

**SWPENGADAAN *WEBSITE* UNTUK MENGATASI *DOUBLE*
LISTING DAN EFEKTIFITAS KERJA *MARKETING*
ASSOCIATE ERA VICTORIA MALANG**

LAPORAN *MINI PROJECT*



**APFIA TRIFENA ADELIA SUTIKNO
NIM : 112210005**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MA CHUNG
MALANG
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang Berjudul :

**Pengadaan *Website* untuk Mengatasi *Double Listing* dan Efektifitas Kerja
Marketing Associate Era Victoria Malang**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Apfia Trifena Adelia Sutikno
NIM : 112210005
Program Studi : Manajemen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung pada
tanggal 26 Juni 2025 dan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah
satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1).

Dosen Pembimbing

Catharina Aprilia Hellyani, S.E., M.M.

NIP. 20190013

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tarsisius Renald Suganda, SE., M.Si., Ph.D., CRA., CIC.

NIP. 20080021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa laporan magang yang berjudul :

Pengadaan *Website* untuk Mengatasi *Double Listing* dan Efektifitas Kerja *Marketing Associate* Era Victoria Malang

merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan karya plagiat yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi sebagaimana semestinya, baik sebagian maupun seluruhnya. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 26 Juni 2025

Apfia Trifena Adelia S

NIM. 112210005

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Mujizat-Nya, sehingga Laporan *Mini Project* Magang ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan *Mini Project* Magang dengan judul **“Pengadaan Website untuk Mengatasi Double Listing dan Efektifitas Kerja Marketing Associate Era Victoria Malang”** ini ditunjukkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik program studi Manajemen pada konsentrasi *Digital Bussines* di Universitas Ma Chung.

Laporan *Mini Project* Magang ini merupakan hasil magang penulis pada Era Victoria Malang yang dilaksanakan selama 5 Bulan setara dengan 1.029 jam kerja. Laporan *Mini Project* Magang ini akan digunakan untuk pertukaran konversi nilai semester 6 penulis pada Universitas Ma Chung. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak laporan ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan laporan ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, MS., M.Sc. selaku Rektor Universitas Ma Chung.
2. Bapak Tarsisius Renald Suganda, SE., M.Si., Ph.D., CRA., CIC. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung.
3. Bapak Uki Yonda Asepta, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Ma Chung.
4. Ibu Catharina Aprilia Hellyani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing sekaligus Penguji Mini Project Magang Universitas Ma Chung yang telah bersedia membimbing serta memberikan saran dalam pembuatan laporan sehingga laporan ini dapat terselesaikan.

5. Bapak Agus Sulestijo selaku Direktur Era Victoria Malang yang telah bersedia untuk memberikan waktu, kepercayaan, serta kesempatan bekerja dalam pelaksanaan kegiatan.
6. Bapak Iwan Sahlan selaku Direktur yang telah bersedia memberikan waktu kepercayaan, serta kesempatan bekerja dalam pelaksanaan kegiatan.
7. Ibu Sylviana Hendrawan selaku *Marketing Manager* yang telah bersedia memberikan waktu kepercayaan, serta kesempatan bekerja dalam pelaksanaan kegiatan.
8. Seluruh *marketing associate* Era Victoria Malang yang telah mendukung penulis dalam bekerja serta memberikan ilmu yang bermanfaat di dunia kerja.
9. Orang tua serta teman-teman yang selalu memberikan dorongan serta dukungan pada penulis dalam proses pembuatan laporan magang ini.
10. Berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung pada penulis sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.

Berkat dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik dan tepat waktu. Harapannya dengan laporan yang telah dibuat dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Penulis menyadari bahwa laporan ini belum sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan untuk masukan, kritik, dan saran yang dapat membangun. Demikian laporan ini penulis buat semoga bermanfaat.

Malang, 26 Juni 2025

Apfia Trifena Adelia S

NIM. 112210005

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Magang.....	5
1.3 Manfaat Magang.....	5
1.3.1 Manfaat Bagi Perusahaan	5
1.3.2 Manfaat Bagi Mahasiswa.....	6
1.3.3 Manfaat Bagi Universitas	6
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	7
2.1 Perencanaan Magang.....	7
2.1.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Magang.....	7
2.1.2 Rencana Kegiatan Magang	8
2.2 Gambaran Umum Perusahaan	9
2.2.1 Sejarah Perusahaan	9
2.2.2 Visi Misi Perusahaan	9
2.2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	10
2.2.4 <i>Job Description</i>	10
2.2.5 Produk Perusahaan.....	14
2.3 Paparan Kegiatan Pelaksanaan Magang	22
BAB III EVALUASI KEGIATAN MAGANG.....	30
3.1 Permasalahan.....	30
3.2 Pembahasan	32
3.2.1 <i>Digital Marketing</i>	32
3.2.2 <i>Website</i>	35

3.3 Solusi	37
3.4 Pengalaman Magang	50
3.4.1 Pengalaman <i>Hard Skill</i>	50
3.2.2 Pengalaman <i>Soft Skill</i>	52
BAB IV PENUTUP	54
4.1 Kesimpulan.....	54
4.2 Saran.....	55
4.2.1 Saran Bagi Era Victoria Malang.....	55
4.2.2 Saran untuk Mahasiswa Magang Selanjutnya	56
4.2.3 Saran untuk Universitas Ma Chung	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	59



UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rincian Kegiatan Magang	22
Tabel 2. Ringkasan Masalah dan Dampak	31
Tabel 3. Ringkasan Masalah dan Solusi	50



UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lokasi Perusahaan.....	7
Gambar 2. Logo Era Victoria	7
Gambar 3. Struktur Organisasi Perusahaan Era Victoria Malang.....	10
Gambar 4. Perjanjian Jasa Pemasaran Era Victoria Malang	16
Gambar 5. Foto Akun Rumah 123	21
Gambar 6. Foto <i>Listing</i> Properti pada Akun Rumah 123.....	21
Gambar 7. Foto Fitur Rumah 123	45
Gambar 8. Foto Form Input <i>Listing</i>	45
Gambar 9. Foto Tampilan Fitur Pencarian Properti	47
Gambar 10. Foto <i>Dashboard</i> Status Properti	47

UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Kunjungan Magang oleh Dosen Universitas Ma Chung.....	59
Lampiran 2. Foto Kegiatan <i>Weekly Meeting</i>	60
Lampiran 3. Foto Kegiatan <i>Visit</i> dan Membuat Konten	61
Lampiran 4. Foto Kebersamaan Tim Era Victoria Malang	63
Lampiran 5. Foto Properti yang Berhasil Ter- <i>listing</i>	64
Lampiran 6. Formulir Bimbingan Lapangan (<i>logbook</i>)	65
Lampiran 7. Formulir Bimbingan Dosen Pembimbing	68
Lampiran 8. Formulir Penilaian Magang	69
Lampiran 9. Foto Lembar Pengesahan.....	70

UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Properti atau *real estate* adalah suatu usaha yg berafiliasi dengan segala sesuatu yang berwujud, memiliki hak milik, dan memiliki masa manfaat. Usaha properti artinya salah satu bisnis yg paling dinamis, berisiko, dan penuh tuntutan (Sugianto et al., 2024). Sektor ini mencakup aktivitas yang melibatkan individu, perusahaan swasta, maupun lembaga keuangan, dan terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan tempat tinggal, pertumbuhan populasi, serta urbanisasi di kota-kota berkembang seperti Malang. Dengan permintaan yang terus meningkat, industri properti menjadi sektor yang relatif stabil dan menjanjikan. Namun, tantangan besar pun hadir, terutama dalam hal efisiensi pemasaran, pengelolaan data, serta akurasi informasi yang disajikan ke konsumen. Di era digital saat ini, pelaku industri properti tidak hanya dituntut untuk memiliki portofolio produk yang kompetitif, tetapi juga harus mampu mengelola informasi properti secara cepat, akurat, dan terintegrasi. Hal ini menuntut adanya adaptasi sistem kerja yang modern, inovatif, dan berbasis teknologi digital agar perusahaan dapat terus bersaing di pasar yang semakin kompleks dan dinamis.

