

Peran Media Sosial dan Marketing Mix 4P Dalam Strategi Pemasaran Online Pada Cluster Perumahan Grand Everest PT. Menteng Mandiri Sejahtera

Disusun oleh:

Yuriza Rahayu Irawan (236110100001)

Dosen Pembimbing :

Dr. Sriyono, Drs., MM.

Penguji :

Dr. Hadiah Fitriyah, SE., M.Si.

Dr. Supardi, SE., MM., CRM.

Program Studi Magister Manajemen

Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

April 2025

PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan pada penelitian ini menjelaskan pentingnya pemasaran bagi industri perumahan karena membutuhkan strategi untuk memenuhi kebutuhan hunian masyarakat yang semakin meningkat. Untuk distribusi Grand Everest Cluster, PT. Sejahtera Menteng Mandiri sebelumnya menggunakan strategi pemasaran yang kurang efektif, seperti inhouse marketing dan kerjasama agen properti. Oleh karena itu, perusahaan memutuskan untuk bisa menggunakan sistem pemasaran digital, yaitu melalui media sosial, WhatsApp, Instagram, dan Facebook, dan juga di mana apakah akan mendapat respon dari Search Engine Optimization.

Pada pendahuluan ini, juga dicatat kebutuhan bagi strategi pemasaran yang tepat dan aplikasi bauran pemasaran 4P sebagai bingkai kerja untuk meningkatkan efektivitas bisnis online. Pengukuran ini menghasilkan tujuan penelitian utama sebagai evaluasi peran media sosial dan bauran pemasaran 4P di strategi pemasaran digital Grand Everest Cluster.

TUJUAN PENELITIAN

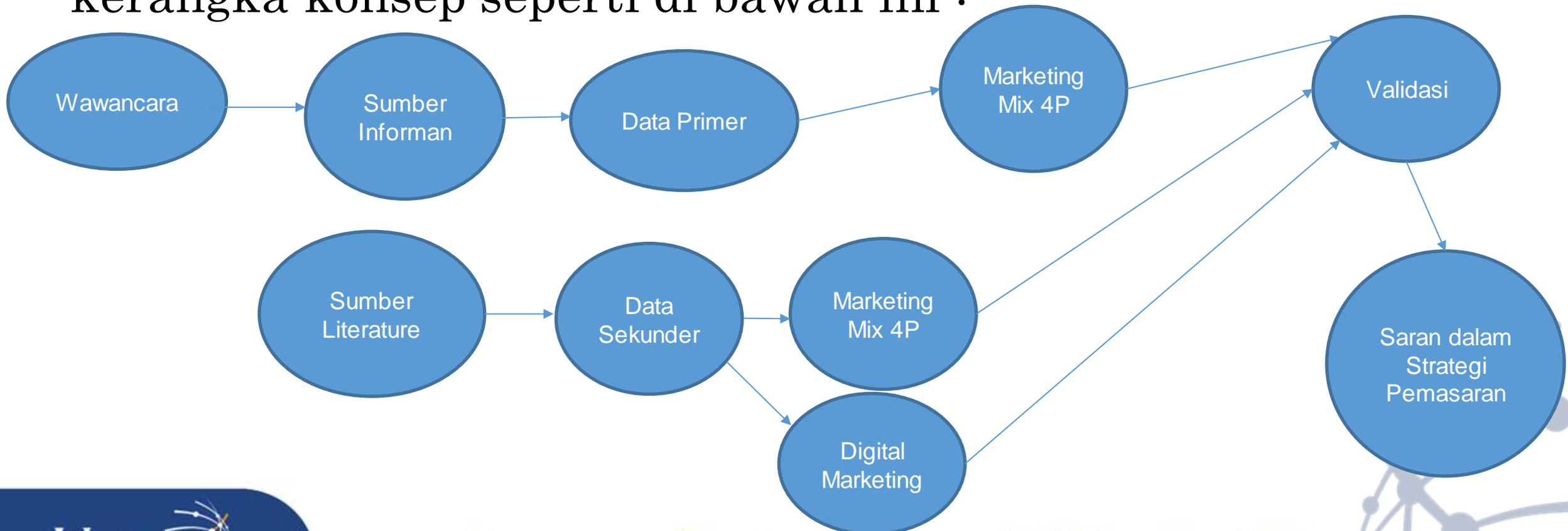
Mengevaluasi peran media sosial dan bauran pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion) dalam strategi pemasaran online yang diterapkan oleh PT. Menteng Mandiri Sejahtera pada proyek perumahan Grand Everest Cluster.

