

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN DI PT
METROPOLITAN LAND Tbk SEBAGAI STAF BAGIAN
*MARKETING SUPPORT***

**AFRIZAL ZULMI
8223118214**



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
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

LEMBAR EKSEKUTIF

AFRIZAL ZULMI. 2011. 8223118214. Laporan Praktik Kerja Lapangan Bagian Pemasaran PT Metropolitan Land Tbk divisi Marketing sebagai *Marketing Support*. Program studi DIII Manajemen Pemasaran Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini disusun berdasarkan pengalaman praktik selama dua bulan pada tanggal 8 Juli 2013 sampai dengan tanggal 13 September 2013 melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT Metropolitan Land Tbk. Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Selama praktik di PT Metropolitan Land Tbk dalam menjalani tugas berada dibawah bimbingan pegawai *Marketing Support* di gedung pemasaran Jalan Hamengkubuwono, Jakarta Timur, 10210. Dibagian ini praktikan bertugas membuat strategi promosi produk, potongan harga, dan menghitung jumlah insentif untuk para sales di PT Metropolitan Land Tbk.

Kata Kunci : *Marketing Support*, Strategi Promosi, Potongan Harga, Insentif.

EXECUTIVE SHEETS

AFRIZAL ZULMI, 2011, 8223118214, Report of Field Work Practice Marketing Section of Metropolitan Land Tbk Ltd., division Marketing as Marketing Support. Study Program Marketing Management Diploma of Management Faculty of Economics, State University of Jakarta.

This Reports of Field Work Practices (PKL) was prepared based on the practical experience during two months on 8 July 2013 until 13 September 2013 of Field Work Practice in Meta Dwiguna Trancorp Ltd. This Field Work Practice report was written to fulfill one of the requirements to get a degree Associate Expert at the Faculty of Economics, State University of Jakarta.

This Field Work Practice report is written based on the experience in Field Work Practice in Metropolitan Land Tbk Ltd. During practice in Metropolitan Land Tbk Ltd. In duty under the guidance of employee marketing support in marketing building Hamengkubuwono street, East Jakarta 10210. In this section the practice make Promotion Strategy Product, Discounts, and amount of incentives in the Metropolitan Land Tbk Ltd.

Keywords : Marketing Sales, Promotion Strategy, Discounts, Incentives.

LEMBAR PENGESAHAN

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi - Universitas Negeri Jakarta



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 19570221 198503 2 002


Nama	Tanda tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 19570221 198530 2 002	
Dosen Pembimbing		
<u>Dra. Solikhah, MM</u> NIP. 196206231990032001		18-01-2016
Penguji Ahli		
<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001		18-01-2016

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR PKL

Pembimbing

Tanda tangan Tanggal

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001


.....

Jakarta, 30 Desember 2015

Ketua Jurusan Manajemen

Ketua Program Studi Pemasaran



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985032001



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985032001

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Atas segala berkat dan karunia-Nya pada praktikan, akhirnya praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang merupakan syarat kelulusan di Program Studi Diploma III, Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Praktikan 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. Dra Sholikha MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan praktikan.
2. Drs. Dedi Purwana E. S., M.Bus Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra Umi Mardiaty M.Si Selaku Ketua Program Studi Diploma Manajemen Pemasaran dan Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Pimpinan dan *Staff Divisi Marketing Support* PT Metropolitan Land Tbk.
5. Orangtua dan kakak, serta keluarga besar.

6. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta yang ikut dalam penyusunan laporan praktik kerja lapangan ini.

Pada akhirnya Praktikan berharap semoga Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Praktikan menyadari bahwa Laporan Praktik Kerja Lapangan ini belum sempurna, oleh karena itu, praktikan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak demi kesempurnaan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini.

Jakarta, 31 Desember 2015

Praktikan

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan.....	1
B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan.....	4
C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan.....	4
D. Tempat Praktik Kerja Lapangan.....	5
E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Perusahaan.....	7
B. Struktur Organisasi Perusahaan.....	10
C. Kegiatan Umum Perusahaan.....	13
BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	
A. Bidang Kerja.....	18
B. Pelaksanaan Kerja.....	18
C. Kendala Yang Dihadapi.....	24
D. Cara Mengatasi Kendala.....	24
BAB IV KESIMPULAN	
A. Kesimpulan.....	25
B. Saran.....	26
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Judul	Gambar	Halaman
Table 2.1	Daftar produk Metland Menteng.....	14
Table 2.2	Daftar harga Metland Menteng.....	17
Table 3.1	Kegiatan harian praktikan.....	22-25

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Saat ini, pendidikan merupakan sebuah kebutuhan dasar setiap manusia, dan sudah menjadi hak setiap manusia untuk mendapatkan pendidikan yang layak. Pendidikan merupakan kebutuhan sepanjang hayat. Setiap manusia membutuhkan pendidikan, sampai kapan dan dimanapun ia berada. Pendidikan sangat penting artinya, sebab tanpa pendidikan manusia akan sulit berkembang bahkan akan terbelakang. Dengan demikian, pendidikan harus betul-betul diarahkan untuk menghasilkan manusia yang berkualitas yang mampu bersaing, di samping memiliki budi pekerti yang luhur dan moral yang baik.

Di era globalisasi saat ini, manusia dituntut untuk menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Manusia yang tidak memiliki pendidikan maka dengan sendirinya akan tersisih dari persaingan global saat ini. Ketatnya persaingan di dunia kerja saat ini membuat banyak perguruan tinggi yang melakukan antisipasi terhadap perkembangan tersebut. Perguruan tinggi tersebut juga mulai melakukan langkah-langkah agar mutu pendidikan dan kualitas lulusan mereka tetap terjaga dan diminati oleh perusahaan-perusahaan pengguna tenaga kerja dengan menerapkan Praktik Kerja

Lapangan (PKL) kepada mahasiswa. Dan mahasiswa wajib melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah mata kuliah wajib di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (FE UNJ) yang bertujuan untuk membekali mahasiswa dalam mengenal, mengetahui, memahami aplikasi dan keterkaitan ilmu dalam bidang ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan dunia kerja. Setiap mahasiswa FE UNJ, khususnya program studi D3 Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen, diwajibkan untuk mengikuti program ini untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat gelar ahli madya.

Dengan mengikuti program PKL, mahasiswa diharapkan dapat mensinergikan pengetahuan akademik mahasiswa dengan lingkungan kerja. Selain itu, jika mahasiswa tersebut memiliki penilaian kinerja yang baik dari perusahaan/instansi tempat pelaksana PKL, maka bukan hal yang mustahil mahasiswa tersebut memiliki kesempatan untuk bergabung dengan perusahaan tempatnya bekerja setelah lulus nanti. Pelaksanaan PKL dilakukan selama 2 bulan.

