

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PERUMAHAN PT. BANGKIT BERSAMA
SUKSES ABADI CIBODAS, KABUPATEN SUKABUMI**

SKRIPSI



SULTHAN ASSIDIQIE

NIM. 2108204204

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SIBER SYEKH NURJATI
CIREBON

1446 H/2025 M

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PERUMAHAN PT. BANGKIT BERSAMA
SUKSES ABADI CIBODAS, KABUPATEN SUKABUMI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



SULTHAN ASSIDIQIE

NIM. 2108204204

**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SIBER SYEKH NURJATI
CIREBON**

1446 H/2025 M

ABSTRAK

Sulthan Assidiqie. NIM. 2108204204. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan PT. Bangkit Bersama Sukses Abadi Cibodas, Kabupaten Sukabumi”

Penelitian ini berjudul “Menembus Pasar Properti: Strategi STP dalam Meningkatkan Penjualan di PT Bangkit Bersama Sukses Abadi.” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana penerapan strategi *Segmentation, Targeting, and Positioning* (STP) berkontribusi terhadap peningkatan penjualan properti di PT Bangkit Bersama Sukses Abadi (BBSA). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen perusahaan, observasi lapangan, serta dokumentasi data penjualan. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan menelaah hubungan antara strategi STP yang diterapkan dengan tren penjualan dan minat konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi STP memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja penjualan PT BBSA. Strategi segmentasi pasar difokuskan pada masyarakat dengan daya beli menengah ke bawah melalui program rumah subsidi, sementara strategi targeting diarahkan pada calon pembeli yang memenuhi kriteria kelayakan kredit perbankan. Strategi positioning dilakukan melalui pembaruan desain rumah dari model “Yasmin” menjadi model “Scandinavian”, yang memberikan kesan modern dan minimalis sehingga lebih menarik bagi konsumen.

Penerapan strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan jumlah akad penjualan secara signifikan pada tahun 2024 dibandingkan tahun sebelumnya. Secara keseluruhan, penerapan strategi STP di PT BBSA dapat dikategorikan efektif, meskipun memerlukan evaluasi dan inovasi berkelanjutan agar mampu mempertahankan peningkatan penjualan dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Strategi STP, Pemasaran Properti, Segmentasi Pasar, Penjualan, PT Bangkit Bersama Sukses Abadi.

ABSTRACT

Sulthan Assidiqie. NIM. 2108204204. “Marketing Strategy in Increasing Housing Sales of PT. Bangkit Bersama Sukses Abadi Cibodas, Sukabumi Regency”

This study is entitled “Breaking into the Property Market: The STP Strategy in Increasing Sales at PT Bangkit Bersama Sukses Abadi.” The purpose of this research is to determine the extent to which the implementation of the Segmentation, Targeting, and Positioning (STP) strategy contributes to increasing property sales at PT Bangkit Bersama Sukses Abadi (BBSA). This study employs a qualitative descriptive method, in which data were collected through in-depth interviews with company management, field observations, and sales documentation. The data were analyzed descriptively by examining the relationship between the implemented STP strategy, sales trends, and consumer interest.

The results of the study indicate that the implementation of the STP strategy plays an important role in improving the sales performance of PT BBSA. The market segmentation strategy focuses on the middle- to lower-income community through subsidized housing programs, while the targeting strategy is directed toward prospective buyers who meet the bank’s credit eligibility criteria. The positioning strategy is implemented through a redesign of the housing model from “Yasmin” to the “Scandinavian” model, which presents a more modern and minimalist impression that attracts consumers.

The implementation of these strategies has proven effective in significantly increasing the number of housing sales agreements in 2024 compared to the previous year. Overall, the application of the STP strategy at PT BBSA can be categorized as effective, although it requires continuous evaluation and innovation to sustain sales growth in the long term.

Keywords: STP Strategy, Property Marketing, Market Segmentation, Sales, PT Bangkit Bersama Sukses Abadi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

الملخص

Sulthan Assidique. NIM. 2108204204. “ إستراتيجيات التسويق لزيادة مبيعات العقارات في “ شركة بانغكيت برسامه سوكسيس أبادي في تشيبوداس، مقاطعة سوكابومي