Metode Penelitian

- Jenis Penelitian : Menggunakan metode kualitatif dan didukung dengan proses triangulasi.
- Objek Penelitian : Peran Media Sosial dan Marketing Mix 4P Dalam Strategi Pemasaran Online Pada Cluster Perumahan Grand Everest PT. Menteng Mandiri Sejahtera. Penelitian ini dilakukan di Kantor PT. Menteng Mandiri Sejahtera yang berlokasi di Raya Wisma Lidah Kulon No.45D, Surabaya.
- Teknik Pengumpulan Data : wawancara, obeservasi, dan juga dokumentasi.
- Informan Penelitian : Pemilik, Project Manajer, dan Admin Marketing dari Perumahan Cluster Grand Everest PT. Menteng Mentari Sejahtera. 2 orang pembeli Perumahan Cluster Grand Everest, 3 orang sekitar yang bersinggungan langsung dengan Cluster perumahan Grand Everest dan 2 orang agen properti.
- Sumber data : berasal dari sumber informasi dari informan dan kemudian diperkuat dengan data perusahaan yaitu data pemasaran dan data rencana anggaran biaya.
- Teknik Analisis Data : Triangulasi untuk meningkatkan kredibilitas dan validasi data. Lalu menekankan analisis proses penyimpulan deduktif dan induktif, kemudian menggunakan kritikal analisis yang bertujuan untuk mengekstrak informasi yang diperlukan

Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan kerangka konsep seperti di bawah ini :



PEMBAHASAN

- **PRODUK**
- **Type Arnica, luas bangunan 36 dan luas tanah 60**

DESIGN TAMPAK RUMAH 1 LANTAI (36/60)



DESIGN RUMAH 1 LANTAI (36/60)



Type Eedelweiss, luas bangunan 55 dan luas tanah 60

DESIGN TAMPAK RUMAH 2 LANTAI (55/60)



DESIGN DENAH 2 LANTAI (55/60)