Sektor properti tentunya tidak akan lepas dari keberadaan penyedia jasa konsultasi maupun pemasaran properti yang disebut sebagai agen properti. Agen pemasaran di Indonesia sering disebut dengan *broker*, istilah *broker* dapat dipersamakan dengan agen dalam hukum perdagangan Indonesia (Yunita et al., 2021). Agen properti memiliki tanggung jawab dalam memasarkan properti, melakukan komunikasi dengan klien, mengatur jadwal kunjungan, serta membantu

proses negosiasi hingga transaksi selesai. Di era digital saat ini, tugas agen properti tidak lagi hanya bersifat tatap muka, tetapi juga mencakup penguasaan *platform* digital seperti media sosial, aplikasi *listing*, hingga situs properti *online*. Agen dituntut untuk memiliki keterampilan ganda, yakni kemampuan interpersonal untuk membangun relasi dengan klien, serta kemampuan digital dalam mengelola data properti, membuat konten promosi, dan memperbarui informasi secara cepat. Tidak hanya itu, agen juga dituntut untuk memahami hukum pertanahan, tren pasar properti, serta mekanisme pembiayaan agar dapat memberikan pelayanan yang profesional dan relevan. Oleh karena itu, profesi agen properti kini menjadi semakin kompleks dan strategis dalam keberlangsungan operasional bisnis properti.

Salah satu aspek vital dalam pekerjaan agen properti adalah pengelolaan *listing*. *Listing* sendiri adalah rincian mengenai suatu produk properti baik rumah, apartemen, kantor, gedung, ruko, lahan atau properti lain yang sedang dijual (Fazrul, 2025b). Kegiatan *listing* properti melalui agen properti merupakan salah satu opsi strategis yang dapat diambil oleh pemilik properti dalam mempromosikan dan memasarkan propertinya secara lebih luas dan profesional. Elemen seperti lokasi, jenis, dan kualitas properti sangat penting dan tentunya memengaruhi keputusan seseorang untuk membeli properti. Lokasi yang strategis menjadi daya tarik karena memengaruhi kenyamanan, aksesibilitas, dan peluang investasi masa depan. Selain itu, berbagai jenis properti yang tersedia memungkinkan pelanggan memilih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing, sementara kualitas properti mencerminkan tingkat pelayanan dan fasilitas yang disediakan untuk memberikan kepuasan maksimal kepada calon pembeli (Sukaesih et al.,

2023). Agen properti yang melakukan proses *listing* properti pemilik dapat memberikan informasi lengkap dan jelas tentang ketiga elemen penting ini, keakuratan dan kelengkapan informasi dalam *listing* menjadi penentu utama daya tarik suatu properti di mata calon konsumen. Selama proses *listing*, agen properti mengumpulkan informasi tentang spesifikasi properti, seperti lokasi geografis, klasifikasi jenis bangunan, dan keunggulan layanan dan fasilitas. Dengan demikian, agen properti tidak hanya berperan sebagai pihak pemasar, tetapi juga sebagai sumber informasi terpercaya yang membantu calon konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang tepat dan sesuai kebutuhan.

Sayangnya, dalam praktik di lapangan, masih banyak kendala yang sering dihadapi, salah satunya adalah terjadinya *double listing*, yaitu keadaan di mana sebuah unit properti terdaftar atau dipromosikan lebih dari sekali oleh *marketing* yang berbeda atau oleh *marketing* yang sama tanpa adanya koordinasi yang tepat. Fenomena ini sering kali muncul karena tidak adanya sistem digital yang terpusat untuk mendeteksi pengulangan data *listing* secara otomatis. Akibatnya, calon konsumen sering kali menjumpai beberapa iklan untuk properti yang sama dengan informasi yang tidak seragam, baik dalam hal harga, status ketersediaan, maupun detail lainnya. Inkonsistensi informasi ini menimbulkan kebingungan, mengurangi kepercayaan konsumen terhadap kredibilitas agen dan perusahaan, dan bisa membuat calon pembeli enggan melanjutkan transaksi. Selain itu, risiko konflik internal antara *marketing* bisa meningkat karena adanya tumpang tindih dalam penanganan klien dan pembagian komisi. Di samping itu, belum adanya aplikasi otomatis untuk memperbarui status properti yang telah *closing* baik yang terjual

maupun yang disewa secara *real time* juga merupakan masalah besar. Dalam banyak situasi, data properti yang sudah tidak tersedia masih terlihat di berbagai *platform* pemasaran, termasuk *website* properti *online* dan database internal perusahaan. Hal ini membuat calon pembeli atau penyewa menghubungi agen untuk properti yang sebenarnya sudah tidak tersedia. Situasi ini jelas mengecewakan konsumen, memberikan kesan bahwa agen kurang profesional, dan pada akhirnya dapat merugikan reputasi perusahaan secara keseluruhan. Di sisi lain, agen properti juga merasa tertekan karena harus menangani banyak pertanyaan atau permintaan kunjungan terhadap properti yang sudah tidak aktif, sehingga waktu dan energi terbuang percuma.

Fenomena *double listing* dan keterlambatan dalam memperbarui status properti yang sudah *closing* ini menunjukkan perlunya sistem digital yang terintegrasi dan berbasis otomatisasi untuk mendukung operasional perusahaan *real estate*, terutama pada skala menengah seperti yang terlihat di Era Victoria Malang. Tanpa teknologi yang dapat menyederhanakan manajemen *listing* dan meminimalkan kesalahan data, perusahaan akan terus menerus menghadapi tantangan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Oleh karena itu berdasarkan beberapa latar belakang tersebut, penulis mengangkat topik pengadaan *website* yang bertujuan untuk mengusulkan pengembangan model sistem aplikasi otomatisasi yang mampu mengintegrasikan data *listing*, meminimalisasi *double listing*, dan mempercepat *update* status properti *closing* secara *real time*. Diharapkan laporan magang ini dapat menjadi rekomendasi solutif bagi perusahaan dalam meningkatkan efisiensi kerja dan pelayanan konsumen,

sekaligus menjadi kontribusi praktis bagi transformasi digital di industri properti Indonesia.

1.2 Tujuan Magang

Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan magang sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pemahaman konseptual serta keterampilan praktis mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam lingkungan kerja nyata, sehingga tercipta sinergi antara teori dan praktik.
- b. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memahami secara langsung sistem kerja, budaya organisasi, serta struktur dan fungsi manajerial yang berlaku di dunia industri atau bisnis, sebagai bekal dalam menghadapi tantangan profesional di masa depan.
- c. kontribusi nyata dalam bentuk solusi strategis dan aplikatif yang dapat diimplementasikan serta dikembangkan oleh perusahaan, guna mendukung peningkatan efisiensi dan efektivitas operasional.

1.3 Manfaat Magang

Manfaat yang diterima setelah dilaksanakan-nya kegiatan magang ini bagi seluruh pihak akan diuraikan kedalam penjelasan berikut ini:

1.3.1 Manfaat Bagi Perusahaan

- a. Mendapatkan kontribusi tenaga tambahan dari mahasiswa magang yang dapat membantu proses operasional harian, khususnya dalam pengelolaan data *listing*, pembuatan beragam konten, dan pemantauan status properti.
- b. Mendapatkan perspektif dan gagasan baru dari mahasiswa terkait pengembangan sistem informasi atau teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi kerja perusahaan.

- c. Menjadi bahan evaluasi perusahaan terhadap sistem manajemen informasi internal, terutama dalam menanggapi isu seperti *double listing* dan keterlambatan *update* status properti.

1.3.2 Manfaat Bagi Mahasiswa

- a. Memperoleh pengalaman langsung dalam dunia kerja nyata yang relevan dengan bidang studi, khususnya dalam industri properti. Menambah wawasan mengenai praktik kerja lapangan, sistem operasional perusahaan, serta tantangan yang dihadapi dalam industri properti.
- b. Membangun jejaring profesional yang dapat bermanfaat untuk pengembangan karier di masa depan.