تحمل هذه الدراسة عنوان 'اختراق سوق العقارات: اختراق سوق العقارات: استراتيجية التجزئة والاستهداف والتموضع (STP) في رفع مبيعات شركة نخضة معا للنجاح الأبدي (PT Bangkit Bersama Sukses Abadi). الهدف من هذه الدراسة هو تحديد مدى مساهمة تطبيق إستراتيجية التجزئة والاستهداف وتحديد الموقع (STP) في زيادة مبيعات العقارات لدى شركة 'بغكيت بيرساما سوكسيس أبادي'. اعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي (Qualitative) بمدخل وصفي (Descriptive Approach)، حيث تم جمع البيانات من خلال مقابلات متعمقة مع إدارة الشركة، والملاحظة الميدانية (Observasi Lapangan)، وتوثيق بيانات المبيعات. تم إجراء التحليل بشكل وصفي من خلال دراسة العلاقة بين إستراتيجية STP المطبقة واتجاهات المبيعات واهتمام المستهلكين.

أظهرت نتائج الدراسة أن لتطبيق إستراتيجية STP دورًا مهمًا في تحسين أداء مبيعات الشركة (PT BBSA). تم تركيز إستراتيجية تجزئة السوق على فئة الدخل المتوسط إلى المنخفض من خلال برنامج الإسكان المدعوم، بينما تم توجيه إستراتيجية الاستهداف نحو المشتريين المحتملين الذين يستوفون معايير الأهلية للحصول على ائتمان مصرفي. تم تنفيذ إستراتيجية تحديد الموقع (Positioning) من خلال تحديث تصميم المنازل من نموذج 'ياسمين' إلى نموذج 'اسكندنافي (Scandinavian)'، مما أعطى انطباعًا عصريًا وبسيطًا، وبالتالي كان أكثر جاذبية للمستهلكين.

ثبت أن تطبيق هذه الإستراتيجية كان قادرًا على زيادة عدد عقود البيع بشكل كبير في عام 2024 مقارنة بالعام السابق. بشكل عام، يمكن تصنيف تطبيق إستراتيجية STP في PT BBSA على أنه فعال، على الرغم من أنه يتطلب تقييمًا وابتكارًا مستمرين للحفاظ على زيادة المبيعات على المدى الطويل".

الكلمات المفتاحية: إستراتيجية STP، تسويق العقارات، تجزئة السوق، المبيعات، شركة 'بغكيت بيرساما سوكسيس أبادي'.

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PERUMAHAN PT. BANGKIT BERSAMA SUKSES ABADI CIBODAS KABUPATEN SUKABUMI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

SULTHAN ASSIDIQIE

NIM: 2108204204

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy
NIP. 198602232025212004



Moh. Mab'ruri Faozi, MA.
NIP. 197802052011011004

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. Achmad Otong Busthomi Lc., M.Ag
NIP. 19731223200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/I Sulthan Assidiqie, NIM: 2108204204 dengan judul: **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan PT. Bangkit Bersama Sukses Abadi Di Cibodas Kabupaten Sukabumi”** Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada jurusan Ekonomi Syariah (EKOS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy
NIP. 19860223 202521 2 004



Moh. Mab'ruri Faozi, MA.
NIP. 19780205 201101 1 004

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. Achmad Otong Busthomi Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan PT. Bangkit Bersama Sukses Abadi Cibodas Kabupaten Sukabumi”** oleh Sulthan Assidiqie, NIM. 2108204204, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 29 Oktober 2025.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah (EKOS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah



Ketua Sidang

H. Achmad Otong Busthomi Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

Sekretaris Sidang

H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I

Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, S.E., M.Si.
NIP. 19710801 200003 1 002

Penguji II

Dr. H. Didi Sukardi, M. H.
NIP. 19691226 200912 1 001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sulthan Assidiqie
NIM : 2108204204
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 30 Agustus 2002
Alamat : Primkopti blok B9 no.11 Kec. Cipayung Jakarta Timur

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan PT. Bangkit Bersama Sukses Abadi Cibodas Kabupaten Sukabumi”** Ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 29 Oktober 2025

Saya yang menyatakan,

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Sulthan Assidiqie

NIM: 2108204204

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, peneliti mengumpulkan doa kehadiran Allah SWT. Kami mengucapkan terima kasih atas segala rahmat, bimbingan, berkah dan karunianya kepada para peneliti yang telah memungkinkan kami menyelesaikan penelitian ini. Tulisan ini saya persembahkan sebagai bentuk bukti, rasa hormat, dan terima kasih yang tak terhingga kepada orang-orang yang sangat saya sayangi dan sayangi: Ibu, Ayah, dan keluarga tercinta.