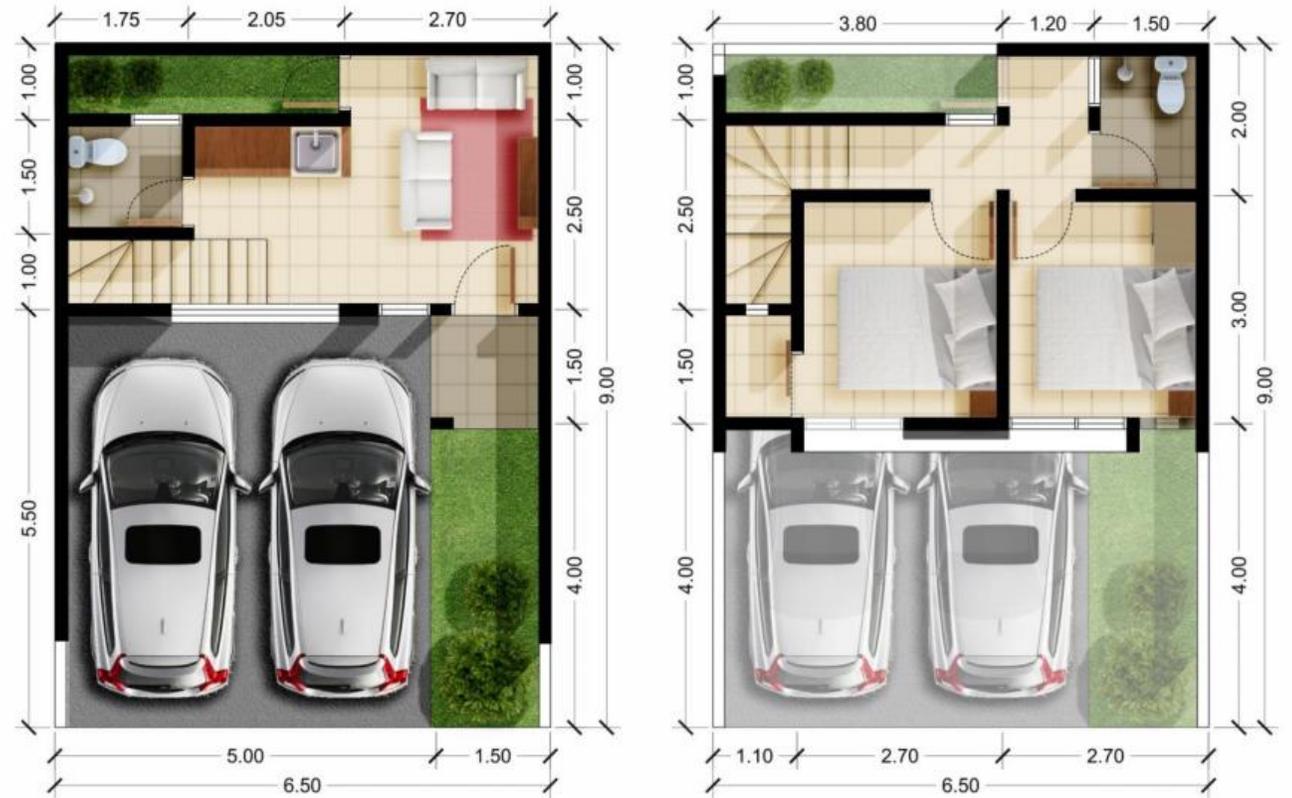


Type Daisy, luas bangunan 55 dan luas tanah 60

DESIGN TAMPAK RUMAH 2 LANTAI (55/60)



DESIGN DENAH 2 LANTAI (55/60)



HARGA (PRICE)

- Harga mulai dari Rp 699.000.000 sampai Rp 1.092.000.000.