B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Maksud PKL:

1. Mempelajari strategi pemasaran dengan melakukan praktek kerja lapangan di PT Metropolitan Land Tbk.
2. Melakukan praktek kerja sesuai dengan latar belakang praktikan, yaitu D3 Manajemen Pemasaran

Tujuan PKL adalah:

1. Mengetahui *job description* salah satu divisi di Metland, yaitu Divisi *marketing support*
2. Untuk mengetahui strategi *marketing support* dalam meningkatkan penjualan

C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan

Dapat mendeskripsikan tentang aktivitas atau tanggung jawab divisi pemasaran PT.Metropolitan Land Tbk.

Memperoleh pengalaman kerja di bidang *Marketing Support* di PT Metropolitan Land Tbk.

Manfaat yang didapat setelah melaksanakan PKL, yaitu:

Bagi Mahasiswa

- a. Memahami dan mengenal dinamika dunia kerja pada unit-unit kerja, baik lingkungan pemerintah maupun perusahaan.
- b. Mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya setelah mendapat gelar ahli madya.
- c. Melatih keterampilan dan kemampuan mahasiswa sesuai dengan pengetahuan yang didapat di bangku perkuliahan.

1. Bagi Fakultas Ekonomi

- a. Mengetahui sejauh mana peran tenaga pengajar dalam memberikan materi perkuliahan mahasiswa sesuai dengan perkembangan yang terjadi di dunia kerja.

- b. Mengetahui sejauh mana efektivitas antara kurikulum (materi perkuliahan, metode dan media) yang diterapkan dengan dinamika dan kondisi dunia kerja yang sesungguhnya.
- c. Mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum sesuai dengan kebutuhan di lingkungan instansi/perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

- a. Praktikan membantu pekerjaan perusahaan/instansi tempat praktikan melaksanakan PKL.
- b. Terjalinnya hubungan yang teratur dan dinamis antara instansi/perusahaan dan lembaga perguruan tinggi, serta menumbuhkan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan melaksanakan praktik kerja lapangan di PT Metropolitan Land Tbk, dalam pelaksana praktikan ditempatkan di Divisi *Marketing*, alamat kegiatan praktikan berada di:

Gedung Pemasaran Metland Menteng, Jl. Hamengkubuwono, Jakarta Timur.

Kode Pos : 10210

No Telp : (021) 522 6188

No Fax : (021) 522 6188

Website : <http://www.metropolitanland.com>

E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan

Jadwal waktu PKL dilakukan selama dua bulan dimulai tanggal 8 Juli 2013 sampai 13 September 2013. Pada hari Senin sampai dengan Jumat PKL dimulai pukul 08.00 s/d 16.30 WIB.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Metland didirikan pada tanggal 16 Februari 1994 dan mulai beroperasi pada tanggal 28 Oktober 1994. Metland adalah sebuah perusahaan yang di tujukan bergerak di bidang properti. Metland pada yang awalnya bernama PT Metropolitan Development didirikan oleh Ir. Ciputra.

Di awal berdirinya perusahaan ini, Metland membangun proyek perumahan pertamanya yaitu Metland Menteng yang berlokasi di Hamengkubuwono, Jakarta Timur. Pada perumahan pertamanya ini Metland membangun 79 unit rumah dan satu ruko. Sejak itu, perusahaan mulai membuat proyek di daerah lain hingga terus berfokus pada pengembangan perumahan seperti, metland Puri, Transyogi, Tambun Cileungsi, dan Cibitung; dan komersial seperti hotel Horizon Seminyak Bali, @HOM hotel Tambun, Waterland, dan Mall Metropolitan Bekasi.

Metland juga menawarkan fasilitas-fasilitas yang memadai di dalam kompleks perumahannya. Fasilitas-fasilitas utama adalah pemasangan air PAM, listrik PLN, jalan kompleks yang terbuat dari paving block, cctv 24 jam dan security perumahan. Fasilitas-fasilitas penunjangnya adalah

pembangunan masjid, taman, dan kolam renang di dalam kompleks perumahannya.

Sejak tahun 2004, sebuah perusahaan investasi Singapura bernama Reco Newtown Pte. Ltd telah bergabung dengan perusahaan, meyakinkan fakta bahwa kepercayaan dari stakeholder meningkat. Pada tahun yang sama, Metland mencapai sertifikasi ISO 9001:2000 dari Sistem Registrar Serikat, membuktikan bahwa sistem manajemen Metland telah memenuhi standar internasional dan menunjukkan profesionalisme yang tinggi kepada publik juga.

Keberhasilan Metland saat ini menunjukkan kepuasan pelanggan, kualitas baik produk, manajemen yang profesional dan juga hubungan yang baik dengan lingkungan anak perusahaan dan kemitraan.

1. Visi dan Misi PT Metropolitan Land Tbk

Visi

- Menjadi Developer terdepan dan terpercaya.
- Melalui tujuan pekerjaan dan perilaku menentukan terutama tinggi kualitas produk sesuai dengan spesifikasi, harga wajar/ kompetitif, pengiriman Pada time, kepuasan pelanggan layanan.
- Dalam sesuai dengan janji, jangan pernah menyesatkan; tepat seperti yang diperintahkan; terpercaya.

