
EFEKTIVITAS SALES MARKETING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA APARTEMEN THE MONDE CITY BATAM**Efta Candra¹, Razaki Persada², Chris Setyarso Triwinasis³**Email : eftacandra@gmail.com, persadarazaki@yahoo.co.id, bungchris2011@gmail.com^{1,2,3}STIE Nagoya Indonesia, Indonesia

Kata Kunci	Abstrak
Efektivitas <i>Sales Marketing</i> , Volume Penjualan, Kualitatif	Tujuan Penelitian ini untuk memaparkan efektivitas sales marketing dalam meningkatkan volume penjualan pada Apartemen The Monde City Batam dan mengetahui kendala – kendala apa saja yang dihadapi di lapangan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik efektivitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas sales marketing dalam meningkatkan volume penjualan pada Apartemen The Monde City Batam sudah sangat baik (efektif) hal ini dapat dibuktikan dengan tercapainya tujuan penjualan apartemen sekitar 90%, kejelasan strategi pencapaian telah berjalan dengan baik, proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap juga berjalan sesuai dengan ketentuan, perencanaan yang matang dapat meminimalisir hal – hal yang tidak diinginkan dimasa mendatang, penyusunan program yang tepat dapat menambah minat <i>customer</i> untuk membeli Apartemen The Monde City Batam, tersedianya sarana dan prasarana kerja dapat menunjang kinerja tim <i>sales marketing</i> agar dapat bekerja lebih baik lagi, pelaksanaan efektif dan efisien dapat tercipta jika semua komponen terkoordinasi dengan baik, sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik dapat menjadi suatu alarm bagi tim sales marketing agar dapat terus menjadi <i>sales</i> yang produktif.

Keywords	Abstract
<i>Effectivity of Sales Marketing, Sales Volume, Qualitative</i>	<i>The purpose of this study is to describe the effectiveness of sales marketing in increasing sales volume at The Monde City Batam Apartment and to find out what obstacles are encountered in the field. The results of this study indicate that the effectiveness of sales marketing in increasing sales volume at The Monde City Batam Apartment is very good (effective) this can be proven by the achievement of apartment sales goals of around 90%, clarity of marketing strategy has been going well, process analysis and policy formulation a steady state also runs in accordance with the provisions, careful planning can minimize unwanted things in the future, the preparation of the right program can increase customer interest in buying The Monde City Batam Apartment, the availability of work facilities and infrastructure can support the performance of the sales marketing team so that can work even better, effective and efficient implementation can be created if all components are well coordinated, an educational monitoring and control system can be an alarm for the sales marketing team so that they can continue to be productive sales.</i>

A. Pendahuluan

Batam adalah salah satu Kota Industri yang ada di Indonesia. Letak geografis Kota Batam yang berbatasan langsung dengan negara tetangga yaitu Singapura dan Malaysia membuat Batam menjadi salah satu kota yang strategis karena berada di jalur pelayaran internasional. Batam merupakan salah satu pulau dalam gugusan Kepulauan Riau dan sebuah pulau diantara 329 pulau yang terletak antara Selat Malaka dan Singapura.

Kota Batam merupakan salah satu daerah tujuan wisatawan lokal maupun asing, hal ini membuat pembangunan di Kota Batam terus berkembang dari waktu ke waktu. Pembangunan infrastruktur di Kota Batam yang terus berkelanjutan membuat pertumbuhan dan perkembangan ekonomi Kota Batam semakin maju. Didukung dengan jalur lalu lintas pelayaran internasional yang dapat menarik minat para wisatawan untuk berkunjung, berbisnis maupun berinvestasi di Kota Batam.

Gencarnya pembangunan infrastruktur akan semakin mendorong pembangunan properti karena membuat aksesibilitas semakin mudah. Salah satu pembangunan properti yang sedang marak di Kota Batam adalah pembangunan apartemen. Keterbatasan lahan (tanah) di Kota Batam membuat para investor dalam negeri dan luar negeri seakan berlomba – lomba membangun apartemen karena banyak diminati oleh banyak orang.