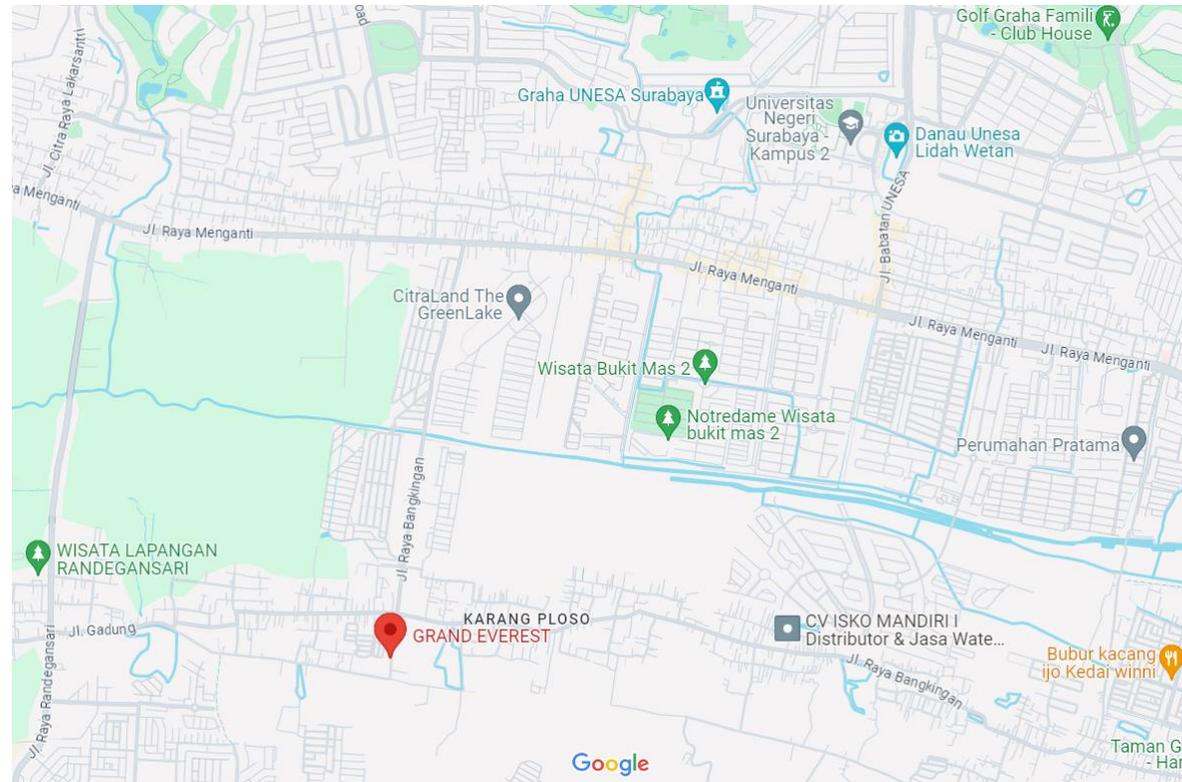


PRICELIST GRAND EVEREST

| BLOK | NO | LUAS TANAH | LUAS BANGUNAN | PRICE LIST | DP | MAX KPR | ASUMSI ANGSURAN KPR (BUNGA 9%) | | | |
|------|---------|------------|---------------|---------------|-------------|---------------|--------------------------------|------------|------------|-----------|
| | | | | | | | 5 TAHUN | 10 TAHUN | 15 TAHUN | 20 TAHUN |
| N | 11 | 67,5 | 55 | 943,800,000 | 94,380,000 | 849,420,000 | 17,632,562 | 10,760,093 | 8,615,384 | 7,642,452 |
| N | 12 - 21 | 58,5 | 55 | 840,950,000 | 84,095,000 | 756,855,000 | 15,711,065 | 9,587,520 | 7,676,527 | 6,809,620 |
| N | 22 | 67,5 | 55 | 943,800,000 | 94,380,000 | 849,420,000 | 17,632,562 | 10,760,093 | 8,615,384 | 7,642,452 |
| AA | 1 | 72 | 55 | 943,800,000 | 94,380,000 | 849,420,000 | 17,632,562 | 10,760,093 | 8,615,384 | 7,642,452 |
| AA | 2 - 17 | 60 | 55 | 840,950,000 | 84,095,000 | 756,855,000 | 15,711,065 | 9,587,520 | 7,676,527 | 6,809,620 |
| AA | 18 | 84 | 55 | 1,126,510,000 | 112,651,000 | 1,013,859,000 | 21,046,045 | 12,843,137 | 10,283,233 | 9,121,952 |
| AA | 19 | 84 | 36 | 1,024,870,000 | 102,487,000 | 922,383,000 | 19,147,153 | 11,684,358 | 9,355,423 | 8,298,919 |
| AA | 20 - 32 | 60 | 36 | 719,950,000 | 71,995,000 | 647,955,000 | 13,450,480 | 8,208,020 | 6,571,991 | 5,829,820 |
| AA | 33 | 102 | 36 | 1,040,600,000 | 104,060,000 | 936,540,000 | 19,441,029 | 11,863,693 | 9,499,013 | 8,426,294 |
| AB | 1 | 84 | 55 | 1,126,510,000 | 112,651,000 | 1,013,859,000 | 21,046,045 | 12,843,137 | 10,283,233 | 9,121,952 |
| AB | 2-11 | 60 | 55 | 840,950,000 | 84,095,000 | 756,855,000 | 15,711,065 | 9,587,520 | 7,676,527 | 6,809,620 |
| AB | 12 | 84 | 55 | 1,126,510,000 | 112,651,000 | 1,013,859,000 | 21,046,045 | 12,843,137 | 10,283,233 | 9,121,952 |
| AB | 15 | 84 | 36 | 1,024,870,000 | 102,487,000 | 922,383,000 | 19,147,153 | 11,684,358 | 9,355,423 | 8,298,919 |
| AB | 16-25 | 60 | 36 | 719,950,000 | 71,995,000 | 647,955,000 | 13,450,480 | 8,208,020 | 6,571,991 | 5,829,820 |
| AB | 26 | 84 | 36 | 1,024,870,000 | 102,487,000 | 922,383,000 | 19,147,153 | 11,684,358 | 9,355,423 | 8,298,919 |
| AC | 1 | 84 | 36 | 1,024,870,000 | 102,487,000 | 922,383,000 | 19,147,153 | 11,684,358 | 9,355,423 | 8,298,919 |
| AC | 2-10 | 60 | 36 | 719,950,000 | 71,995,000 | 647,955,000 | 13,450,480 | 8,208,020 | 6,571,991 | 5,829,820 |
| AC | 11 | 84 | 36 | 1,024,870,000 | 102,487,000 | 922,383,000 | 19,147,153 | 11,684,358 | 9,355,423 | 8,298,919 |
| AD | 1 | 84 | 36 | 1,024,870,000 | 102,487,000 | 922,383,000 | 19,147,153 | 11,684,358 | 9,355,423 | 8,298,919 |
| AD | 2-11 | 60 | 36 | 719,950,000 | 71,995,000 | 647,955,000 | 13,450,480 | 8,208,020 | 6,571,991 | 5,829,820 |
| AD | 12 | 84 | 36 | 1,024,870,000 | 102,487,000 | 922,383,000 | 19,147,153 | 11,684,358 | 9,355,423 | 8,298,919 |