1.3.3 Manfaat Bagi Universitas

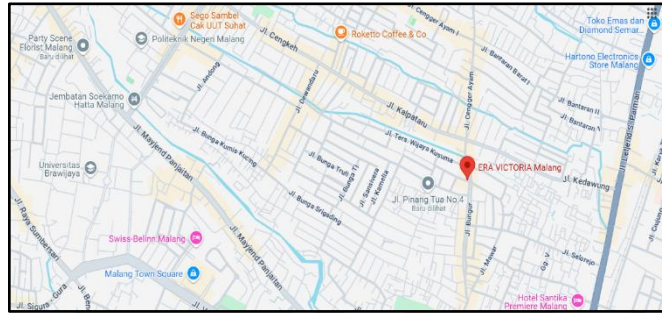
- a. Memperkuat hubungan kerja sama dengan dunia industri sebagai bagian dari implementasi Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).
- b. Menjadi indikator keberhasilan kurikulum dalam menyiapkan mahasiswa yang siap terjun ke dunia kerja.
- c. Menjadi acuan dalam menilai relevansi kurikulum mata kuliah yang diterapkan di Universitas Ma Chung, sehingga Universitas dapat melakukan penyesuaian kurikulum secara lebih tepat serta memahami kebutuhan nyata dunia industri, khususnya di sektor bisnis properti.

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Perencanaan Magang

2.1.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Magang



Gambar 1. Lokasi Perusahaan
Sumber: Google Maps (2025)



Gambar 2. Logo Era Victoria
Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

Alamat perusahaan : Jl. Bungur No.59D, Lowokwaru, Kec. Lowokwaru, Kota
Malang, Jawa Timur 65141.

Nomor telepon : (0341) 4385635

Web : <http://eravictoriamalang.com/>

Pelaksanaan kegiatan magang bertempat di kantor Era Victoria, yaitu perusahaan yang bergerak di sektor *real estate*, beralamat di Jalan. Bungur No.59D, Lowokwaru, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141. Waktu pelaksanaan kegiatan magang di Era Victoria dijalankan sejak tanggal 01 Maret 2025 sampai dengan 31 Juli 2025. Waktu pelaksanaan dilakukan setiap hari mulai

pukul 08.00 hingga 17.00 pada hari Senin-Jumat, serta 08.00 – 15.00 di hari Sabtu. Kegiatan magang berlangsung selama 120 hari kerja dengan total 1.054 jam kerja dalam kurun waktu kurang lebih 4 bulan. Hal ini telah memenuhi standar persyaratan total jam kerja kegiatan magang yang ditetapkan oleh Program Studi *International Business Managament*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ma Chung yaitu 900 jam kerja. Kegiatan magang dijalankan penulis sesuai dengan hari efektif kerja karyawan Era Victoria Malang.

2.1.2 Rencana Kegiatan Magang

Selama menjalani magang di Era Victoria Malang, penulis mengikuti rangkaian tugas yang dirancang untuk memberikan pengalaman praktis dalam bidang pemasaran properti. Pada bulan pertama, fokus utama adalah mengenal profil perusahaan, sistem kerja, serta adaptasi lingkungan, termasuk pengenalan terhadap *platform listing* seperti Rumah123 dan Pinhome. Memasuki bulan kedua, penulis mulai aktif melakukan pemasaran properti melalui portal *online*, mencari *listing* baru dari pemilik properti, serta membuat dan mengedit konten visual seperti foto dan video properti. Kegiatan ini berlanjut pada bulan ketiga, ditambah tanggung jawab mendampingi calon konsumen melakukan survei properti langsung di lapangan. Pada bulan keempat, selain menjalankan aktivitas sebelumnya, penulis juga melakukan kunjungan ke kawasan perumahan di Kota Malang dan sekitarnya untuk memperluas wawasan terkait lokasi properti yang dipasarkan. Di bulan kelima, penulis melanjutkan kegiatan rutin serta mulai menyusun laporan akhir magang sebagai bentuk dokumentasi dan pertanggungjawaban atas seluruh kegiatan yang telah dilakukan.

2.2 Gambaran Umum Perusahaan

2.2.1 Sejarah Perusahaan

PT Era Graharealty, dikenal sebagai Era Indonesia, merupakan pelopor sistem waralaba dalam industri agen properti di Indonesia yang resmi beroperasi sejak 8 Mei 1992. Era Indonesia memegang hak *master franchise* untuk seluruh wilayah Indonesia dan kini memiliki lebih dari 114 kantor *member broker* serta didukung oleh lebih dari 6.500 *marketing associate* yang tersebar di berbagai kota besar, termasuk Malang. Salah satu kantor yang berkembang di bawah jaringan Era Indonesia adalah Era Victoria, didirikan oleh Ibu Evelyne Adam. Dalam upaya ekspansi bisnis, Era Victoria membuka cabang di Kota Malang pada tahun 2022 dengan nama Era Victoria Malang untuk melayani kebutuhan properti di kawasan tersebut. Era Indonesia dikenal tidak hanya karena jaringannya yang luas, tetapi juga karena komitmennya dalam mengembangkan profesionalisme melalui pelatihan dan peningkatan kompetensi para agen. Dengan menjunjung tinggi nilai integritas, kerja sama, keunggulan, dan kepuasan pelanggan, Era Indonesia terus berupaya menjadi agen properti terdepan dan terpercaya di Indonesia.

2.2.2 Visi Misi Perusahaan

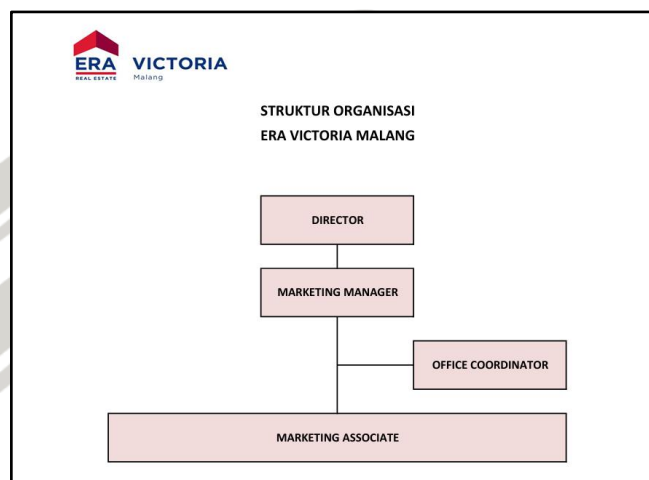
Visi :

- a. Menjadi operator waralaba terbaik di Indonesia dalam industri *broker real estate*.
- b. Menjadi agen *real estate* terkemuka di Asia Pasifik dengan menyediakan solusi dan layanan yang evolusioner kepada klien.

Misi :

- a. Meningkatkan profesionalisme dan profitabilitas setiap kantor Era dengan menyediakan pelatihan terdepan di industri dan layanan yang luar biasa.
- b. Menyediakan pengalaman transaksi *real estate* yang unggul dengan nasihat yang dapat dipercaya, profesional, dan efisien.

2.2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 3. Struktur Organisasi Perusahaan Era Victoria Malang
Sumber : Data Internal Perusahaan Era Victoria Malang (2025)

2.2.4 Job Description

Era Victoria Malang adalah agen properti (*real estate agent*) resmi yang bernaung di bawah Era Indonesia yang membantu jual beli dan sewa berbagai jenis properti di Malang Raya mulai dari rumah, tanah, ruko, apartemen, hingga vila dan gudan. Era Victoria Malang merupakan salah satu agen korporat terbesar dengan ratusan *listing* sejak tahun 2023, dengan begitu tentunya Era Victoria Malang memiliki susunan organisasi yang tertata agar operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Berikut adalah *job description* dari susunan organisasi yang ada di Era Victoria Malang :

1. Direktur (*Director*)

Direktur merupakan pimpinan tertinggi di Era Victoria Malang yang bertanggung jawab terhadap keseluruhan jalannya perusahaan. Direktur berperan penting dalam merumuskan strategi bisnis jangka pendek maupun jangka panjang untuk mendukung pertumbuhan perusahaan. Selain itu, direktur mengawasi seluruh aktivitas operasional dan memastikan setiap divisi bekerja secara efisien serta sejalan dengan visi, misi, dan standar pelayanan dari jaringan Era Indonesia. Direktur juga menjalin relasi strategis dengan klien prioritas, investor, dan mitra eksternal untuk memperluas jaringan bisnis. Dalam operasionalnya, direktur memiliki kewenangan menyetujui rencana pemasaran, anggaran, proses rekrutmen, dan kebijakan internal perusahaan. Selain itu, direktur juga memberikan keputusan akhir terhadap proses akuisisi properti dalam skala besar atau bersifat strategis bagi keberlangsungan perusahaan.