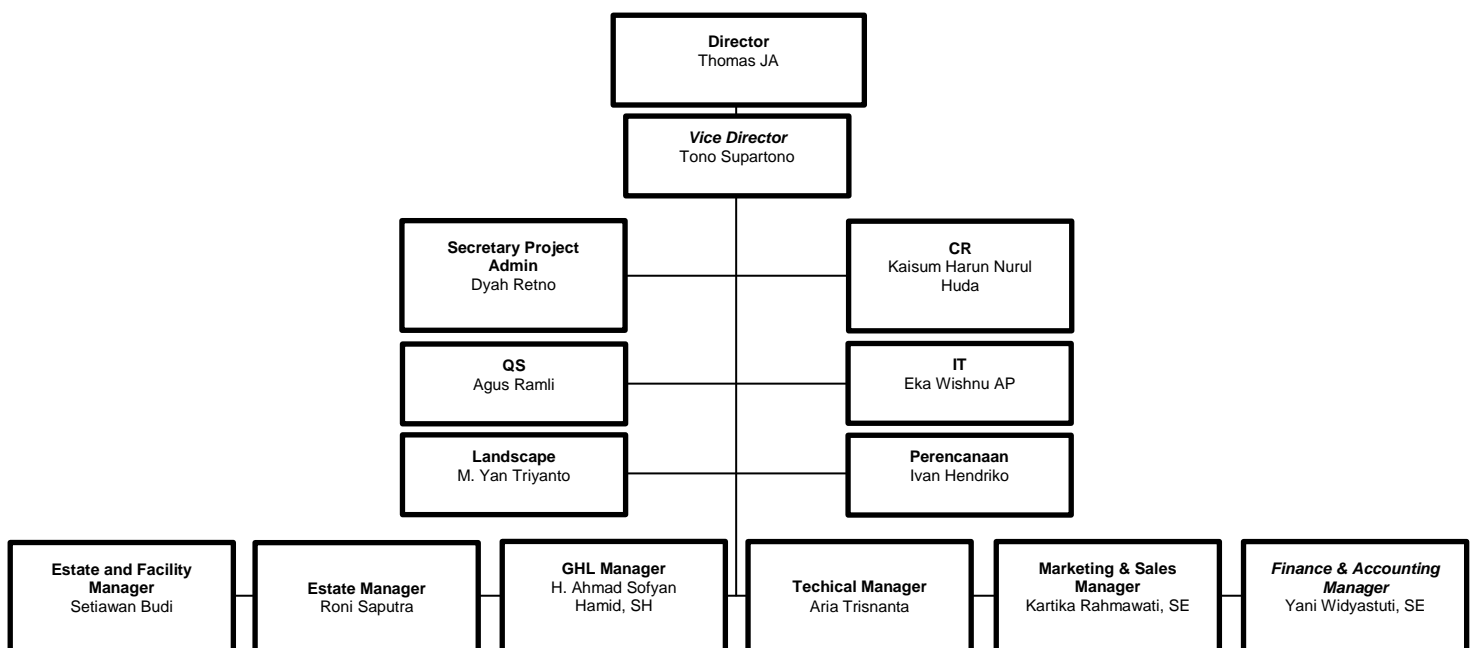
Misi

- Berkomitmen untuk memberikan kualitas properti perumahan dan komersial untuk kepuasan pelanggan.

- Berinvestasi di properti dengan imbal hasil yang menarik.
- Mempertahankan pengembalian yang tinggi untuk tujuan keuangan kita untuk memaksimalkan nilai pemegang saham.

B. Struktur organisasi

Berikut adalah gambar dari struktur organisasi PT. Metropolitan Land Tbk. Cabang menteng



Gambar 2.1.

Struktur Organisasi MetLand.

Sumber : *Branch Manager MetLand cabang Menteng*

1. *Director*

- Menetapkan anggaran dan rencana keuangan perusahaan.
- Memimpin, mengurus, dan mengelola perseroan sesuai dengan tugas pokok perusahaan.

- c. Merumuskan dan melaksanakan kebijakan perusahaan sesuai dengan kebijakan umum yang telah ditetapkan oleh RUPS.
- d. Menyiapkan Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) dan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) pada waktunya.
- e. Menyampaikan laporan pertanggungjawaban kegiatan perusahaan dan perhitungan hasil usaha menurut cara dan waktu yang telah ditetapkan oleh RUPS.

2. Vice Director

- a. Mengawasi seluruh kegiatan di perusahaan baik di bidang operasional dan bidang SDM.
- b. Mengembangkan perusahaan sesuai dengan kebijakan yang digariskan oleh perusahaan.
- c. Menangani untuk mencari jalan keluar dari kesulitan tiap-tiap bagian.
- d. Menyampaikan laporan atau membicarakan hal-hal yang penting yang akan/telah dilaksanakan atau diputuskan oleh manajer.
- e. Membina hubungan baik dengan relasi.

3. Secretary Project Admin

- a. Menyiapkan data perusahaan.

- b. Membuat dan memberikan laporan dan informasi yang penting kepada atasan atau pimpinan.
- c. Mengatur rapat perusahaan.

4. *Finance and Accounting Manager*

- a. Mengatur tata cara pembayaran konsumen.
- b. Mengurus pengkreditan dari pihak Bank.
- c. Mengurus masalah notaris.
- d. Membuat pembukuan perusahaan dengan baik dan rapi.

5. *Marketing and Sales Manager*

- a. Menentukan harga jual, produk yang akan diluncurkan, jadwal kunjungan serta system promosi untuk memastikan tercapainya target penjualan.
- b. Melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dari hasil survey seluruh sales team untuk memastikan tercapainya target kepuasan pelanggan yang ditentukan.
- c. Menganalisa dan mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang ditentukan.

6. *General, Human Resource and Legal Manager*

- a. Mengurus surat izin dan surat-surat penting lainnya yang berkaitan dengan pengoperasian perusahaan.
- b. Mengurus sumber daya manusia di dalam perusahaan.

7. *Technical Manager*

- a. Mendesain rumah.
- b. Mengurus pembangunan.
- c. Mengurus.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

Metland adalah suatu perusahaan yang kegiatan usahanya adalah jual beli rumah secara tunai ataupun kredit. Perusahaan ini bekerjasama dengan bank-bank perkreditan rumah dalam mendistribusikan perumahannya. Hal ini dimaksudkan agar tujuan perusahaan dapat dengan mudah tercapai. Di dalam menjalankan usahanya Metland sangat mengutamakan kenyamanan pelanggannya. Fasilitas-fasilitas yang diberikan di setiap perumahan yang mereka kembangkan juga memadai. Fasilitas-fasilitas tersebut diantaranya adalah pembangunan mesjid, taman, dan kolam renang di dalam kompleks perumahannya.

Berikut penjelasan bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk menyusun strategi pemasaran dalam menunjang kegiatan umum perusahaan:

1. Bauran Pemasaran

a. *Product*

Produk yang ditawarkan Metland merupakan suatu produk yang *tangible* (terlihat secara fisik). Produk Metland merupakan tipe-tipe perumahan yang dijual oleh Metland. Berikut daftar tipe-tipe perumahan yang ditawarkan oleh Metland (table 2.1)

Tabel 2.1
Tipe produk MetLand

Tipe rumah	Deskripsi		Spesifikasi Teknis				
	LT	LB	Pondasi	Dinding	Atap Rangka	Pintu	Jendela
Valeria	180m2	150m2	Minipile	Bata	Baja Ringan	Panel Solid	Alumunium
Florice	112m2	72m2	Minipile	Bata	Baja Ringan	Panel Solid	Alumunium
Gladiola	160m2	72m2	Foot Plat Beton	Bata	Baja Ringan	Panel	Kayu Kamper
Regina	200m2	181m2	Minipile	Bata	Baja Ringan	Panel Solid	Alumunium
Jasmine II	128m2	103m2	Minipile	Bata	Baja Ringan	Panel Solid	Alumunium
Greta	102m2	90m2	Batu kali	Bata	Baja Ringan	Panel	Kayu Kamper
Stella	96m2	62m2	Tiang Pancang	Bata	Baja Ringan	Solid	Alumunium

Sumber: PT Metropolitan Land Tbk

b. *Price*

Harga merupakan suatu ketentuan yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang diinginkan. Pada bisnis ini harga yang di tawarkan oleh Metland mengikuti harga bangunan dan tanah terbaru.