Apartemen merupakan sebuah jenis tempat tinggal yang hanya mencakup sebagian dari suatu bangunan, yang terdiri dari kamar tidur, kamar mandi, dapur, ruang bersantai, dan sebagainya yang berada pada satu bangunan bertingkat yang besar dan mewah. Apartemen biasanya dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti pusat perbelanjaan (*foodcourt*, supermarket), pusat kebugaran (kolam renang, *fitness centre*, *jogging track*, lapangan basket), pusat kesehatan (rumah sakit, klinik, apotek), taman bermain anak dan lain sebagainya.

Salah satu developer di Kota Batam yang sedang mengerjakan proyek pembangunan apartemen adalah PT. Puri Global Sukses Tbk. Developer ini memiliki proyek pembangunan Apartemen The Monde City Batam. Tim *sales marketing* dan agen properti yang bergabung di PT. Puri Global Sukses (PGS) Tbk, telah melakukan penjualan sebanyak 1.000 unit. Apartemen The Monde City Batam pun mendapat penghargaan *Best Affordable Condo Development* dan menjadi *Best Seller Apartment in Batam 2021*. Atas dasar inilah peneliti tertarik mengangkatnya dalam penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya peningkatan efektifitas *Sales Marketing* dalam meningkatkan volume penjualan Apartemen The Monde City Batam.

B. Metode Penelitian

1) Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk penelitian deskriptif kualitatif. Unit analisis dalam penelitian ini yang pertama adalah Apartemen The Monde City Batam. Dalam hal ini akan dilihat bagaimana efektivitas sales marketing dalam meningkatkan volume penjualan apartemen The Monde City Batam.

2) Responden dan Tempat Penelitian

Pada penelitian ini responden penelitiannya adalah tim *sales marketing* PT. Puri Global Sukses Tbk, GM *Sales dan Marketing* PT. PGS Tbk., dan beberapa konsumen yang telah membeli Apartemen The Monde City Batam. Sedangkan tempat penelitiannya terdapat beberapa tempat yaitu lokasi proyek apartemen The Monde City Batam, kantor *marketing galery*, kantor PT. Puri Global Sukses Tbk. dan *booth* pameran.

3) Teknik Penggalan Data

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara sebagai salah satu alat pengumpulan data. Dalam hal ini responden yang diwawancarai adalah *General Manajer Sales & Marketing*, HRD PT. Puri Global Sukses Tbk, manajer proyek apartemen The Monde City Batam, tim *sales marketing* PT. Puri Global Sukses Tbk, dan beberapa konsumen yang telah membeli unit apartemen The Monde City Batam. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data berupa *teoretical coding*. Langkah-langkahnya *open*, *axial*, dan *selective coding*.

Pemantapan kredibilitas penelitian menggunakan teknik triangulasi data, yaitu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, buku-buku, hasil wawancara, dan hasil *ovserpasi* atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu sumber.

C. Hasil dan Pembahasan

Berikut hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat dijabarkan sebagai berikut :

a) Kejelasan Tujuan yang Ingin Dicapai

Kejelasan tujuan yang ingin dicapai dalam penjualan Apartemen The Monde City Batam yaitu tim *sales dan marketing* memiliki target tim, target individu/pribadi. Untuk target perbulan tim *sales inhouse* sebanyak 30 unit (termasuk rumah dan apartemen), dan masing – masing *sales leader* diberi target sebanyak 3 unit, sedangkan *property consultant* diberi target sebanyak 3 unit. Dengan target yang diberikan ini PT. Puri Global Sukses telah mampu menjual sebanyak 1.125 unit apartemen dari 4 tower yang telah dibuka, yaitu tower M2, M3, M5, dan M6.

b) Kejelasan Strategi Pencapaian Tujuan

Kejelasan strategi pencapaian tujuan yaitu strategi apa saja yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Dalam hal ini tim *sales dan marketing* memiliki berbagai macam strategi yang jelas diantaranya yaitu mencari database yang dapat dilakukan dengan cara jaga pameran/stand yang jadwalnya telah dibuat oleh perusahaan, *kanvasing*, dan beriklan di sosial media. Sedangkan dari perusahaan sendiri biasanya mengadakan program atau promo yang menarik seperti undian kupon belanja, free IPL (Iuran Pengelolaan Lingkungan), dan hadiah menarik lainnya.

c) Proses Analisis dan Perumusan Kebijakan yang Mantap

Dari proses analisis yang dilakukan oleh tim *sales dan marketing* yaitu tentang berapa calon konsumen yang ditemui setiap harinya untuk mendapatkan hasil atau tujuan yang efektif, bisa juga dengan analisis lebih efektif melalui *follow up database* perhari. Sedangkan dari perusahaan, analisis yang dilakukan melalui *source* atau

sumber *customer* yang didapatkan oleh *sales*, seperti penjualan yang didapat dari iklan sosmed, kanvasing, pameran (*mall dan foodcourt*) atau *hotline* kantor. Dari berbagai sumber penjualan yang didapat dari tim *sales* dan *marketing* dapat dilihat yang mana yang paling efektif.

