

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
PT KESUMA AGUNG SELARAS (STUDI KASUS PERUMAHAN
GERIYA SELARAS DRAMAGA)**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

HILDA MUHARROMAH
NIM: 2412008278



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul
**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
PT KESUMA AGUNG SELARAS (STUDI KASUS PERUMAHAN
GERIYA SELARAS DRAMAGA)**

Oleh :

Nama : HILDA MUHARROMAH
NIM : 2412008278
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 15 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Sandi Noorzaman, S.Si. MM

Drs. Henky Hendrawan, MM.,M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, S.H



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
PT KESUMA AGUNG SELARAS (STUDI KASUS PERUMAHAN
GERIYA SELARAS DRAMAGA)**

Oleh:

Nama : HILDA MUHARROMAH
NIM : 2412008278
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tiim Penguji Skripsi, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 15 Agustus 2024
Waktu : 13.00-14.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Altatit Dianawati, S.Si, MM ()

Anggota : Gena Prasetya Noor, SH,MM ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM.,M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HILDA MUHARROMAH

NIM : 2412008278

Program Studi : Manajemen

Nomer KTP : 3201175403020004

Alamat : Kp. Mesjid Rt 01 Rw 05 Desa Gunung Bunder 1 Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Analisis strategi pemasaran melalui media sosial PT Kesuma Agung Selaras (studi kasus Perumahan Geriya Selaras) ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 15 Agustus 2024

HILDA MUHARROMAH

ABSTRAK

HILDA MUHARROMAH. NIM 2412008278. Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada PT Kesuma Agung Selaras (Studi Kasus Perumahan Geriya Selaras).

Rumah adalah sebuah bangunan yang digunakan sebagai tempat tinggal atau tempat berkumpulnya keluarga. Rumah juga menawarkan kedamaian dan kenyamanan penghuninya, sehingga setiap orang berusaha membuat rumahnya nyaman mungkin. Perumahan Geriya Selaras Dramaga Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang properti yang berada dibawah naungan PT Kesuma Agung selaras. Perumahan Geriya Selaras yang terletak di Jl, Abdul Fatah Bojong Jengkol Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa strategi Perumahan Geriya Selaras Dramaga. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deksriptif kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 5 orang. Pengolahan data menggunakan analisis *Internal Factor Evaluation* (IFE), *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), matriks Internal-Eksternal (IE), matriks SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Berdasarkan hasil identifikasi diperoleh 12 faktor internal dan 11 faktor eksternal yang dapat digunakan untuk menilai kondisi Perumahan Geriya Selaras Dramaga. Berdasarkan matrik diatas didapatkan bahwa hasil IFE sebesar (2,30) dan EFE sebesar (3,06) menunjukan bahwa posisi internal dan eksternal PT Kesuma Agung Selaras berada di sel II yang digambarkan sebagai “*Grow and Buid*” yang artinya tumbuh membangun.

Kata Kunci :Geriya Selaras, IFE, EFE, IE, SWOT dan QSPM.

ABSTRACT

HILDA MUHARROMAH. NIM 2412008278. *Analysis of Marketing Strategy Through Social Media at PT Kesuma Agung Selaras (Case Study of Geriya Selaras Housing).*

A house is a building that is used as a place to live or a family gathering place. The house also offers peace and comfort to its residents, so everyone tries to make their home as comfortable as possible. Geriya Selaras Dramaga Housing as one of the companies engaged in the property sector under PT Kesuma Agung Selaras. Geriya Selaras Housing which is located on Jl, Abdul Fatah Bojong Jengkol Ciampea District Bogor Regency, West Java Province.

The purpose of this study was to determine and analyze the strategy of Geriya Selaras Dramaga Housing. The type of research used is qualitative descriptive research with data collection using a questionnaire with a total of 5 respondents. Data processing uses Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE) analysis, Internal-External (IE) matrix, SWOT matrix and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM).

Based on the identification results, 12 internal factors and 11 external factors are obtained which can be used to assess the condition of Geriya Selaras Dramaga Housing. Based on the matrix above, it is found that the IFE results of (2.30) and EFE of (3.06) indicate that the internal and external position of PT Kesuma Agung Selaras is in cell II which is described as “Grow and Buid” which means growing and building.