Berikut daftar harga yang ditawarkan Metland pada bulan Juli 2013 (table 2.2)

:

Tabel 2.2
Daftar Harga produk Metland

NO	Tipe	Luas		Harga
		Tanah	Bangunan	
1	Valeria	192m ²	155m ²	Rp.2,500,000,000
2	Florice	112m ²	72m ²	Rp. 930.600.000.
3	Gladiola	160m ²	72m ²	Rp. 792,000,000
4	Regina	200m ²	181m ²	Rp. 2.875,000,00
5	Jasmine	128m ²	82m ²	Rp. 829,700,000
6	Greta	102m ²	90m ²	Rp. 626,550,000
7	Stella	96m ²	62m ²	Rp. 620,800,000

Sumber: PT Metropolitan Land Tbk

c. *Place*

Dalam menghadapi persaingan dibisnis property ini ini dan dalam pencapaian target penjualan, Metland memiliki kantor pemasaran yang besar dan juga strategis karena berada di depan proyek perumahannya langsung. Dan perumahan Metland berada di jl. Hamengkubuwono, Jakarta Timur yang sangat strategis yang berada didekat jalan bebas hambatan (TOL), dan berdaerah bebas banjir karena dekat dengan Banjir Kanal Timur (BKT).

d. *Promotion*

Promosi memang merupakan media yang sangat membantu dan memaksimalkan penjualan sehingga mencapai target. Strategi promosi yang dilakukan oleh Metland yaitu:

1) Periklanan.

Metland Menteng melakukan aktifitas promosi periklanan melalui berbagai media seperti, Koran, tabloid, radio,

majalah, online, *banner*, baliho, *billboard*, brosur, dan *flyer*. Metland Menteng memang tidak menggunakan media televisi yang menurut mereka dikarenakan karena terlalu mahal dan kurangnya dana yang diberikan kepada bagian promosi. Dalam promosi media cetak dan elektronik, Metland Menteng tidak lebih dari 30 kali dalam setahun padahal, banyak pesaing pesaingnya yang lebih memilih media elektronik.

2) Promosi penjualan.

Metland Menteng melakukan promosi penjualan dibagi menjadi dua, yaitu hadiah dan *souvenir*

a) Hadiah

Hadiah yang diberikan bisa berupa macam-macam, mulai dari AC, TV LED, hingga *Cashback*. Hadiah yang diberikan juga mengikuti harga bahan bangunan dan tanah.

b) *Souvenir*.

Souvenir adalah barang diberikan kepada setiap konsumen yang telah melakukan akad pembelian sebagai kenang kenangan. Barang yang diberikan bervariasi, mulai dari pulpen, mug, sampai payung.

3) Hubungan masyarakat.

Hubungan masyarakat merupakan program untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. Hubungan masyarakat yang Metland Menteng lakukan antara lain adalah *event* atau *exhibition*. *Event* dan *exhibition* biasanya dilakukan di pusat perbelanjaan, lokasi proyek dan, kantor pemasaran.

4) Penjualan perseorangan.

Penjualan perseorangan merupakan interaksi secara langsung dengan calon pembeli atau melakukan presentasi dan tanya jawab langsung. Kegiatan penjualan perseorangan sangatlah berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Kegiatan ini sangatlah penting bagi perusahaan dalam memperkenalkan produk yang dijual kepada konsumen

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Pelaksanaan kegiatan PKL selama 2 bulan kegiatan PKL di PT.

Metropolitan Land Tbk. Dimana ditempatkan di divisi *Marketing*

sebagai *Marketing Support*. Pegawai *Marketing Support* bertugas

- a) Membuat strategi promosi produk seperti pameran, promosi dengan mengguakan media cetak. media massa
- b) Membuat program potongan harga berdasarkan harga perumahan sekitar lingkungan perumahan MetLand dan harga pasar.
- c) Membuat jumlah insentif untuk para sales

B. Pelaksanaan Kerja

Praktikan menjalani praktik kerja lapanga selama 2 bulan terhitung mulai tanggal 08 juli 2013 sampai dengan 13 September 2013.

Praktikan mendapatkan bimbingan dari Ibu Natalie dan Ibu Kartika selaku pegawai di bagaian *Marketing Support* perusahaan dalam memberikan pengarahan dan pemaparan mengenai pekerjaan yang harus dilakukan praktikan selama melakukan Praktek Kerja Lapangan di Metland selama dua bulan.

Selanjutnya, praktikan diberikan penjelasan bagaimana prosedur dan proses dalam setiap pekerjaan dalam divisi *marketing support*, dan bagaimana cara menangani keluhan pelanggan. Seperti pelanggan yang mengeluhkan tentang atap yang bocor. Praktikan juga diharapkan

