

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **A. Lampiran 1: Dokumentasi Wawancara**



Dokumentasi: Kunjungan dan Wawancara dengan bapak Fahri selaku Direktur Operasional PT Bangkit Bersama Sukses Abadi



Dokumentasi: Melihat Brosur dan rumah Type Yasmin



Dokumentasi: Survey langsung ke rumah contoh yang type Scandinavian





Dokumentasi: Wawancara Bersama bapak Fahri selaku Direktur Operasional PT Bangkit Bersama Sukses Abadi



Dokumentasi: Foto Bersama setelah Wawancara

## B. Lampiran 2: Dokumentasi Akun Sosial Media Perumahan Bumi Cibodas Indah



Akun Instagram



Akun Tiktok

## C. Lampiran 3: Transkip Wawancara

### Pertanyaan Wawancara

#### Segmentasi Pasar

- Bagaimana PT Bangkit Bersama Sukses Abadi (BBSA) mendefinisikan dan membagi pasar properti secara umum? Dimensi atau kriteria apa saja yang gunakan (misalnya: geografis, demografis, psikografis, perilaku)?
- Kriteria mana yang paling dominan atau penting dalam menentukan kelompok pembeli potensial untuk proyek-proyek Anda?

#### Target Pasar

- Setelah membagi pasar (segmentasi), segmen mana yang menjadi fokus utama pemasaran properti BBSA? Mengapa segmen tersebut yang dipilih?
- Apa saja faktor atau pertimbangan utama yang mendasari keputusan perusahaan dalam memilih dan menetapkan target pasar?
- Langkah-langkah spesifik apa yang di ambil untuk memastikan upaya pemasaran dan penjualan Anda benar-benar menjangkau target pasar yang telah ditetapkan tersebut?

#### Positioning Produk

- Bagaimana PT BBSA mendefinisikan "nilai jual unik" (Unique Selling Proposition/USP) dari properti Anda di mata calon pembeli?
- Dengan banyaknya pesaing di pasar properti, strategi spesifik apa yang terapkan untuk membedakan produk Perumahan BCI (misalnya: dari segi fitur, kualitas, harga, atau layanan)?
- Apa pesan utama yang selalu ingin disampaikan kepada konsumen agar mereka mengingat produk properti BBSA? Apakah pesan ini konsisten di seluruh saluran komunikasi?

#### Kontribusi Strategi STP Terhadap Penjualan

- Seberapa besar peran atau kontribusi dari keseluruhan strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) yang telah diterapkan terhadap pencapaian target penjualan selama ini?
- Apakah perusahaan pernah mengukur atau mengevaluasi kinerja STP ini secara formal? Jika ya, apa indikator keberhasilan utama yang gunakan?

- Apa tantangan terbesar yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan strategi STP, dan bagaimana tantangan tersebut memengaruhi upaya peningkatan penjualan?



## D. Lampiran 4: Surat Keputusan Pembimbing Skripsi



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON  
NOMOR 1214 TAHUN 2024

TENTANG  
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Skripsi;  
b. Mereka yang namanya disebut dalam surat keputusan ini dipandang mampu dan memenuhi syarat untuk melakukan bimbingan penulisan Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
- Mengingat : a. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Tinggi;  
b. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi;  
c. Keputusan Presiden RI No. 11 tahun 1997 tentang pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN);  
d. Keputusan Menteri Agama RI No. 32 Tahun 2009 tentang Statuta IAIN Syekh Nurjati Cirebon;

M E M U T U S K A N

- Menetapkan** : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON NOMOR 1214 TAHUN 2024 TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI JURUSAN EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON.

- KESATU** : Mengangkat Saudara :  
1. Ila Navilah, S.Sos., M.E.Sy Dosen Pembimbing I  
2. Moh. Ma'bruri Faozi, MA Dosen Pembimbing II

Dalam penulisan skripsi saudara : SULTHAN ASSIDIQIE NIM: 2108204204 Jurusan/Prodi: Ekonomi Syariah, dengan Judul:

*"STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PROPERTY DI PT. BANGKIT BERSAMA SUKSES ABADI (PERUM BUMI CIBODAS INDAH)."*

Bimbingan dilaksanakan selama 6 (enam) bulan Mulai tanggal 23 Desember 2024 s/d 23 Juni 2025

- KEDUA** : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya jika dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan keputusan ini.

