataan Kesediaan Memenuhi Ketentuan Pemesanan Rumah/Ruko (Lembar 2) :

Jakarta tanggal .....

PIHAK PEMBELI

*(Signature)*  
FIKRI BULIMANSYAH

PIHAK PENJUAL

*(Signature)*  
Sales

#### PENTING !!!

Maks. Pembayaran di Kantor Pemasaran Rp. 1.000.000,-	ACC
Dilarang Membayar Tahapan / Pelunasan Kepada Sales	Konsumen
Haga Jual, Diskon, Program Subsidi, Hadiah Hanya Berlaku Bila Pembayaran dan Akad / AJB Tepat Waktu	Sales

1. Putih (Konsumen) 2. Merah (Admin) 3. Kuning (Keuangan) 4. Hijau (Sales)