Tentu tak mungkin aku membalas segala cinta dan harapan yang beliau ungkapkan dalam doanya dengan secarik kertas yang ditulisi kata-kata cinta dan pengabdian. Semoga ini menjadi awal untuk bisa mengecewakan ibu, ayah, dan keluarga. Semoga segala doa dan restu dari ayah dan ibu jembatan menjadi kesuksesanku.

Aku selalu memohon kepada Allah SWT. Berikanlah rahmat dan magfila serta balaslah segala kasih sayang ibu dan ayah tercinta. Skripsi ini kupersembahkan untuk keluarga tercinta. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penulisan makalah ini.

Saya mengucapkan terima kasih kepada para peneliti atas semangat, dorongan, perhatian, dan banyak lagi yang tidak dapat disebutkan satu per satu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Secara khusus saya ucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf Departemen Ekonomi Syariah, khususnya dosen pembimbing saya, Ibu Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy dan Bapak Moh. Mab'ruri Faozi, MA. memberikan saran dan bimbingan yang baik sehingga dapat menyelesaikan pekerjaan ini dengan baik.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Sulthan Assidiqie yang lahir di Jakarta Timur pada Tanggal 30 Agustus 2002. Peneliti merupakan anak kandung dari Pasangan Bapak Yerry Nurisa dan Ibu Purwaningsih yang merupakan anak pertama dari empat bersaudara. Alamat dari tempat tinggal peneliti saat ini di Primkopti blok B. 9 No. 11 Kec. Cipayung Jakarta Timur.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh oleh peneliti sebagai berikut:

1. SDS Angkasa IX (2008-2014)
2. MTSs Ma'had Al-Zaytun (2014-2017)
3. MAs Ma'had Al-Zaytun (2017-2020)

Pengalaman organisasi yang pernah diikuti oleh peneliti sebagai berikut:

1. Ketua Umum UKM SNJ Basketball periode 2024-2025
2. Relawan TIK Kota Cirebon 2023-Sekarang.
3. Relawan Komunitas Lukis Aeera Art 2022-Sekarang

Peneliti mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan program studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi: “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan PT. Bangkit Bersama Sukses Abadi Cibodas Kabupaten Sukabumi” Di bawah bimbingan Ibu Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy dan Bapak Moh. Mab'ruri Faozi, MA

MOTTO

Apapun yang sedang diusahakan, akan selalu ada keajaiban.

Karena aku percaya,

ولا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم

“Tidak ada daya dan kekuatan kecuali dengan kekuasaan Allah

Yang Maha Tinggi lagi Maha Agung.”



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT. atas segala limpahan rahmat dan hidayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir semester akademik (Skripsi) yang berjudul judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan PT. Bangkit Bersama Sukses Abadi Cibodas Kabupaten Sukabumi” Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat Nya serta orang-orang yang selalu mengikuti sunnahnya.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon. Selama penulisan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa ada beberapa kesalahan dan kesulitan. Namun berkat bantuan, dukungan, dan kerjasama dari beberapa pihak, Alhamdulillah peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, tidak lupa peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Layaman, S.E. M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
6. Seluruh Dosen & Staff Jurusan Ekonomi Syariah, terimakasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
7. Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy selaku Dosen Pembimbing I Skripsi, terima kasih atas ketersediaannya dan keikhlasannya dalam membimbing, memberikan masukan, pengarahan, serta mendengarkan keluh kesah kesulitan peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini.

8. Bapak Moh. Mab'ruri Faozi, MA selaku Dosen Pembimbing II Skripsi, terima kasih telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan memotivasi.
9. Seluruh Civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
10. Kepada keluarga saya yang sangat saya cintai sepanjang hidup saya yaitu, bidadari surga Mama aku yang tak pernah henti dalam memberikan kasih sayang dengan penuh rasa cinta dan doa. Pahlawan tercinta Papa, serta 3 Adikganteng tercinta saya Riza Gumilang, Fakhri Alamsyah dan Patih Yusuf Al-Farizi. Kalian sangat berarti terimakasih, semoga Allah SWT. selalu memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur paling terbaik bagi penulis.
11. Kepada Puanku Myla Lestari terima kasih telah hadir berkontribusi menemani dalam penulisan skripsi ini. Telah mendukung, meluangkan waktu, tenaga, pikiran, hati ataupun materi juga rasa cinta dan kasih sayang kepada ku dan selalu memberi semangat untuk saya tetap berjuang menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas. Terimakasih telah menjadi sosok wanita yang baik dan menjadi bagian berharga dari perjalanan kisah dan hidup saya.
12. Kepada sahabat dan teman perjuangan, serta teman kelas Ekos E, Ecous+ Team yang selalu memberikan semangat, bantuan, do'a, serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Juga kepada seluruh teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2021 yang telah memberikan kenangan serta pengalaman yang baik selama masa perkuliahan.
13. Terakhir, kepada diri saya sendiri Sulthan Assidiqie. Seorang Laki-laki kuat yang telah berusia 23 tahun. Terimakasih karena telah berjuang dan bertahan untuk dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik, terimakasih tetap memilih hidup dengan begitu baik, dan tetap berusaha menjadi manusia baik yang tidak pernah menyerah. Berbahagialah selalu untuk diriku dan tetap selalu bersyukur atas semua yang telah Allah berikan.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat. Semoga segala bantuan yang telah diberikan dapat menjadikan amal ibadah dan mendapatkan imbalan pahala dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, sehingga