Sedangkan untuk kebijakan terhadap *customer* yang dilakukan perusahaan yaitu memberikan pilihan *customer* untuk cara pembayaran unit properti dengan cara bayar *cash*, *cash* bertahap, maupun KPA/KPR. Perusahaan juga memberi kebijakan untuk memilih tanggal pembayaran unit sesuai dengan kebutuhan *customer*, misal contohnya *customer* gaji di tanggal 25 setiap bulannya, maka *customer* dapat meminta pembayaran ditanggal 26 setiap bulannya.

d) Perencanaan yang Matang

Pembangunan Apartemen The Monde City Batam direncanakan akan *topping off* di akhir tahun 2023 dan serah terima kunci di tahun 2024. Hal ini merupakan sebuah nilai jual yang harus dikomitmenkan untuk menjaga kepercayaan *customer*, dengan perencanaan yang matang supaya tidak terjadi keterlambatan pembangunan, karena sangat mempengaruhi efektivitas penjualan.

Perencanaan untuk mencapai tujuan juga dilakukan dan diproses sangat matang seperti mengadakan promo *lucky puries* atau promo-promo lainnya sehingga dapat mendorong penjualan.

e) Penyusunan Program Yang Tepat.

Penyusunan program yang tepat pada penjualan unit apartemen The Monde City Batam seperti program promo *grab hokki angpau*, program *luckydraw* juga menyusun program-program seperti *roadshow* keluar kota (Pontianak, Karimun, Tanjung Pinang) untuk mengadakan *investor gathering* dan program kerjasama dengan beberapa bank.

f) Tersedianya Sarana dan Prasarana Kerja

Untuk sarana dan prasarana kerja yang diberikan oleh PT. Puri Global Sukses Tbk kepada team *sales* dan *marketing* seperti seragam kerja, ID Card, flayer atau brosur, pameran atau stand, stempel, iklan billboard dan pelatihan/training (pengenalan *product knowledge*, motivasi, *selling skill*, pengurusan surat menyurat) yang rutin diberikan kepada tim *sales* dan *marketing* sebagai bekal dalam mencapai target penjualan.

g) Pelaksanaan Efektif Dan Efisien

Untuk pelaksanaan efektif dan efisien sudah dilaksanakan sesuai perencanaan strategi dan program yang matang, perencanaan startegi dalam memasarkan Apartemen The Monde City sudah dilaksanakan secara efektif dan efisien yaitu mencari database dari berbagai sumber seperti pameran, iklan sosmed, kanvasing, *roadshow*, acara *investor gathering*, iklan billboard, dan *hotline* kantor, kemudian database tersebut diolah untuk di follow up dengan cara mengirimkan informasi lengkap mengenai apartemen The Monde City, dan mengajak untuk bertemu di lokasi project, kantor atau *marketing galery* bagi para calon *customer* yang ingin mendapatkan informasi lebih detail, sehingga peluang untuk terjadinya transaksi jual beli lebih efektif dan lebih efisien untuk waktu dan biaya operasional.

h) Sistem Pengawasan dan Pengendalian yang Bersifat Mendidik

Dalam penjualan Apartemen The Monde City Batam sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik yaitu mengawasi dengan cara absensi team *sales marketing*. Di setiap pagi hari sesuai dengan jadwal pameran, tim *sales*

marketing (*sales inhouse*) diwajibkan untuk absen dengan cara foto selfi di lokasi pameran menggunakan aplikasi foto timer dimana pada foto yang diambil harus terdapat jam dan tanggalnya. Selain itu tim sales dan marketing juga wajib melaporkan minimal 3 database yang di dapat pada setiap hari dan akan dievaluasi perminggu. Selain itu, para tim *sales* juga akan dievaluasi hasil penjualannya. *Sales* yang tidak produktif selama 3 bulan berturut-turut akan diberlakukan Surat Peringatan 1, 2, dan seterusnya.