2. *Marketing Manager*

Marketing Manager merupakan posisi yang bertanggung jawab untuk mengelola tim *marketing associate* serta mengembangkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran properti yang efektif. *Marketing manager* menjadi penghubung antara arahan dari direktur dengan pelaksanaan operasional di lapangan. Seorang *marketing manager* menyusun strategi pemasaran dan kampanye iklan yang disesuaikan dengan target wilayah dan segmen pasar, serta melatih dan membina *marketing associate* agar memahami produk properti, teknik *closing*, dan layanan pelanggan dengan baik. *Marketing manager* juga mengatur dan mengevaluasi jadwal kerja, performa individu, serta pencapaian

target bulanan timnya. Selain itu, *marketing manager* menjalin komunikasi aktif dengan calon klien dan turut serta dalam proses negosiasi tingkat lanjut untuk membantu *closing* transaksi. Tugas lainnya meliputi penyusunan laporan analisis pasar dan performa tim untuk disampaikan kepada direktur serta membangun kerja sama dengan pengembang, perbankan, atau institusi lain yang mendukung proses penjualan properti. Di lapangan, *marketing manager* aktif terlibat dalam *event* seperti pameran properti, *open house*, dan kampanye media sosial, serta menjadi mentor bagi *marketing associate* baru hingga mereka mampu bekerja secara mandiri.

3. *Office Coordinator*

Office Coordinator adalah posisi yang memegang peranan penting dalam mendukung kelancaran operasional kantor, terutama dalam aspek administratif, dokumentasi, dan kebutuhan logistik yang menunjang aktivitas *marketing* serta pelayanan klien. Tugas utamanya mencakup pengelolaan data properti yang akan dipasarkan, seperti foto, dokumen legalitas, harga, dan status kepemilikan, serta pengarsipan seluruh dokumen administratif perusahaan dan transaksi properti. *Office coordinator* juga membantu *marketing associate* dalam menyiapkan materi promosi seperti *flyer*, brosur, dan presentasi, sekaligus mengatur jadwal penggunaan ruangan *meeting*, pelatihan, maupun *event* internal. Selain itu, *office coordinator* bertanggung jawab atas pengadaan alat tulis kantor, logistik, dan kebutuhan digital lainnya, serta melayani komunikasi awal dari klien yang datang langsung ke kantor atau menghubungi melalui telepon. Di lapangan, *office coordinator* sering menjadi *support system* penting bagi *marketing associate* dalam

hal kelengkapan dokumen, termasuk membantu proses verifikasi dan pengecekan dokumen properti sebelum dipasarkan atau dilakukan transaksi jual beli.

4. *Marketing Associate*

Marketing associate merupakan ujung tombak dalam proses pemasaran dan penjualan properti di Era Victoria Malang, dengan peran utama bekerja langsung dengan calon pembeli dan penjual mulai dari tahap penawaran hingga transaksi selesai. Tugas mereka mencakup mencari properti untuk dijual atau disewakan (*listing*), baik secara langsung maupun melalui jaringan, serta memasarkan properti melalui berbagai media, baik *online* seperti PinHome, Rumah123, Instagram, dan WhatsApp, maupun *offline* seperti *banner* dan brosur. *Marketing associate* juga melakukan *showing* atau kunjungan lapangan bersama calon pembeli ke lokasi properti, serta bertanggung jawab dalam proses negosiasi hingga tercapai kesepakatan harga. Selain itu, *marketing associate* menyusun dan melaporkan kegiatan pemasaran mingguan kepada *marketing manager* serta menjaga hubungan baik dengan klien untuk membangun kepercayaan dan memperoleh referensi berkelanjutan. Di lapangan, mereka bekerja dengan sistem komisi dan waktu yang fleksibel namun tetap memiliki target, sering turun langsung untuk survei, dokumentasi, dan bertemu pemilik rumah atau calon pembeli. Kreativitas juga menjadi aspek penting, terutama dalam pembuatan konten pemasaran seperti *caption*, *review*, *editing*. Banyak *marketing associate* berasal dari latar belakang non-properti, sehingga mereka dibekali pelatihan intensif pada saat awal bergabung agar mampu beradaptasi dan menjalankan tugas secara profesional.

2.2.5 Produk Perusahaan

Era Victoria Malang merupakan perusahaan agensi sekaligus pengembang properti yang bergerak di berbagai bidang usaha terkait pemasaran, pengelolaan, dan pengembangan properti. Sebagai agensi properti, perusahaan ini berperan sebagai perantara dalam transaksi jual beli dan penyewaan properti yang mencakup berbagai segmen, seperti properti residensial (rumah, apartemen), komersial (ruko, kondotel), industri (gudang), hingga lahan (tanah). Era Victoria Malang melayani kebutuhan baik untuk tempat tinggal maupun investasi, dengan pendekatan yang berorientasi pada solusi menyeluruh bagi klien.

Dalam bidang penjualan, Era Victoria Malang memfasilitasi transaksi properti antara penjual dan pembeli, menyediakan dukungan administratif dan legalitas, serta strategi pemasaran untuk meningkatkan eksposur properti. Di sektor penyewaan, perusahaan mengelola proses sewa-menyewa properti, termasuk administrasi, pemeliharaan, dan layanan kepada penyewa untuk memastikan kenyamanan dan kepuasan selama masa sewa. Selain itu, perusahaan juga menjalankan manajemen properti, yang mencakup pengawasan terhadap kondisi fisik bangunan, penanganan keluhan penyewa, dan pengelolaan aset secara menyeluruh agar nilai properti tetap terjaga. Untuk mendukung keakuratan dalam transaksi dan pengambilan keputusan, Era Victoria Malang menyediakan layanan penilaian properti yang menghasilkan laporan estimasi nilai pasar, baik untuk keperluan jual beli, pembiayaan, maupun evaluasi aset.

Sebagai bagian dari strategi bisnis yang komprehensif, perusahaan juga menyediakan jasa konsultasi investasi properti. Melalui pendekatan ini, Era

Victoria Malang membantu klien dalam mengevaluasi potensi investasi, menilai risiko, serta menentukan pilihan properti yang paling sesuai dengan tujuan finansial mereka. Untuk memperluas jangkauan pasar, perusahaan secara aktif menerapkan strategi pemasaran digital, memanfaatkan *platform online* dan media sosial, serta mengadakan acara seperti *open house* untuk menarik perhatian calon pembeli atau penyewa. Dengan portofolio produk yang luas dan layanan yang beragam, Era Victoria Malang hadir sebagai penyedia solusi properti terintegrasi di kawasan strategis Malang, menjawab kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal yang nyaman, peluang bisnis yang menjanjikan, serta investasi yang bernilai tinggi.

a. *Listing*

Listing properti adalah surat perjanjian atau kuasa untuk menjual dan menyewa properti dari pemilik properti kepada agen properti. *Listing* sendiri adalah rincian mengenai suatu produk properti baik rumah, apartemen, kantor, gedung, ruko, lahan atau properti lain yang sedang dijual maupun disewakan. Adapun jenis-jenis *listing* yaitu *eksklusif listing*, *listing solo agent*, *open listing*, dan *net listing* (Fazrul, 2025). Syarat *listing* menurut perusahaan Era Victoria Malang adalah dengan mengisi data Perjanjian Jasa Pemasaran (PJP) dan melengkapi dokumen berupa KTP, Sertifikat, IMB, dan PBB.