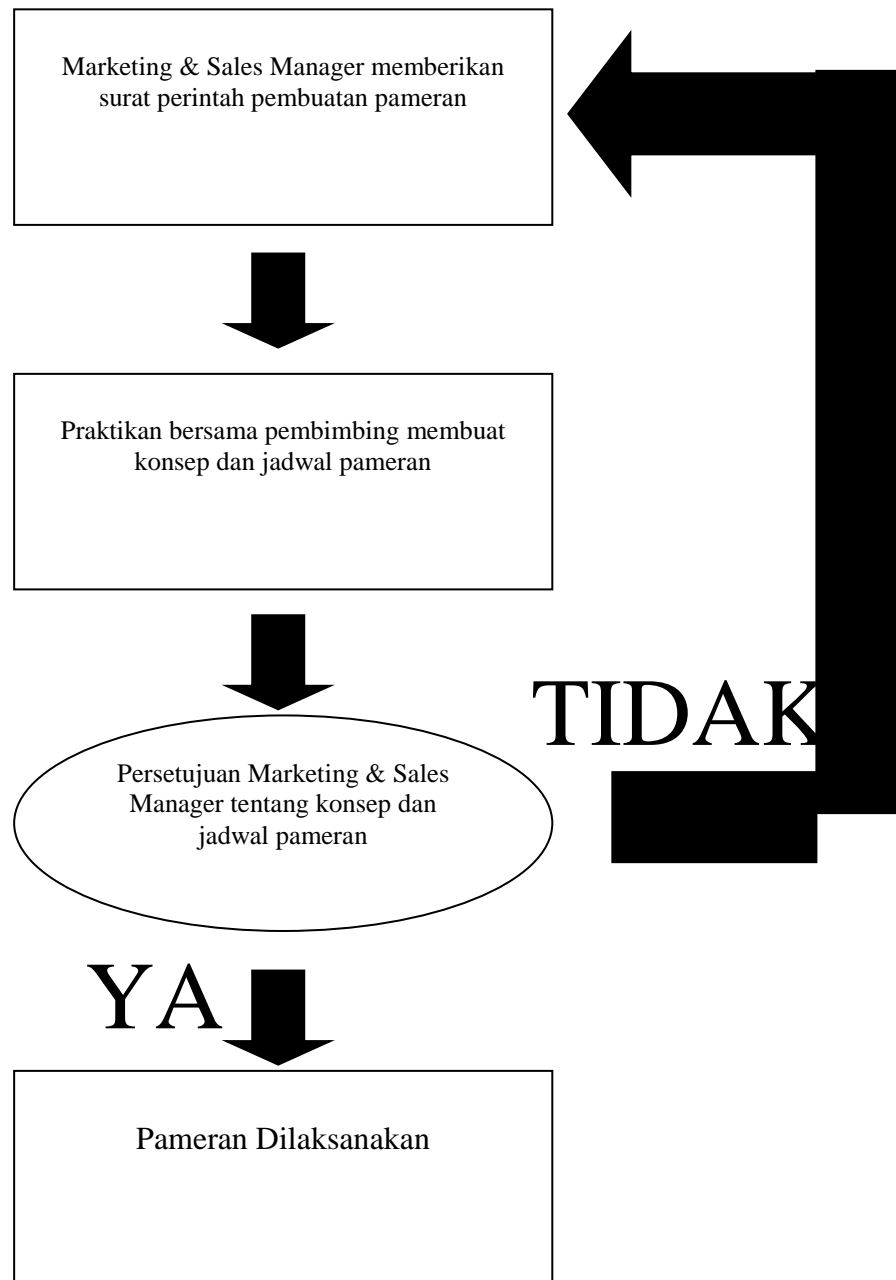
dapat mempunyai kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik dengan para konsumen, dan, penguasaan alat kantor yang harus dilakukan oleh semua karyawan seperti menggunakan mesin fotocopy. Praktikan juga merasa memiliki peran untuk menyelesaikan pekerjaan dengan baik, mengingat pekerjaan tersebut merupakan bentuk pelajaran yang harus diterima praktikan selama melakukan kegiatan PKL.

Berikut adalah penjelasan dari pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan selama melaksanakan praktik kerja lapangan di PT Metropolitan Land Tbk:

1. Membuat jadwal pameran rutin dan menyebarkannya pada semua *sales* (dapat dilihat pada gambar 3.1)
2. Membantu menyiapkan brosur dan kartu nama sebagai alat bantu dalam pameran.
3. Mengatur bonus pembelian unit untuk konsumen seperti :
 - Uang muka 40 % mendapatkan AC 1 pk, handphone Samsung Galaxy wonder, TV LED 40 inc.
 - Uang muka 30% mendapatkan AC ½ pk, handphone Samsung galaxy young.
4. Foto Copy data-data konsumen yang berupa SPR (Surat Pembelian Rumah), SPPJB (Surat Perjanjian Perintah Jual Beli) maupun data pribadi layaknya KTP, NJOP, surat nikah atau cerai

dan, kartu keluarga untuk pemberkasan bagi bagian keuangan dan *marketing support*.

Flow Chart Pembuatan Pameran



Dari *flowchart* diatas menjelaskan bahwa salah satu pekerjaan yang dilakukan praktikan selama melakukan praktek kerja lapangan (PKL) adalah membuat jadwal dan konsep pameran untuk meningkatkan penjualan. Pameran ada yang dilakukan secara rutin yaitu selama dua minggu sekali yang bertempat di Metropolitan Mall.yang dikarenakan Metropolitan Mall itu dibuat oleh Metropolitan Land. Tbk. Selain pameran yang dilakukan di Metropolitan Mall juga dilakukan di Jakarta Convention Center (JCC).

Marketing support mendapatkan surat perintah dari *Marketing dan sales Manager* untuk menentukan jadwal dan konsep jadwal dan meminta persetujuan kepada *Marketing dan sales manager* lalu setelah mendapat persetujuan dari *Marketing dan sales Manager* maka *Marketing support* memberituhkan kepada *Sales*.

Dibawah ini adalah rincian kegiatan yang dilakukan praktikan selama dua bulan di Divisi Pemasaran bagian promosi PT Metropolitan Land

Tbk:

Tabel 3.1
Kegiatan Kerja Praktikan di PT Metropolitan Land (Persero) Tbk

Tanggal	Kegiatan
8 Juli 2013	Perkenalan dengan Kepala Divisi, Kepala Bagian, dan semua staf PT Metropolitan Land (MetLand) Tbk dan memberi arahan pekerjaan yang akan di lakukan oleh praktikan.
9 Juli 2013	Pengajaran tentang penggunaan alat – alat kantor.
10 Juli 2013	Pengenalan dan studi kasus berkas data data administrasi di Div. Pemasaran MetLand.
11 Juli 2013	Filling data
12 Juli 2013	Filling data
13 Juli 2013	Libur
14 Juli 2013	Libur
15 Juli 2013	Memberikan bonus pembelian
16 Juli 2013	Memberikan SPR (Surat Pembelian Rumah), SPPJB (Surat Perjanjian Perintah Jual Beli) kepada bagian keuangan