Keywords: Geriya Selaras Dramaga, IFE, EFE, IE, SWOT and QSPM

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat beserta salam juga penulis haturkan kepada baginda Nabi Mummad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya.

Penelitian dengan judul Analisis Strategi Pemasaran melalui media sosial pada PT Kesuma Agung Selaras studi kasus perumahan Geriya Selaras Dramaga ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Study Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Pada kesempatan ini, Penulis mengucapkan terimakasih yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberi semangat, motivasi, arahan, bimbingan dan bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama kepada :

1. Bapak Mildy Rifa'i, SE selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Drs. Henky Hendrawan, MM.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Sandi Noorzaman, S.Si, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai *cumlaude*.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Slamet Yulianto, Selaku Manajer Pemasaran Geriya Selaras yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Ayahanda Aep Mudrikah serta Ibunda Setyarini tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
10. Sahabat-sahabat penulis Viki, Raden Elychia, Isnı Nurul, Nurul Avifah, Adri, yang ikut serta membantu dan memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Depok, 15 Agustus 2024

Penulis,

HILDA MUHARROMAH
NIM : 2412008278

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Perumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Manajemen	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Strategi	9
2.2 Strategi Pemasaran	10

2.2.1 Segmentasi Pasar (Segmenting).....	11
2.2.2 Penerapan Target (Targeting)	11
2.2.3 Positioning	11
2.2.4 Bauran Pemasaran.....	12
2.3 Media Sosial.....	13
2.3.1 Pengertian Media Sosial.....	13
2.3.2 Instagram.....	13
2.3.3 Facebook	14
2.3.4 Youtube	14
2.3.5 Tiktok	14
4.4 Analisis SWOT	15
4.5 Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
3.2 Jenis Penelitian.....	19
3.3 Jenis Data	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	20
3.5 Teknik Analisis Data	21
3.5.1 Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix)	21
4.5.2 External Factor Evaluation Matrix (EFE Mtrix).....	22
3.5.4 Internal External Matrix (IE Matrix).....	23
3.5.5 Analisis SWOT	24
3.5.6 Analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Hasil penelitian.....	26
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	26
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	28
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	28
4.2 Karakteristik Responden	30

4.3 Analisis Data dan Pembahasan	31
4.3.1 Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	31
4.4 Matrik Faktor Internal dan Eksternal	37
4.5 Matriks IE	59
4.6 Analisis Matriks SWOT	60
4.7 Analisis QSPM.....	62
BAB V.....	64
SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah penjualan unit Geriya Selaras Tahun 2021 sampai 2023	2
Tabel 1.4 Sumber data base & data penjualan Geriya Selaras 2021.....	3
Tabel 1.3 Sumber data base & data penjualan Geriya Selaras 2022.....	3
Tabel 1.4 Sumber data base & data penjualan Geriya Selaras 2023.....	4
Tabel 1.2 Jumlah penjualan unit Geriya Selaras Tahun 2022	11
Tabel 1.3 Jumlah penjualan unit Geriya Selaras Tahun 2023	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	19
Tabel 4.1 Nama responden.....	
Tabel 4.2 Matrik internal (IFE)	51
Tabel 4.3 Matrik Eksrnal (EFE)	52
Tabel 4.4 Matrik IE.....	53
Tabel 4.5 Matrik SWOT.....	55
Tabel 4.6 QSPM	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 4.1 Logo Graha Laras Sentul.....	39
Gambar 4.2 Logo Geriya Selaras	39
Gambar 4.3 Logo Graha Laras Sentul	40
Gambar 4.4 Struktur organisasi.....	41
Gambar 4.5 price list perumahan Geriya Selaras.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara	63
Lampiran 2 Kuisisioner	65
Lampiran 3 Penentuan Bobot.....	67
Lampiran 4 Penentuan Rating.....	69
Lampiran 5 Hasil Kuisisioner penelitian bobot faktor internal.....	73
Lampiran 6 Hasil Kuisisioner penelitian bobot faktor eksternal.....	75
Lampiran 7 Hasil kuisisioner penilaian rating internal dan eksternal perusahaan.....	77
Lampiran 8 Kartu bimbingan	84
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup	85
Lampiran 10 Surat Keterangan Penelitian.....	86
Lampiran 11 Hasil Cek Plagiarisme.....	87