ERA VICTORIA Malang - Kediri **PERJANJIAN JASA PEMASARAN** **AREBI**

☐ OPEN ☐ EXCLUSIVE

Yang bertanda tangan di bawah ini
1. Nama : AGUS SULESTUO
Dalam hal ini bertindak selaku MEMBER BROKER ERA VICTORIA Malang yang bergerak di bidang jasa pemasaran properti, berkedudukan di Malang dengan alamat Jl Bungur 59 D Lowokwaru, Kota Malang 65141, No. Telp (0341) 438565 / 0812 5907 5758; dan Cabang Kediri dengan alamat Jl Banjaran Carik 48 B Kota Kediri, Kota Kediri 64129, No. Telp 082 333 86 9977 selanjutnya disebut sebagai **Pihak Pertama**,
2. Nama :
No HP :
NIK :
Alamat :
selaku pemilik yang sah Tanah / Bangunan yang spesifikasinya akan diuraikan kemudian, selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.
Dengan ini Pihak Kedua memberikan ijin kepada Pihak Pertama untuk memasarkan Tanah / Bangunan milik Pihak Kedua melalui Sistem Pemasaran ERA dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

A. Spesifikasi Properti
☐Rumah ☐Ruko ☐Tanah ☐Gudang ☐Ruang Usaha ☐Villa ☐Apartemen ☐Pabrik ☐Kantor ☐Hotel ☐Kondotel
Alamat Properti : Kel : Kec :
Sertifikat : ☐SHM ☐HGB ☐HS/HP ☐PPJB ☐Strata/tile ☐Lainnya : No :
Luas Tanah : (x) Luas Bangunan : (x) Jumlah Lantai :
Detail Ruangan
Jumlah Kamar Tidur : Kamar Pembantu : Garasi : Daya Listrik :
Jumlah Kamar Mandi : Kamar Mandi Pembantu : Cerport : Sumber Air :
☐Non Pribadi ☐Pribadi : Hadap :
Keterangan Tambahan :

Data Lampiran : ☐Copy Sertipikat ☐Copy KTP ☐Copy PBB ☐Copy IMB ☐Copy Surat Lainnya :

B. Masa Berlaku Pemasaran s/d

C. Harga ☐Dijual Rp (.....)
☐Disewakan Rp (.....)
per tahun, minimal sewa

D. Jasa Pemasaran
1. Pihak Kedua menyetujui untuk memberikan komisi kepada Pihak Pertama atas jasa pemasaran properti sesuai dengan kriteria berikut :
a) Komisi Jual :
☐ Harga Jual s/d Rp 3M komisi 3% atau Minimal Rp 5.000.000,- (mana yg lebih tinggi)
☐ Harga Jual di atas Rp 3M s/d Rp 8M komisi 2,5% ☐ Harga Jual di atas Rp 8M komisi 2%
b) Komisi Sewa :
☐ Harga Sewa s/d 50jt komisi 8% atau Rp 2.500.000,- (mana yang lebih tinggi) ☐ Harga sewa di atas 50 jt komisi 5%
2. Jika perjanjian EXCLUSIVE Pihak Kedua tetap berkomitmen memberikan komisi atas jasa pemasaran baik terjual secara sendiri atau terjual oleh jasa pemasaran lain. Apabila OPEN Pihak Pertama mendapatkan komisi jika berhasil memasarkan properti tersebut.
3. Pihak Kedua setuju uang muka atau tanda jadi transaksi dititipkan kepada Pihak Pertama sebagai penengah selama masih dalam proses jual beli atau sewa berlangsung sampai akad bisa dilaksanakan dan Pihak Kedua diberikan copy keitanisi ttpan uang muka tersebut.
4. Apabila Pihak Kedua membatalkan secara sepihak proses transaksi maka uang muka/tanda jadi yang telah dititipkan akan dikembalikan kepada Pihak Pembeli / Penyewa, dan Pihak Kedua bersedia membayar denda kepada Pembeli / Penyewa sesuai nilai uang muka yang telah dibayarkan setelah dipertanggung jawabkan komisi Pihak Pertama.
5. Apabila terjadi pembatalan transaksi dari Pihak Pembeli / Penyewa, maka Pihak Pertama berhak mendapatkan komisi senilai transaksi yang disepakati, diambil dari uang muka yang telah diterima, dan selebihnya diserahkan kepada Pihak Kedua sebagai denda pembatalan dari Pihak Pembeli / Penyewa.
Demikian Perjanjian ini dibuat dengan rangkap 2 memunyai kekuatan yang sama dan ditandatangani pada hari tanggal untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.
Pihak Pertama Marketing Associate Pihak Kedua
(AGUS SULESTUO)

Gambar 4. Perjanjian Jasa Pemasaran Era Victoria Malang
Sumber : Data Internal Perusahaan Era Victoria Malang (2025)

b. Offering

Offering dikutip dari Buku Ekonomi Mikro (2019), adalah penawaran dalam ilmu ekonomi tentang banyaknya barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga selama periode waktu tertentu. Untuk ada penawaran harus juga ada keinginan, kesediaan dan kemampuan dari produsen atau penjual untuk memasok barang ke tempat-tempat bertemunya permintaan dan penawaran, seperti pasar.

Sementara, dalam Buku Pengantar Ekonomi Mikro dijelaskan bahwa penawaran adalah sejumlah barang atau jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan

oleh produsen ke konsumen pada tingkat harga dalam periode waktu tertentu. Dalam penawaran ada dua variabel yaitu jumlah barang maupun jasa yang dijual pada tingkatan harga tertentu (Anonym, 2023).

Dalam kegiatan pemasaran properti, salah satu peran penting yang dilakukan oleh tim marketing di Era Victoria Malang adalah melakukan penawaran (*offering*) kepada pemilik properti agar bersedia mempercayakan proses penjualan atau penyewaan propertinya melalui jasa profesional Era Victoria Malang. Tujuan utama dari proses ini adalah menjalin kerja sama agar properti milik pemilik (*owner*) dapat dipasarkan secara lebih efektif, legal, dan profesional. Strategi yang dilakukan secara umum melalui beberapa tahapan berikut:

1. Langkah awal dilakukan dengan mengamati lingkungan sekitar yang ada di Kota Malang dan sekitarnya, khususnya mencari properti-properti yang dipasang *banner* bertuliskan "Dijual" atau "Disewakan" oleh pemilik secara mandiri. Tim *marketing* kemudian mencatat informasi yang tertera, terutama nomor telepon yang dapat dihubungi untuk melakukan komunikasi lanjutan.
2. Setelah informasi kontak diperoleh, tim akan menghubungi pemilik properti secara langsung, baik melalui panggilan telepon maupun pesan singkat (*chat*). Dalam komunikasi ini, tim memperkenalkan diri sebagai perwakilan dari Era Victoria Malang dan menawarkan kerja sama pemasaran properti melalui layanan kantor. Penawaran disampaikan dengan pendekatan persuasif namun tetap sopan, agar pemilik merasa nyaman dan tertarik dengan layanan yang ditawarkan.

3. Dalam proses *offering*, tim *marketing* menjelaskan berbagai keunggulan dari layanan Era Victoria Malang, seperti jaringan pemasaran yang luas melalui portal properti nasional, media sosial aktif, dan jaringan internal antar agen. Lalu legalitas transaksi yang aman dan terpercaya karena seluruh proses dilakukan sesuai dengan prosedur hukum. Dan juga pendampingan langsung oleh agen profesional sejak awal proses hingga transaksi selesai. Serta strategi promosi yang menyasar target pasar dengan lebih efektif dan tertarget.
4. Apabila pemilik menunjukkan ketertarikan terhadap penawaran yang diberikan, tahap selanjutnya adalah melakukan pengisian dokumen Perjanjian Jasa Pemasaran (PJP). Dokumen ini menjadi dasar kerja sama resmi antara pemilik dan pihak Era Victoria Malang. Di dalamnya berisi data properti, harga, masa berlaku pemasaran, serta hak dan kewajiban kedua belah pihak. Pengisian PJP merupakan prosedur wajib sebelum properti bisa dipasarkan secara resmi melalui *platform* milik Era Victoria Malang.
5. Tidak semua pemilik langsung tertarik pada komunikasi pertama. Untuk itu, tim tetap menjaga hubungan baik dan melakukan *follow-up* secara berkala. Pendekatan dilakukan dengan cara yang ramah, tidak memaksa, dan tetap memberikan informasi yang bermanfaat, agar ketika pemilik telah siap, pemilik lebih mungkin kembali kepada Era Victoria Malang sebagai pilihan pertama.