penulis secara terbuka menerima saran dan kritik dari pembaca yang nantinya hasil Skripsi ini dapat mencapai hasil yang lebih baik lagi dan menjadi referensi yang baik bagi pembaca. Demikian yang dapat penulis sampaikan saya ucapkan terimakasih. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Cirebon, 29 Oktober 2025

Penyusun

Sulthan Assidiqie

NIM: 2108204204



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ś a	Ś	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ a	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Ş	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye

ص	Ṣa	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍ ad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ṭ a	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓ a	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	-‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal Bahasa arab, seperti Bahasa Indonesia terdiri dari vocal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkal atau *difong*.

Vokal Tunggal

Vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	Fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
◌ْ	Dhammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ = *Kataba*

سُئِلَ = *su'ila*

حَسُنَ = *hasuna*

Tunggal Rangkap

Vokal rangkap Bahasa arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ — /	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ — /	Kasrah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ = *kaifa*

قَوْلٌ =qaula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harokat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
_____ يا _____	Fathah dan alif / ya	Â	a dan garis atas
_____ ي _____	Fathah dan ya	I	I dan garis atas
_____ و _____	Dammah dan wau	Ú	U dan garis atas

Contoh:

قَالَ سُبْحَانَكَ = qala subhanaka

إِذْ قَالَ يُوسُفُ لِأَبِيهِ = iz qala yusufu li abihi

D. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua :

1. Ta Marbutah Hidup

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta Marbutah Mati

Ta marbutah mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya /h/.

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu di transliterasikan dengan /h/. Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ =raudah al-atfal atau raudatul atfal

طَلْحَةُ =talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *sayaddah* atau *tasydid*, dalam transliterasinya ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddah* itu. Contoh :

رَبَّنَا = *rabbana*

نُعِمُّ = *nu'ima*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan ٓ. Namun dalam transliterasinya ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu :

Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu:

	ت	T	8.	ش	Sy
	ث	Ṣ	9.	ص	Ṣ
	د	D	10.	ض	Ḍ
	ذ	Ẓ	11.	ط	Ṭ
	ر	R	12.	ظ	Ẓ
	ز	Z	13.	ل	L
	س	S	14.	ن	N

Contoh :

الدَّهْرُ = *ad-dahru* اَلشَّمْسُ = *asy-syamsyu*

اَلنَّمْلُ = *an-namlu* اَللَّيْلُ = *al-lailu*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya.

Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu :

	ا	a, i, u	8.	ف	F
	ب	B	9.	ق	Q
	ج	J	10.	ك	K
	ح	h	11.	م	M
	خ	Kh	12.	و	W
	ع	-'	13.	ه	H
	غ	G	14.	ي	Y

Contoh :

الْقَمَرُ = al-qamaru الْفَقْرُ = al-faqrū
 الْغَيْبُ = al-gaibu الْاَعْيُنُ = al-'ainu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, hamzah tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh :

سَيُّئُ = syai'un اُمِرْتُ = umirtu
 اِنَّ = inna اَكَلُ = akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fiil* (kata kerja), *isim* (kata benda), dan *huraf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan

huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh :

إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلُ = *Ibrahim al Khalil* atau *Ibrahimul-Khalill*

بِسْمِ اللَّهِ مَجَّهَا وَمُرَّسَهَا = *Bissmillahi majraha wa mursaha*

I. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam ejaan Bahasa Indonesia yang disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang. Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ = *Wa ma Muhammad illa Rasul*

لَا حَوْلَ إِلَّا لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = *alhamdu lillah rabbil-'alamin*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian. Kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga huruf dan harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan. Contoh :