17 Juli 2013	Filling data
18 Juli 2013	Memberikan bonus pembelian
19 Juli 2013	Memberikan bonus pembelian
20 Juli 2013	Libur
21 Juli 2013	Libur
22 Juli 2013	Filling data
23 Juli 2013	Filling data
24 Juli 2013	Memberikan bonus pembelian
25 Juli 2013	Memberikan SPR (Surat Pembelian Rumah), SPPJB (Surat Perjanjian Perintah Jual Beli) kepada bagian keuangan
26 Juli 2013	Filling data
27 Juli 2013	Libur
28 Juli 2013	Libur
29 Juli 2013	Filling data
30 Juli 2013	Membantu menyiapkan keperluan pameran
31 Juli 2013	Membantu Pameran
1 Agustus 2013	Filling data
2 Agustus 2013	Filling data
3 sampai 18 Agustus 2013	Libur awal puasa
19 Agustus 2013	Menyiapkan keperluan untuk pameran
20 Agustus 2013	Membantu Pameran

21 Agustus 2013	Memberikan bonus pembelian
22 Agustus 2013	Filling data
23 Agustus 2013	Memberikan bonus pembelian
24 Agustus 2013	Libur
25 Agustus 2013	Libur
26 Agustus 2013	Memberikan bonus pembelian
27 Agustus 2013	Memberikan SPR (Surat Pembelian Rumah), SPPJB (Surat Perjanjian Perintah Jual Beli) kepada bagian keuangan.
28 Agustus 2013	Filling data
29 Agustus 2013	Menyiapkan SPR (Surat Pembelian Rumah), SPPJB (Surat Perjanjian Perintah Jual Beli) untuk sales
30 Agustus 2013	Menyiapkan SPR (Surat Pembelian Rumah), SPPJB (Surat Perjanjian Perintah Jual Beli) untuk sales
31 Agustus 2013	Libur
1 September 2013	Libur
2 September 2013	Filling data
3 September 2013	Filling data
4 September 2013	Memberikan bonus pembelian
5 September 2013	Memberikan bonus pembelian

6 September 2013	Memberikan SPR (Surat Pembelian Rumah), SPPJB (Surat Perjanjian Perintah Jual Beli) kepada bagian keuangan.
7 September 2013	Libur
8 September 2013	Libur
9 September 2013	Filling data
10 September 2013	Memberikan bonus pembelian
11 September 2013	Menyiapkan SPR (Surat Pembelian Rumah), SPPJB (Surat Perjanjian Perintah Jual Beli) untuk sales
12 September 2013	Filling data
13 September 2013	Filling data

Sumber: Data diolah praktikan

C. Kendala Yang Dihadapi

1. Praktikan merasa kesulitan beradaptasi dan merasa canggung pada awal memulai praktik kerja lapangan dikarenakan praktikan belum terbiasa dengan suasana kerja, serta belum bersosialisasi dengan staf yang terdapat di ruang tempat praktikan melaksanakan praktik kerja lapangan.
2. Praktikan mendapat kendala dalam melaksanakan tugas yang diberikan karena tidak mendapatkan komputer tersendiri sebagai sarana dalam melaksanakan tugas yang diberikan.

D. Cara Mengatasi Kendala

Menurut Soerjono Soekanto (Soekanto, 2000: 10-11) memberikan beberapa batasan pengertian dari adaptasi sosial, yakni:

- 1) Proses mengatasi halangan-halangan dari lingkungan.
- 2) Penyesuaian terhadap norma-norma untuk menyalurkan ketegangan.
- 3) Proses perubahan untuk menyesuaikan dengan situasi yang berubah.
- 4) Mengubah agar sesuai dengan kondisi yang diciptakan.
- 5) Memanfaatkan sumber-sumber yang terbatas untuk kepentingan lingkungan dan sistem.
- 6) Penyesuaian budaya dan aspek lainnya sebagai hasil seleksi alamiah. Dari batasan-batasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa adaptasi merupakan proses penyesuaian. Penyesuaian dari individu, kelompok, maupun unit sosial terhadap norma-norma, proses perubahan, ataupun suatu kondisi yang diciptakan. Lebih lanjut tentang proses penyesuaian tersebut. Dan menurut Menurut David A. Goslin berpendapat "Sosialisasi adalah proses belajar yang di alami seseorang untuk memperoleh pengetahuan ketrampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya. Dari pernyataan David A. Goslin tersebut dapat disimpulkan bagaimana seseorang didalam proses belajar, memahami,

menanamkan didalam dirinya untuk memperoleh pengetahuan ketrampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar individu tersebut dapat diterima serta berperan aktif didalam kelompok masyarakat. Maka dari itu praktikan mencoba beradaptasi dengan lingkungan dan bersosialisasi dengan karyawan sesuai dengan teori para ahli.

1. Praktikan membawa *laptop* pribadi sebagai sarana untuk mengerjakan tugas-tugas yang diberikan selama melaksanakan praktik kerja lapangan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah praktikan melaksanakan PKL selama dua bulan di Metland, maka praktikan mencoba menarik beberapa kesimpulan. Berikut beberapa kesimpulan yang diperoleh praktikan setelah melaksanakan PKL:

1. Bidang kerja pegawai bagian *marketing support* adalah menentukan harga jual produk yang akan *dilaunching* , jadwal kunjungan serta sistem promosi untuk memastikan tercapainya penjualan. Melakukkann evaluasi kepuasan pelanggan dari hasil survey seluruh *sales* team untuk memastikan tercapainya target kepuasan pelanggan yang ditentukan. Dan menganalisa dan mengembangkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang ditentukan
2. Strategi yang digunakan *marketing support* dalam meningkatkan penjualan dengan cara seperti *event* , *kanvasing* , memberikan bonus , membuat spanduk sangatlah efektif dikarenakan strategi *sales* dimetland menunggu konsumen datang.

B. Saran

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan PKL, praktikan melalui laporan PKL ini bermaksud memberikan saran. Agar di masa yang akan datang dapat menjadi bahan pembelajaran dan masukan

yang positif, sehingga dapat dijadikan acuan untuk perbaikan bagi pihak-pihak terkait. Adapun beberapa saran yang dapat praktikan berikan antara lain:

1. Untuk perusahaan

- a. Perusahaan diharapkan menambah fasilitas untuk bagian *Marketing support* dan peserta PKL. Agar karyawan lebih efektif dan efisien dalam menyelesaikan tugas yang diberikan.
- b. Perusahaan diharapkan menambah karyawan di bagian *Marketing support* dan promosi. dikarenakan besarnya pengaruh terhadap penjualan produk oleh *Sales*.