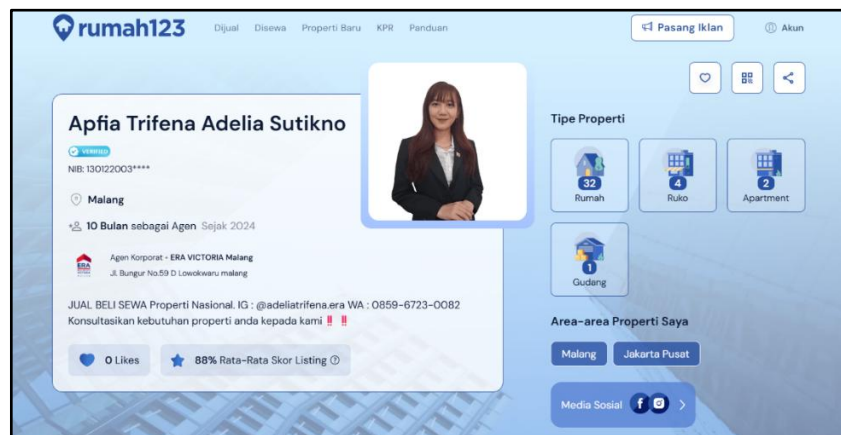
Dengan proses *offering* yang terstruktur dan profesional ini, Era Victoria Malang terus membangun kepercayaan di antara para pemilik properti dan memperkuat posisinya sebagai kantor pemasaran properti yang terpercaya di wilayah Malang dan sekitarnya. Adapun kantor Era Victoria Malang juga

melakukan penawaran kepada calon pembeli yang juga merupakan salah satu aktivitas penting yang dilakukan oleh tim *marketing associate* Era Victoria Malang dalam memperkenalkan unit-unit properti yang sedang dipasarkan. Tujuan utamanya adalah membangun ketertarikan dan kepercayaan calon pembeli terhadap properti yang ditawarkan, sehingga dapat mendorong terjadinya transaksi. Strategi yang digunakan untuk menjangkau dan melayani calon pembeli dilakukan melalui berbagai langkah berikut:

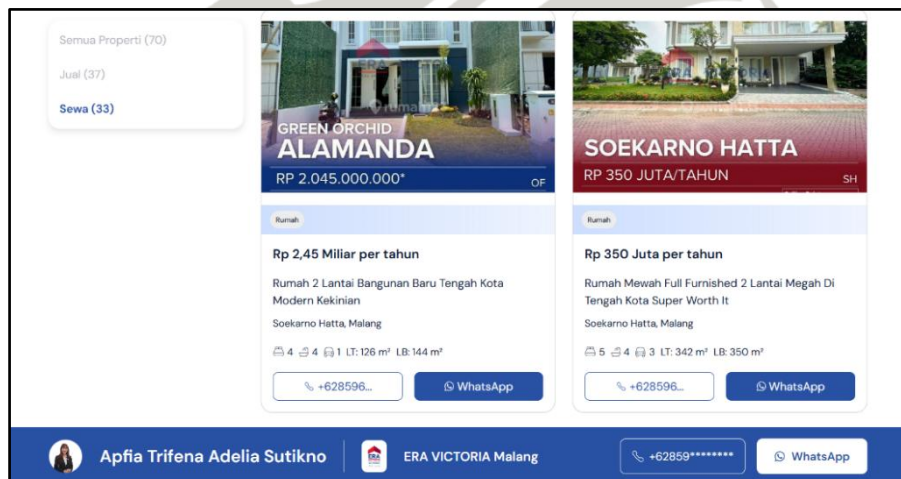
1. Tim Era Victoria Malang secara aktif membuat dan membagikan konten visual berupa foto dan video properti yang dikemas secara menarik dan informatif. Konten ini dilengkapi dengan deskripsi yang menjelaskan detail properti, mulai dari lokasi, harga, fasilitas, hingga keunggulan properti. Seluruh konten tersebut dipublikasikan melalui berbagai media sosial seperti Instagram *feed* dan *story* dan WhatsApp *story*. Tujuan dari strategi ini adalah menjangkau calon pembeli potensial yang berada di wilayah Malang dan sekitarnya, khususnya generasi yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi.
2. Selain promosi melalui media sosial, Era Victoria Malang juga memanfaatkan portal properti nasional seperti Rumah123, Pinhome, dan OLX Properti sebagai pemasaran utama. Dengan menggunakan iklan berbayar, tim dapat meningkatkan visibilitas listing properti kepada audiens yang lebih luas dan tertarget. Portal-portal ini memiliki lalu lintas pengunjung (*traffic*) yang tinggi dan digunakan secara luas oleh masyarakat dalam mencari properti sesuai kriteria yang mereka butuhkan.

3. Ketika ada calon pembeli yang menunjukkan ketertarikan terhadap *listing*, baik melalui pesan langsung (DM) di Instagram, WhatsApp, atau melalui portal listing, tim Era Victoria Malang memberikan respon secepat mungkin. Calon pembeli akan diberi penjelasan lengkap mengenai unit yang ditanyakan, mulai dari spesifikasi properti hingga ketersediaan jadwal untuk survei lokasi. Selain itu, agen juga memberikan saran atau opsi properti lain yang relevan dengan kebutuhan dan anggaran calon pembeli.
4. Setelah proses survei lapangan dilakukan, tim *marketing* melakukan pendekatan lanjutan kepada calon pembeli. Pendekatan ini dilakukan secara personal dan persuasif dengan menekankan keunggulan properti seperti potensi investasi, legalitas yang aman, serta kemudahan dalam proses pembelian, termasuk dukungan pengajuan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) jika diperlukan. Proses *follow-up* ini sangat penting untuk menjaga komunikasi dan meningkatkan peluang terjadinya transaksi.

UNIVERSITAS
MA CHUNG



Gambar 5. Foto Akun Rumah 123
Sumber: Penulis (2025)



Gambar 6. Foto Listing Properti pada Akun Rumah 123
Sumber: Penulis (2025)

Rumah123 adalah *platform* jual beli properti yang bekerja sama dengan Era Victoria Malang sehingga menjadi standar *platform* untuk *Marketing Associate* di Era Victoria Malang dalam memasarkan *listing* propertinya. Rumah123 memudahkan *Marketing Associate* dalam memasarkan *listing* mereka. Rumah123 menawarkan banyak fitur yang mempermudah jual beli properti salah satu contohnya adalah kredit yang dipakai untuk melakukan *repost* pada *post listing* di Rumah123.

Dalam mendukung mitra perusahaan agensi properti, Rumah123 sering melakukan visitasi untuk memberikan informasi terbaru maupun seminar terkait pasar properti. Rumah123 banyak memberikan promosi pada fitur mereka kepada perusahaan agensi properti.

2.3 Paparan Kegiatan Pelaksanaan Magang

Kegiatan pelaksanaan magang dimulai pada tanggal 1 Maret 2025 hingga 31 Juli 2025. Di kantor Era Victoria Malang yang terletak di Jl. Bungur No.59D, Lowokwaru, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141. Kegiatan magang dimulai pada pukul 08.00 – 17.00 di hari Senin – Jumat dan 08.00 – 15.00 di hari Sabtu. Hari kerja dilaksanakan selama 6 hari dalam seminggu (Senin – Sabtu). Total masa kerja di Era Victoria Malang adalah 120 hari (4 bulan) atau setara dengan 1.054 jam kerja. Kegiatan yang penulis lakukan selama magang di Era Victoria Malang adalah di bidang *Digital Marketing* dan *Content Creator*.

Tabel 1. Rincian Kegiatan Magang
Per 1 Maret 2025 – 31 Juli 2025

Bulan	Minggu ke-	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
Maret	1	- Membuat atau mendaftar akun Pinhome - Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - <i>Meeting</i> pertama tentang Fakta Mitos Era Victoria <i>East Java</i> oleh Bapak Agus. - Membuat konten dan menjadi <i>talent</i> di Graha Golf Araya. - <i>Training Day</i> 1 tentang PT.Era Graha Realty, <i>Comparative Market Analysis</i>, dan <i>Prospecting for Listing</i>. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Mengedit konten.	59 jam

Bulan	Minggu ke-	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
		- <i>Training Day 2</i> tentang <i>Ultimate Real Estate Mastery</i> oleh Bapak Yafet Kristanto. - <i>Training Day 3</i>. - <i>Training Day 4</i>.	
	2	- <i>Meeting</i> mengenai <i>product knowledge</i> dan <i>sharing session by Developer Wellington Park Residence</i> dan narasumber <i>how to sell primary project fast and smart</i>. - Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten di River Side, Ngaglik Batu, Villa Sakura, Forest Hill, Ikan-ikan Blimbing. - Mengedit konten. - Menghubungi <i>owner</i> rumah sewa VPT. - Melisting rumah sewa VPT. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Menghubungi 3 pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (<i>calon listing</i>). - Survei ke Villa Puncak Tidar.	52 jam
	3	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Roleplay</i> presentasi tentang Perjanjian Jasa Pemasaran ke <i>client</i>. - <i>Boosting</i> iklan ruko WOW Sawojajar. - Merekap foto nomor <i>calon listing</i>. - Survei ke The OZ. - Menghubungi pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (<i>calon listing</i>).	52 jam
	4	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten. - Mengedit konten.	45 jam