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمْعًا = *Lillahi al-amru jami'an*

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ = *wallahu bi kulli sya'in 'alim*

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk itu pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Qur'an tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep pedoman praktis tajwid Al-Qur'an ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab Latin.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
المخلص	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR ISI	xxi
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Perumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	5
F. Penelitian Terdahulu	7
G. Metodologi Penelitian	14
H. Kerangka Pemikiran	19
I. Sistematika Penulisan	23
BAB II LANDASAN TEORI	25
A. Konsep Dasar Pemasaran	25
1. Definisi Pemasaran	25
2. Pemasaran Dalam Islam	27
3. Perkembangan Pemasaran	29
4. Tujuan dan Fungsi Pemasaran	32

5.	Konsep Pemasaran Properti	35
6.	Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	41
7.	Nilai Pelanggan & Loyalitas	44
B.	Strategi Pemasaran	47
1.	Definisi Strategi Pemasaran	47
2.	Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>)	51
3.	Strategi STP (<i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>) dan Pentingnya dalam Pasar Properti	53
4.	Segmentasi Pasar	54
5.	<i>Targeting</i>	55
6.	<i>Positioning</i>	55
C.	Perilaku Konsumen dalam Industri Properti	56
1.	Definisi Perilaku Konsumen	56
2.	Model Perilaku Konsumen	56
3.	Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Properti	58
4.	Proses Keputusan Pembelian	60
D.	Strategi Penjualan dalam Bisnis Properti	62
1.	Definisi & Tujuan Strategi Penjualan	62
2.	Metode Penjualan dalam Bisnis Properti	63
3.	Strategi Penjualan Digital dalam Bisnis Properti	64
4.	Customer Relationship Management (CRM)	66
5.	Sales Funnel & Customer Journey	68
6.	Perbandingan Konvensional dan <i>Digital Selling</i>	70
E.	Karakteristik dan Dinamika Pasar Properti	71
1.	Karakteristik Pasar Properti	71
2.	Dinamika Pasar Properti di Indonesia	73
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN		75
A.	Sejarah	75
B.	Visi Misi	75
C.	Struktur Organisasi, Tugas Pokok dan Tanggung Jawab	76
D.	Geografi Perumahan	80
BAB IV PEMBAHASAN		86
A.	Segmentasi Pasar yang Dilakukan oleh PT Bangkit Bersama Sukses Abadi dalam Memasarkan Produk <i>Property</i>	89

B. Penentuan Target Pasar (<i>Targeting</i>) yang Dilakukan Oleh Perusahaan dalam Upaya Meningkatkan Penjualan <i>Property</i>	95
C. Strategi <i>Positioning</i> Produk Properti yang Diterapkan oleh PT Bangkit Bersama Sukses Abadi Untuk Membedakan Diri dari Pesaing	97
D. Penerapan strategi STP berkontribusi terhadap peningkatan penjualan properti di PT Bangkit Bersama Sukses Abadi	102
Interpretasi Singkat:	106
BAB V KESIMPULAN & SARAN	113
A. Kesimpulan	113
B. Saran.....	114
DAFTAR PUSTKA	115
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	122
A. Lampiran 1: Dokumentasi Wawancara.....	122
B. Lampiran 2: Dokumentasi Akun Sosial Media Perumahan Bumi Cibodas Indah	125
C. Lampiran 3: Transkrip Wawancara	126
D. Lampiran 4: Surat Keputusan Pembimbing Skripsi.....	128
E. Lampiran 5: Surat Keterangan Izin Penelitian	129
G. Lampiran 6: Hasil Cek Plagiasi Turnitin	130



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hubungan Harapan dan Kinerja terhadap Kepuasan Konsumen .	34
Tabel 2. <i>Customer Satisfaction</i>	45
Tabel 3. Pemasaran Modern	46
Tabel 4. Harga Rumah KPR Bersubsidi BCI.....	82
Tabel 5. Data Akad Penjualan Perumahan BCI.....	88
Tabel 6. Strengths dan Weaknesses.....	103
Tabel 7. Opportunities dan Treats	103
Tabel 8. Matriks SWOT	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	20
Gambar 2. Matriks SWOT.....	53
Gambar 3. Struktur Organisasi.....	77
Gambar 4. Site Plan Proyek Perumahan Bumi Cibodas Indah	81
Gambar 5. Brosur Perumahan	83
Gambar 6. Unit di Perumahan BCI	87
Gambar 7. Flyer Brosur	100
Gambar 8. Akun Sosmed Perum BCI.....	101

