

**STRATEGI PEMASARAN BERBASIS ESTETIKA LANSKAP UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT. BERKAT JAYA DEVELOPMENT**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Diajukan oleh :

OCHA APRILIA PUTRI

NPM : 20420031

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN BERBASIS ESTETIKA LANSKAP UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT. BERKAT JAYA DEVELOPMENT**

Diajukan oleh :


OCHA APRILIA PUTRI

NPM : 20420031

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIBING

Tanggal, 16 Januari 2024



DIJAH JULINDRASTUTI, SE, M.AK

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Tanggal, 31 Januari 2024



DR. ADRIANTO TRIMARJONO, SE., MM.

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN BERBASIS ESTETIKA LANSKAP UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT. BERKAT JAYA DEVELOPMENT**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

OCHA APRILIA PUTRI
NPM : 20420031

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



(Dijah Julindrastuti, SE, M.Ak)

Ketua Penguji



(Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com.)

Anggota Penguji



(Lestari, SE., MM)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal **31** Januari 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM.

Ketua Progam Studi Manajemen

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ocha Aprilia Putri
NPM : 20420031
Alamat : banyu urip Kidul RT12, RW 09
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Berbasis Estetika Lanskap Untuk Meningkatkan Penjualan Properti Pada PT. Berkat Jaya Development”** adalah benar – benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan



OCHAAPRILIA PUTRI

NPM : 20420031

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kuasa-Nya sehingga Penulis diberikan kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN BERBASIS ESTETIKA LANSKAP UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PROPERTI PADA PT. BERKAT JAYA DEVELOPMENT”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana S1 program studi Manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna. Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, dorongan, dan bimbingan yang ditunjukkan kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada Yth :

1. Bapak Prof Dr. H Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. HTH-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., MAK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Ibu Maqbulla Arrochman, SE., M.AK., selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

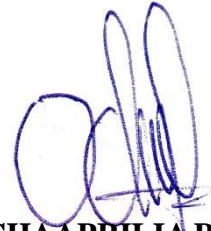
5. Ibu Dajah Julindrastuti, SE, M.AK., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran dalam proses penyusunan skripsi sehinggalah terselesaikan dengan sangat baik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, khususnya program studi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah membantu menyampaikan informasi kepada penulis.
8. Untuk yang paling istimewa kepada Ibu dan Ayah, yang paling berjasa dalam hidup saya, terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas kepercayaan yang telah diberikan kepada saya untuk melanjutkan Pendidikan kuliah, serta cinta dan do'a, motivasi, semangat dan nasihat yang tidak hentinya diberikan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada cinta kasih saudara saya kanding saya, terima kasih atas segala do'a usaha dan support yang telah diberikan kepada saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
10. Teman, serta semua pihak yang tidak bisa disebut satu persatu, terima kasih telah memberikan dukungan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh

karena itu penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, dan semua pihak.

Surabaya, Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan



OCHAAPRILIA PUTRI

NPM : 20420031

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.LATAR BELAKANG	1
1.2.RUMUSAN MASALAH	5
1.3.TUJUAN PENELITIAN	6
1.4.MANFAAT PENELITIAN	7
1.5.SISTEMATIKA SKRIPSI	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1.STRATEGI PEMASARAN	9
2.2.ANALISIS SWOT DALAM PEMASARAN PROPERTI	26
2.3.BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)	31

2.4.HUBUNAGN MATRIKS SWOT DAN BCG	39
2.5.PENELITIAN TERDAHULU	47
2.6.KERANGKA PENELITIAN	49
2.7.HIPOTESIS	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1.PENDEKATAN PENELITIAN	51
3.2.ANALISIS RUANG LINGKUP	51
3.3.POPULASI DAN SAMPEL	53
3.4.DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	54
3.5.JENIS DAN SUMBER DATA	56
3.6.PROSEDUR PENGUMPULAN DATA	57
3.7.TEKNIK ANALISIS	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1.GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	60
4.2.STRATEGI PEMASARAN PERUMAHAN GRAND KEDAMEAN REGENCY	64
4.3.IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT PADA PT. BERKAT JAYA DEVELOPMENT	87
4.4 BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)	114
4.5.ANALISIS DATA PENELITIAN	122
BAB V PENUTUP	124
5.1.KESIMPULAN	124

5.2.SARAN	125
5.3.KETERBARASAN PENELITIAN	126
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	29
Gambar 2.2	30
Gambar 2.3	32
Gambar 2.4	35
Gambar 2.5	39
Gambar 2.6	41
Gambar 2.7	44
Gambar 2.8	50
Gambar 4.1	63
Gambar 4.2	64
Gambar 4.3	94
Gambar 4.4	115

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	47
Tabel 3.1	54
Tabel 4.1	62
Tabel 4.2	89
Tabel 4.3	91
Tabel 4.4	95

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi strategi pemasaran berbasis estetika lanskap PT. Berkat Jaya Development menggunakan teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan data penelitian dari wawancara dengan tim pemasaran serta pengelola properti. Teknik analisis data ini menggunakan analisis SWOT dan menggunakan metode kualitatif. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa hasil analisis IFAS indikator yang menjadi kekuatan adalah kualitas produk yang bagus dan sangat memuaskan sehingga mampu bersaing dengan perumahan lainnya. Sedangkan untuk hasil analisis EFAS menunjukkan bahwa "rumah sebagai kebutuhan masyarakat" merupakan faktor peluang terbesar yang dimiliki perusahaan karena memiliki nilai rating terbesar dan "harga material yang naik" sebagai kelemahan paling besar yang dimiliki perusahaan karena memiliki nilai rating terendah.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Berbasis Estetiks Lanskap

ABSTRACT

This research evaluates the landscape aesthetics-based marketing strategies of PT. Berkat Jaya Development using analytical techniques. The study employs descriptive analysis with research data gathered from interviews with the marketing team and property managers. The data analysis technique involves SWOT analysis and utilizes qualitative methods. The analysis results indicate that within the IFAS analysis, the indicators highlighting product quality as a strength are excellent and highly satisfying, enabling competitive positioning against other housing options. Conversely, in the EFAS analysis, "housing as a societal necessity" emerges as the company's most significant opportunity factor due to its highest rating value. Meanwhile, "rising material prices" stands out as the most significant weakness, carrying the lowest rating value for the company.

Keywords: Landscape Aesthetics-Based Market