Bulan	Minggu ke-	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
		- Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Meeting</i> “Pemaparan produk lelang dan prosedurnya oleh Bank Mandiri Divisi Lelang”. - Menghubungi 7 pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (<i>calon listing</i>). - <i>Follow up</i> calon <i>listing</i> tanah dijual di jalan Karangampel Timur. - Mentoring Legalitas. - Survei ke rumah kos dijual di dekat kampus Universitas Muhammadiyah Malang. - Zoom dengan bapak Yafet tentang “<i>Expert series: your time management today determines your success tomorrow</i>”. - Survei ke Purwodadi. - <i>Meeting insight onsite</i> oleh bapak Yafet Kristanto.	
April	1	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten di Royal Piranha, Mbetek gedung kampus, Jalan Semarang UM. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram.	59 jam
	2	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten di Sulfat Agung, Borobudur Timur, Royal Piranha, Green Orchid, Maninjau Sawojajar, dan Griya Permata Alam Karangploso. - <i>Follow up</i> calon <i>customer survey</i> rumah kos UMM. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Sharing</i> bersama ibu Sylvi dan bapak Agus.	52 jam

Bulan	Minggu ke-	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
		- Menghubungi 5 pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (<i>calon listing</i>). - <i>Follow up</i> orang mencari ruko. - Melihat proses transaksi bersama Notaris (<i>life transaction</i>).	
	3	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten di Ijen Nirwana cluster emeralds, Tasikmadu - Mengedit konten. - Menemani <i>survey</i> la ali rumah sewa wahidin. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Merespon orang dari pinhome mencari kontrakan <i>budget</i> 40-45 juta di Batu. - <i>Follow up</i> orang bertanya kios di Sunan Kalijogo. - <i>Co listing</i> bersama deshinta rumah poros belimbing. - <i>Meeting</i> tentang prosedur aman dalam menawarkan property berkaitan dengan proses jual beli dan sewa menyewa oleh Notaris Michael Hartono, S.H., M.Kn. - <i>Weekly Meeting</i> ”Menganalisa dan menghitung kelayakan nasabah layak KPR di bank BNI”. - Halal bihalal.	43 jam
	4	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Menemani <i>survey</i> celine di terusan dieng. - Membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram.	52 jam
	5	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten. - Mengedit konten.	27 jam

Bulan	Minggu ke-	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
		- Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Meeting</i> sosialisasi dari KB Bukopin Bank. - Kunjungan <i>offline</i> oleh dosen pembimbing magang. - Melengkapi Perjanjian Jasa Pemasaran dan menandatangani Perjanjian Jasa Pemasaran rumah dijual di Panji Suroso Belimbing.	
Mei	1	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly Meeting</i>. - Menghubungi 5 pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (<i>calon listing</i>). - <i>Visit</i> ke rumah Anila Sawojajar 2 dan Citra Garden Park Hill. - Memasang banner dan membuat video kosongan di rumah Panji Suroso Belimbing. - <i>Training fast closing with difficult customer</i>. - Survei rumah sewa ke Pandanwangi.	68 jam
	2	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly Meeting</i> tentang daerah Lowokwaru. - <i>Follow up</i> calon listing. - <i>Follow up</i> rumah sewa Pandanwangi. - <i>Visit</i> ke Jawara Land, Debanna, Rumah kos Sigura-gura, dan Ixora Araya. - Melisting ruko 3 lantai di terusan Borobodur Suhat.	43 jam

Bulan	Minggu ke-	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
	3	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - <i>Visit</i> dan membuat konten di Brassia Hill Araya, Palm Valley Araya, Green Orchid, dan Villa Dieng. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Jaga di ruko WOW Sawojajar. - <i>Training</i> META ADDS <i>for Agent Property – get more closing in social media</i> oleh bapak Ivan Anwar. - Menghubungi <i>leads</i> dari Pinhome. - <i>Survey</i> ruko 3 lantai di terusan Borobodur Suhat.	52 jam
	4	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - <i>Visit</i> dan membuat konten di Apartemen Soekarno Hatta, Ijen Nirwana, Apartemen Begawan, Green Orchid, Araya Jasmine Valley dan Citra Garden. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Product Knowledge</i> BPR Lestari. - Nonton bersama melalui Zoom "<i>close more deal at the listing appointment</i>" oleh bapak Yafet Kristanto. - Menghubungi 2 pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (<i>calon listing</i>).	43 jam
Juni	1	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten di Villa Bukit Tidar Spacio, Amaya, Citra Garden Malang. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly meeting</i> dan <i>product knowledge</i> Villa Bukit Tidar, WOW, dan Amaya Village.	43 jam

Bulan	Minggu ke-	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
		- <i>Product Knowledge</i> Citra Garden Malang. - Survey ruko 3 lantai di Borobudur Suhat. - Merespon calon <i>customer</i> dari rumah 123 menanyakan rumah sewa. - Zoom kunjungan dosen pembimbing magang (Bu Rina) dengan bu Sylvi dan pak Agus.	
	2	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten di Telaga Golf, PBI, dan Taman Sulfat. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly meeting</i> dan <i>product knowledge</i> Inspira Park. - Membuat konten POV di kantor bersama bu Citra. - <i>Training "Giving The Best Presentation + Role Play Presentation"</i> - <i>Visit</i> dan mendokumentasikan rumah di PBI Araya.	52 jam
	3	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten di Villa Melati Batu, Rumah Sawojajar, dan Rumah Kepuh. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly meeting</i> - Nonton bersama (<i>Expert Series: Sold with AI the next – gen real estate closer's toolkit</i> by Andreas Raditya, ST., M.M). - Nonton bersama (<i>Net Working & Co-Broking</i> antara Peluang dan Resiko oleh Bapak Yafet Kristanto).	52 jam
	4	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten.	52 jam

Bulan	Minggu ke-	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
		- Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly Meeting</i>.	
Juli	1	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly Meeting</i>.	52 jam
	2	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly Meeting</i>.	52 jam
	3	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly Meeting</i>.	52 jam
	4	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly Meeting</i>.	52 jam
	5	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly Meeting</i>.	52 jam
TOTAL WAKTU PELAKSANAAN			1.054 jam

Sumber: Data Pribadi Penulis (2025)

BAB III

EVALUASI KEGIATAN MAGANG

3.1 Permasalahan

Selama penulis melakukan kegiatan magang di Era Victoria Malang, penulis melakukan pengamatan dan menemukan beberapa hal yang belum maksimal sehingga memengaruhi efektivitas proses kerja internal perusahaan khususnya dalam hal pemasaran dan manajemen properti, yaitu terjadinya *double listing* pada data properti, dan belum adanya sistem aplikasi yang dapat memperbarui status properti yang telah terjual atau tersewa secara otomatis. Kedua hal ini tidak hanya menimbulkan gangguan internal, namun juga mempengaruhi pengalaman dan kepuasan calon konsumen. Tanda awal dari permasalahan pertama, yakni *double listing*, terlihat dari munculnya data properti yang sama di beberapa *listing* internal maupun *platform* eksternal yang digunakan oleh perusahaan, seperti situs properti dan media sosial. Hal ini menyebabkan kebingungan, baik di kalangan agen internal maupun calon konsumen, karena satu unit rumah atau properti dapat muncul dua hingga tiga kali dengan detail informasi yang berbeda-beda, seperti harga, status, atau agen penanggung jawab.

Permasalahan kedua, yakni belum optimalnya sistem otomatisasi untuk *update* status properti, terlihat dari seringnya agen menerima pertanyaan dari konsumen terkait properti yang sebenarnya sudah terjual atau tersewa, namun masih ditampilkan sebagai “tersedia” di berbagai media pemasaran. Hal ini menunjukkan adanya jeda waktu antara proses transaksi selesai dengan pembaruan informasi, yang dilakukan secara manual dan tidak konsisten. Penyebab utama dari kedua permasalahan ini berkaitan erat dengan belum terintegrasinya sistem

informasi internal perusahaan. Tidak adanya sistem pusat data yang mampu menyimpan, menyinkronkan, dan memperbarui informasi secara *real time* menjadi sumber akar dari munculnya data ganda (*double listing*) dan keterlambatan pembaruan status properti. Selain itu, kurangnya pelatihan atau standar prosedur operasional yang konsisten di antara para agen properti turut memperburuk situasi.