D. Simpulan

Dari hasil penelitian yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa strategi *sales marketing* dalam meningkatkan volume penjualan dapat dilakukan dengan cara jaga pameran/stand, kanvasing, beriklan di sosial media, maupun memanfaatkan relasi dari orang terdekat. Hal ini dilakukan tim sales marketing untuk mendapatkan database agar database tersebut bisa di *follow up* dan dapat diclosingkan. Target *sales marketing* per bulannya 3 unit untuk *sales leader*, *property consultan* sebanyak 2 unit, dan target tim sebanyak 30 unit. Sedangkan target sales marketing untuk bertemu customer sebanyak 5-10 orang agar peluang untuk closing semakin besar.

Kendala-kendala yang ditemukan tim sales dan marketing di lapangan adalah ketidakpercayaan customer kepada developer karena Apartemen The Monde City Masih dalam tahap pembangunan, customer lebih memilih rumah dibandingkan apartemen untuk dijadikan sebagai tempat hunian, dan belum adanya *show unit* apartemen sehingga *customer* belum mengetahui bagaimana bentuk/rupa apartemen The Monde City jika sudah siap huni. Sedangkan upaya *sales marketing* dalam mengatasi kendala tersebut adalah mengenalkan kembali *company profile* perusahaan dan tim *sales* dan *marketing* dapat menawarkan unit apartemen/rumah sesuai dengan kebutuhan dan *budget customer*.

Fasilitas dan *support* yang diberikan oleh perusahaan kepada tim sales dan marketing berupa pameran/stand, baju seragam, *ID card*, *flayer* atau brosur, pameran atau stand, stempel, iklan *billboard* dan pelatihan/training (pengenalan *product knowledge*, motivasi, *selling skill*, pengurusan surat menyurat). Daerah yang lebih berpotensi untuk mendapatkan customer adalah di daerah Batam Centre dan Nagoya karena menurut tim sales marketing dua tersebut penduduk/masyarakatnya tergolong masyarakat menengah ke atas.

E. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada pihak kampus STIE Nagoya Indonesia dan PT. Puri Global Sukses Tbk yang telah memberikan bantuan kepada peneliti.

F. Referensi

Basuki Rahmat, Panca, (2022). Kekaburan Batasan Makna Pemasaran dalam Transaksi Jual Beli Apartemen dengan Sistem Pre Project Selling. Jurnal Masalah – Masalah Hukum

- Ediyanto. 2022. Sales Handbook. Batam : PT. Puri Global Sukses Tbk.
- Eticon. 2021. Diunduh dari <https://eticon.co.id/tipe-tipe-apartemen/>
- Hanifah, Piti. 2022. Diunduh dari <https://www.rumah.com/panduan-properti/apartemen-adalah-61972>
- Harefa, Mandala. (2013). Struktur Pertumbuhan Ekonomi dan Sektor Potensial Kota Batam dan Kabupaten Karimun Provinsi Kepulauan Riau. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*. 175 – 193
- Mediacentre. 2022. Diunduh <https://mediacenter.batam.go.id/2022/03/10/rudi-padukan-perencanaan-pemko-bp-batam-genjot-pertumbuhan-ekonomi/>
- Mediana Fitri, Reza. (2019). Tanggung Jawab Pengembang dalam Penjualan Satuan Unit Apartemen Terkait Ketiadaan Izin Mendirikan Bangunan Studi (Kasus Apartemen 45 Antasari Jakarta Selatan). *Jurnal Hukum Adigama*.
- Purwanto, Agus Joko. 2017. Teori Organisasi. Tangerang Selatan CV Jaya Abadi Utama
- Poltak Sinambela, Lijan. 2019. Manajemen Kinerja. Depok : PT. Rajagrafindo Persada
- Sudaryono. 2015. Pengantar Bisnis. Yogyakarta : Andi Offset
- Suhardi, Cand. 2018. Pengantar Manajemen dan Aplikasinya. Yogyakarta : Gava Media
- Kuspriyono, Taat. (2018). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. Skripsi
- Virena, Devia. (2020). Analisis Pasar untuk Grand Dharmahusada Lagoon Proyek Apartemen PT. PP Properti, Tbk. *Jurnal Sains dan Seni ITS*
- Yuniarsih, Tjutju. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Alfabeta