Ditetapkan di Cirebon  
Pada tanggal 23 Desember 2024

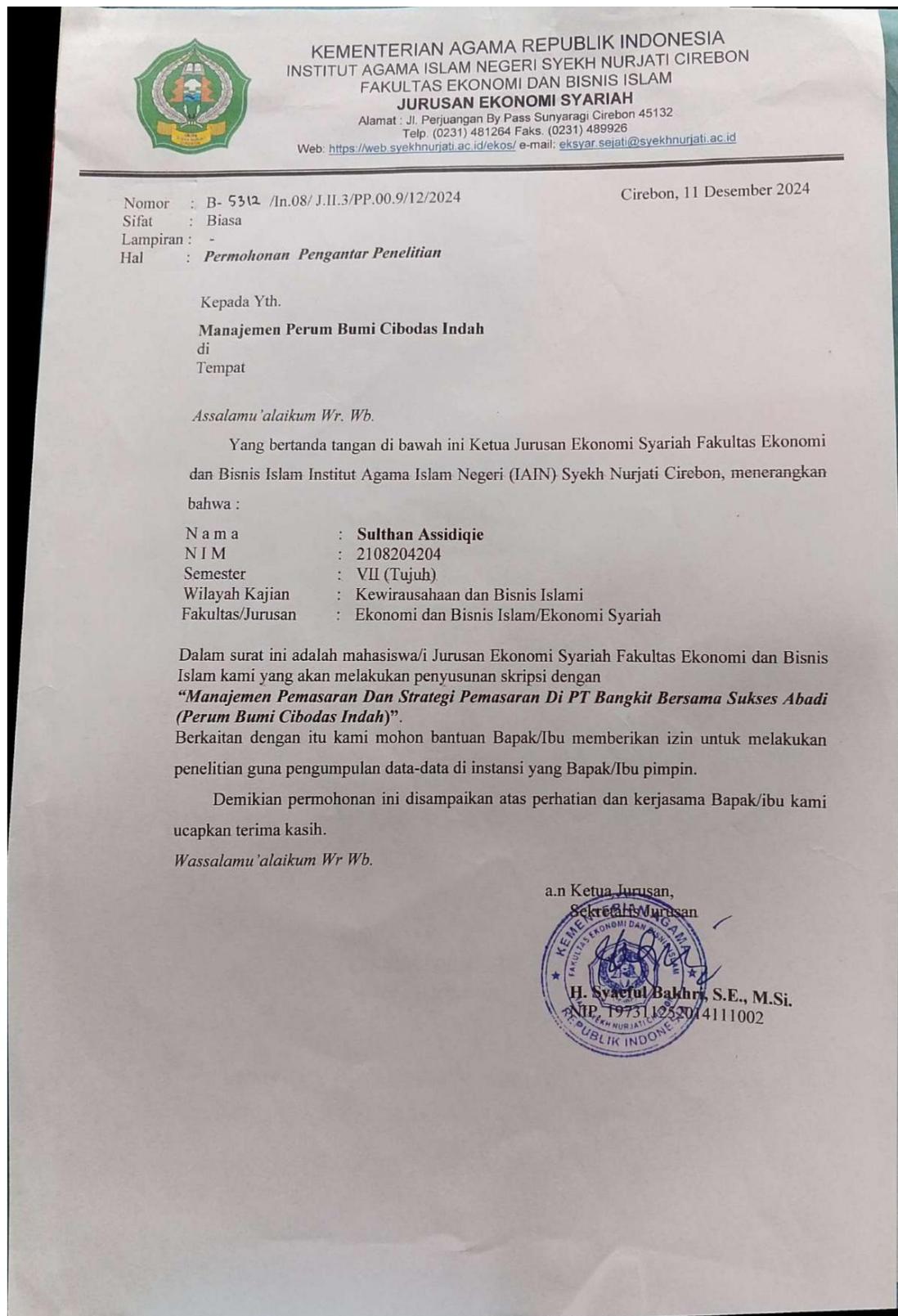
a.n DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
ISLAM,  
WAKIL DEKAN I,



**Tembusan :**

1. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa;
4. Arsip.

## E. Lampiran 5: Surat Keterangan Izin Penelitian



## G. Lampiran 6: Hasil Cek Plagiasi Turnitin

Turnitin			
ORIGINALITY REPORT			
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
20%	19%	8%	10%
1 etd.uinsyahada.ac.id Internet Source	2%		
2 jurnal.yudharta.ac.id Internet Source	1%		
3 theses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%		
4 pdfcoffee.com Internet Source	1%		
5 www.researchgate.net Internet Source	<1%		
6 radarsukabumi.com Internet Source	<1%		
7 ejournal.laifa.ac.id Internet Source	<1%		
8 digitallib.iainkendari.ac.id Internet Source	<1%		
9 repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%		
10 johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1%		
11 www.scribd.com Internet Source	<1%		
12 repository.unpkediri.ac.id Internet Source			



		<1%
13 docplayer.info Internet Source	<1%	
14 123dok.com Internet Source	<1%	
15 etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	<1%	
16 digilib.uinsa.ac.id Internet Source	<1%	
17 cdn.repository.uisi.ac.id Internet Source	<1%	