2. Untuk Universitas

- a. Universitas Negeri Jakarta diharapkan terus membina kerja sama yang baik dengan instansi serta perusahaan untuk memudahkan mahasiswa dalam melakukan praktek kerja lapangan.
- b. Pihak Universitas Negeri Jakarta sebelumnya memberikan banyak pengarahan dan tips kepada setiap mahasiswa yang akan PKL agar tidak canggung saat melakukan PKL.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler dan Keller. Manajemen Pemasaran Edisi 14. New Jersey: Prentice Hall, 2012
- Laporan Tahunan Metland, 2013. Profil Perusahaan. Jakarta: PT Metropolitan Land Tbk, 2013
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang disempurnakan. Jakarta: Balai Pustaka, 2005
- PT Metropolitan Land Tbk, Buku Daftar Harga Perumahan. Jakarta: PT Metropolitan Land Tbk, 2013
- PT Metropolitan Land Tbk, Buku Daftar Produk Perumahan. Jakarta: PT Metropolitan Land Tbk, 2013
- PT Metropolitan Land Tbk, Kebijakan Umum Perusahaan. Jakarta: PT Metropolitan Land Tbk, 2013
- Tim Penyusun Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pedoman Praktek Kerja Lapangan. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2010

LAMPIRAN 1



Metland
menteng

Metland

Jakarta, 11 Juli 2013

No. : 008/HRD/MM/VII/2013

Kepada Yth :
Kepala Biro Administrasi
Akademik & Kemahasiswaan
Universitas Negeri Jakarta
Di Jakarta

Perihal : Surat Konfirmasi

Dengan hormat,
Menjawab surat no. 2400/UN39.12/PL/2013 tanggal 21 Juni 2013 mengenai Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan, dengan ini kami sampaikan, bahwa kami menerima permohonan tersebut untuk mahasiswa atas nama :

1. Afrizal Zulmi
2. Ardian Wiratama

Dengan periode magang : 8 Juli 2013 - 13 September 2013 sebagai Administrasi Marketing & Promosi Perumahan Metland Menteng, Cakung Jakarta Timur.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Hormat kami,

for

Metland

PT METROPOLITAN LAND Tbk

Tono Supartono
Vice Director

kntrak/i



PT Metropolitan Land Tbk.
Gedung Ariobimo Sentral It. 10
Jl. HR. Rasuna Said Blok X-2 Kav. 5
Jakarta 12950 - Indonesia
Tel. : +6221 522 6188, Fax. : +6221 522 6189
website : www.metropolitanland.com

Kantor Proyek :
Perumahan Metland Menteng Blok K
Jl. Hamengkubuwono IX Cakung
Jakarta 13960
Tel. : +6221 461 0702
Fax. : +6221 461 5865



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
BAUK : 4750930, BAAK : 4759081, BAPSI : 4752180
Bagian UHTP : Telepon. 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian HUMAS : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 0143/UN39.12/KM/2016
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

15 Januari 2016

Yth. Manager PT. Metropolitan Land Tbk.
Jl. Hamengkubuwono IX Cakung
Jakarta Timur

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

Nama : Afrizal Zulmi
Nomor Registrasi : 8223118214
Program Studi : Manajemen Pemasaran (D3)
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 082213836200

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah yang dilaksanakan pada tanggal 8 Juli s.d. 13 September 2013.

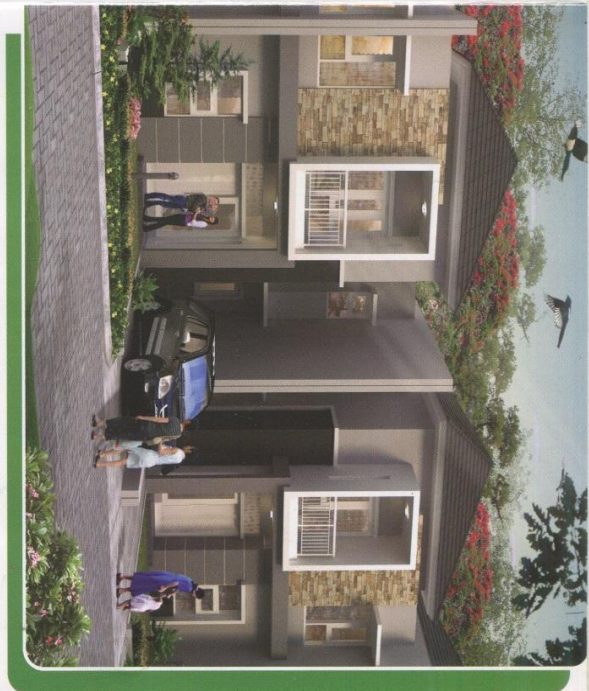
Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan



Drs. Syaifullah
NIP 195702161984031001

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Kaprog / Jurusan Manajemen



Stella
LT 96/LB 62

Jasmine II
LT 128/LB 103





Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

..... SKS

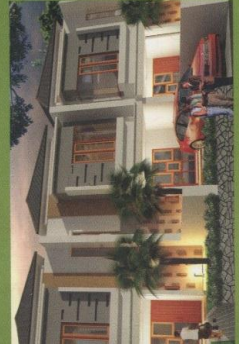
Nama : ARRIZAL ZULMI
No.Registrasi : 0223118214
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT. Metropolitan Land (METLAND Mengeng)
Alamat Praktik/Telp :

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 50-100	KETERANGAN				
1	Kehadiran	78	1.Keterangan Penilaian :				
2	Kedisiplinan	80	Skor Nilai Predikat				
3	Sikap dan Kepribadian	80	80-100 A Sangat baik				
4	Kemampuan Dasar	75	70-79 B Baik				
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	78	60-69 C Cukup				
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	75	55-59 D Kurang				
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	80	2.Alokasi Waktu Praktik :				
8	Aktivitas dan Kreativitas	80	2 sks : 90-120 jam kerja efektif				
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	78	3 sks : 135-175 jam kerja efektif				
10	Hasil Pekerjaan	75	Nilai Rata-rata :				
			$\frac{779}{10 \text{ (sepuluh)}} = 78$				
			Nilai Akhir :				
			<table border="1"> <tr> <td>78</td> <td>Baik</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>	78	Baik	Angka bulat	huruf
78	Baik						
Angka bulat	huruf						
Jumlah						

Jakarta, 13 September 2013

Penilai, *[Signature]*

Kartika. P



calia LT 96/LB 69



VALERIA BOULEVARD



Catleya LT 150/LB 81



Cordia LT 188/LB 168



Caliandra LT 150/LB 150



Catleya LT 150/LB 81





Building
Future
Leaders

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285
www.unj.ac.id/fe

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : ARRISAL Zulmi
No. Registrasi : R223118214
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : PT. Mekropolitan Land (MET Land Menteng)
Alamat Praktik/Telp : Jl. Hamengkubowono, 4 Jurg Menteng, (Cikung