TEMPAT (PLACE)

- Cluster Perumahan Grand Everest berlokasi di Jalan Gadung Bangkingan Ds Gadung Kec Driyorejo Kab. Gresik. Sebelah Barat dan Selatan dari Cluster Perumahan Grand Everest merupakan Desa Gadung, sisi Utara dan Timur merupakan Kecamatan Lakarsantri, Surabaya



Promosi (promotions)

- Cluster Perumahan Grand Everest menggunakan metode public relation dan branding yang ditangani oleh karyawan dan tim agen properti. Pada saat ini, Cluster Perumahan Grand Everest memiliki anggaran biaya sejumlah Rp 5.125.070.000. Meliputi fee marketing, pameran, spanduk, banner, brosur dan keperluan promosi lainnya

- Pembahasan Hasil Penelitian

Menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital untuk proyek perumahan Grand Everest Housing Cluster melibatkan penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, serta optimisasi SEO. Teknik pemasaran digital ini memiliki kemampuan untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar sekaligus meningkatkan reputasi perusahaan. Selain itu, daya saing dan keberhasilan pemasaran online dapat ditingkatkan dengan menerapkan bauran pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion) secara efektif di media sosial. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa memasukkan media sosial ke dalam strategi pemasaran digital adalah kunci keberhasilan dalam menghadapi persaingan di era internet saat ini.

KESIMPULAN

- Bahwa penggunaan media sosial dan strategi bauran pemasaran 4P secara efektif dapat meningkatkan jangkauan pasar, penjualan, dan daya saing proyek perumahan Grand Everest Housing Cluster. Penerapan teknik pemasaran digital seperti SEO, konten marketing, dan promosi online terbukti penting dalam mencapai target penjualan dan memperkuat posisi perusahaan di era digital.
- Untuk penelitian selanjutnya dapat mencakup studi perbandingan dengan cluster perumahan lain, pengaruh faktor eksternal, maupun analisis kepuasan pelanggan.