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 8 Juli 2013	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa, 9 Juli 2013	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu, 10 Juli 2013	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kamis, 11 Juli 2013	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jumat, 12 Juli 2013	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin, 15 Juli 2013	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Selasa, 16 Juli 2013	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Rabu, 17 Juli 2013	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Kamis, 18 Juli 2013	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Jumat, 19 Juli 2013	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Senin, 22 Juli 2013	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Selasa, 23 Juli 2013	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Rabu, 24 Juli 2013	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Kamis, 25 Juli 2013	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Jumat, 26 Juli 2013	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta,

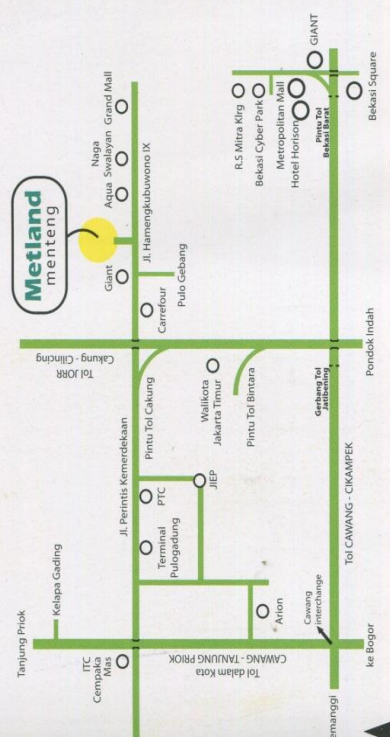
Penilai,

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Peta Lokasi



Cluster Ceressta
The Future of Nature



Metland
menteng

Pengembang
PT Metropolitan Land Tbk
 Jl. Hamengkubuwono IX, Cakung
 Jakarta Timur

461 0702



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285
www.unj.ac.id/fe

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : AFRIZAL EUCMI
No. Registrasi : 8223118214
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : Pt. Metrokolitan Land (MetLand Menteng)
Alamat Praktik/Telp :

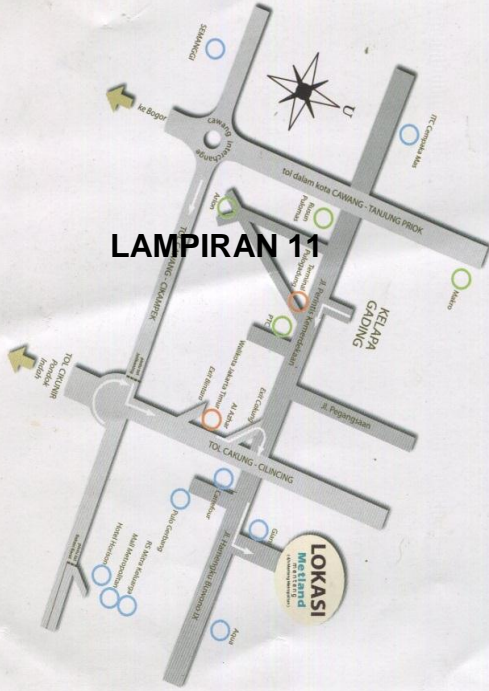
NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 29 Juli 2013	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa, 30 Juli 2013	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu, 31 Juli 2013	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kemis, 1 Agustus 2013	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jumat, 2 Agustus 2013	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin, 19 Agustus 2013	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Selasa, 20 Agustus 2013	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Rabu, 21 Agustus 2013	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Kemis, 22 Agustus 2013	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Jumat, 23 Agustus 2013	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Senin, 26 Agustus 2013	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Selasa, 27 Agustus 2013	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Rabu, 28 Agustus 2013	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Kemis, 29 Agustus 2013	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Jumat, 30 Agustus 2013	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta,

Penilai,

Catatan :

LOCATION



LAMPIRAN 11

Pengembang
PT. Metropolitan Land
 Jl. Hamengkubuwono IX
 Ujung Menteng, Cakung
 Jakarta Timur

 **(021) 461 0702**

Metland
 menteng

Kawasan
 Perumahan
 Ideal
 di
 Jakarta
 Timur



Metland

PROGRAM PROMOSI

Berlaku 1 – 30 Juni 2013

Promo ini berlaku untuk pembelian rumah atau kavling tanah pada 1 – 30 Juni 2013 di proyek Metland Menteng dengan ketentuan sbb:

HARGA PENGIKATAN (Rp) Excl PPN.	HADIAH	NILAI CASH BACK	
		Akad KPR 3 bulan sejak DP	Akad KPR lebih dari 3 bulan sejak DP
Semua Tipe Rumah/Kavling	LED 32" atau AC 3/4PK	Rp.3.000.000,-	Rp.2.000.000,-
Khusus RUKO	3 unit AC 1 PK	Rp. 12.000.000,-	Rp.10.000.000,-

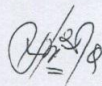
KETERANGAN

- 1 Merk AC, TV LCD atau TV LED yang diberikan adalah merk LG/Samsung/Sharp atau yang setara yang mudah ditemui dipasaran.
- 2 Untuk Blackberry dan Galaxy Note, konsumen **tidak diperkenankan memilih warna.**
- 3 Mengenai Merk dan Jenis/Tipe TV dan AC merupakan hak Developer.
- 4 Hadiah diserahkan kurang lebih 1(satu) bulan setelah pembayaran mencapai 30% untuk yang KPR melalui Developer atau sudah akad kredit KPR Bank.
- 5 Ketentuan lebih rinci akan diatur kemudian dan tidak bertentangan dengan ketentuan diatas
- 6 Dengan berlakunya program promosi ini, maka program sebelumnya tidak berlaku lagi.

Hormat kami,

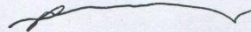


Ursula Rosalia

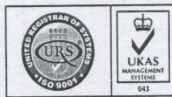


Kartika Rahmawati

Menyetujui,



Tono Supartono



URS is a member of Registrar of Standards (Indonesia) Ltd.

PT Metropolitan Land Tbk.
Gedung Ariobimo Sentral Lt. 10
Jl. HR. Rasuna Said Blok X-2 Kav. 5
Jakarta 12950 - Indonesia
Tel. : +6221 522 6188, Fax. : +6221 522 6189
website : www.metropolitanland.com

Kantor Proyek :
Perumahan Metland Menteng Blok K
Jl. Hamengkubuwono IX Cakung - Jakarta 13960
Tel. : +6221 461 0702
Fax. : +6221 461 5865