Dampak dari kedua permasalahan ini sangat luas. Di antaranya, menurunnya kredibilitas perusahaan di mata konsumen, munculnya potensi konflik antar agen, serta hilangnya peluang penjualan karena konsumen kehilangan kepercayaan dan memilih mencari properti melalui *platform* atau agen lain. Perusahaan juga harus menghadapi beban kerja tambahan karena harus mengecek ulang data satu per satu untuk memastikan keakuratan, padahal proses ini dapat diotomatisasi dengan teknologi yang tepat. Dengan kondisi ini, sangat jelas bahwa diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem informasi internal perusahaan agar kedua masalah tersebut tidak terjadi berulang dan kepercayaan konsumen dapat dipulihkan atau bahkan ditingkatkan.

Tabel 2. Ringkasan Masalah dan Dampak

NO	MASALAH	DAMPAK
1	Terjadinya <i>double listing</i> , yaitu satu properti dicatat lebih dari sekali oleh MA berbeda atau sama tanpa koordinasi yang jelas.	a. Memicu persaingan tidak sehat antar <i>marketing</i> , karena masing-masing mengklaim hak pemasaran yang sama.
2	Belum adanya sistem aplikasi untuk <i>update otomatis</i> status properti yang	b. Membingungkan calon pembeli dan mengurangi

NO	MASALAH	DAMPAK
	sudah tersewa/terjual maupun ketika terjadi perubahan harga.	kepercayaan terhadap profesionalisme perusahaan. c. Sulit memantau stok properti aktif secara <i>real time</i> . d. Menurunkan efisiensi kerja karena pengecekan dilakukan secara manual dan berulang.

Sumber : Penulis (2025)

3.2 Pembahasan

3.2.1 Digital Marketing

a. Pengertian Digital Marketing

Digital marketing adalah seluruh aktivitas pemasaran yang menggunakan media digital dan internet untuk menjangkau konsumen. *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial (Abdul Aziz, 2020). Dengan menggunakan *digital marketing*, perusahaan dapat menyampaikan informasi produk lebih luas, cepat, dan efisien, serta mampu mengukur respons secara *real time*.

Dalam konteks perusahaan *real estate*, strategi *digital marketing* memberikan peluang bagi setiap *listing* properti untuk ditampilkan secara lebih menarik, interaktif, dan terintegrasi melalui *system* yang mudah diakses oleh konsumen maupun tim internal. Pemasaran digital menawarkan kemampuan unik untuk menciptakan strategi komunikasi yang lebih terarah, personal, dan menarik

yang tidak dapat dilakukan pada pemasaran konvensional (Siregar, 2024). Dengan memanfaatkan data analitik, suatu perusahaan dapat mengukur efektivitas kampanye pemasaran dan menyesuaikannya untuk mencapai hasil yang optimal (Angel Lorenza Alexis & Shandy Puspita, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa saluran digital merupakan sarana yang sangat efektif dalam membangun kredibilitas serta meningkatkan konversi penjualan properti secara berkelanjutan.

b. Platform Digital Marketing

Platform digital marketing adalah alat dan kanal yang digunakan untuk menjalankan strategi pemasaran digital. Ada beberapa *platform* diantaranya yaitu:

1. *Media Social (Social Media Marketing)*

Media sosial merupakan salah satu kanal pemasaran digital paling efektif dan umum digunakan oleh perusahaan *real estate*. *Platform* seperti Instagram dan Facebook menjadi andalan utama dalam menjangkau konsumen secara visual dan interaktif. Instagram berfungsi sebagai etalase digital yang menampilkan foto dan video properti secara estetis, memperkuat citra *brand*, dan menarik perhatian pembeli melalui fitur *story*, *reels*, dan *feed*. Sedangkan Facebook memfasilitasi penargetan demografis berdasarkan lokasi, usia, dan minat, serta mendukung interaksi melalui grup dan komentar. Dengan jutaan pengguna aktif setiap hari, *platform* media sosial memberikan akses ke pasar yang sangat besar dan beragam. Ini memungkinkan agen properti untuk menargetkan iklan secara spesifik kepada calon pembeli yang tepat, berdasarkan demografi, minat, dan perilaku *online* (Susanto & Izazi, 2024).

2. *Website dan Marketplace*

Website resmi dan *marketplace* seperti Rumah123, OLX Properti, Lamudi, dan Pinhome berperan sebagai pusat informasi dan database *listing* properti. Di sinilah calon pembeli dapat mengeksplorasi katalog properti berdasarkan kriteria seperti lokasi, harga, tipe bangunan, dan fitur lainnya.

3. *E-Marketing*

Email marketing menjadi kanal pemasaran langsung (*direct marketing*) yang memungkinkan perusahaan mengirimkan informasi *listing* terbaru, promosi khusus, atau tips properti kepada konsumen yang telah berlangganan (*leads*). Ini membantu membangun hubungan jangka panjang dan mempertahankan ketertarikan pelanggan terhadap *brand*.

4. Iklan berbayar

Dalam praktik digital *marketing* modern, penggunaan iklan berbayar menjadi salah satu strategi yang efektif untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan terarah. Platform populer seperti Facebook *Ads*, Instagram *Ads*, dan Google *Ads* menyediakan layanan iklan digital dengan fitur penargetan (*targeting*) yang sangat spesifik, memungkinkan perusahaan untuk menyasar calon pembeli properti secara lebih presisi. *Targeting* dapat dilakukan berdasarkan lokasi geografis, usia dan status pernikahan (yang relevan untuk segmentasi calon pembeli rumah), serta ketertarikan pengguna terhadap topik properti, investasi, atau hunian. Salah satu keunggulan utama dari iklan berbayar adalah kemampuannya dalam menyediakan data analitik secara *real time*, seperti jumlah klik, tayangan (*impressions*), serta tingkat konversi dari iklan tersebut. Informasi ini sangat berguna untuk mengevaluasi efektivitas kampanye secara langsung, serta memberikan masukan

untuk optimasi strategi pemasaran ke depan. Selain itu, *paid ads* juga menawarkan fleksibilitas dari sisi anggaran (*budget-friendly*), karena pengiklan dapat menyesuaikan jumlah biaya iklan sesuai dengan kemampuan dan tujuan pemasaran yang ingin dicapai.

3.2.2 Website

Website adalah kumpulan halaman interaktif yang menyajikan informasi, gambar, video, dan data lainnya secara *real-time*. Peran utama *website* dalam pemasaran properti adalah sebagai *platform* yang mudah diakses, menyediakan konten lengkap, dan terintegrasi dengan database *listing*.

Website adalah bagian dari kehidupan kita sehari-hari dan digunakan untuk saling bertukar dan menyampaikan informasi antara kelompok pengguna. *Website* menyampaikan informasi dalam berbagai jenis, bahasa dan bentuk dan gabungan antara teks, gambar, suara, dan video yang dimaksudkan untuk menginformasikan, membujuk, menjual, memberikan sudut pandang atau bahkan mengubah sikap atau kepercayaan (Pribadi, 2023). *Website* yang optimal bukan hanya dinilai dari tampilannya semata, tetapi juga dari sisi fungsionalitas, kemudahan akses, dan efektivitasnya dalam mendukung tujuan bisnis secara menyeluruh. Dalam konteks digital *marketing*, *website* menjadi wajah utama perusahaan di dunia digital yang dapat membentuk persepsi konsumen serta memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, memahami kriteria sebuah *website* yang baik menjadi hal yang sangat penting agar *website* dapat memberikan pengalaman terbaik bagi pengunjung sekaligus menunjang strategi pemasaran digital secara maksimal. Adapun beberapa kriteria *website* yang baik antara lain:

- a. *Website* harus memiliki tampilan visual yang estetik, profesional, dan mencerminkan identitas perusahaan secara konsisten. Desain yang rapi dan harmonis dapat meningkatkan kepercayaan serta kenyamanan pengguna selama menjelajahi situs (Han, 2025).
- b. Menu dan sistem navigasi harus disusun secara logis dan mudah dipahami oleh pengguna. Navigasi yang baik memungkinkan pengunjung menemukan informasi yang dibutuhkan dengan cepat dan efisien, sehingga mendorong untuk tetap berada di dalam situs lebih lama (Han, 2025).
- c. Di era digital saat ini, *website* harus dapat diakses dengan baik melalui berbagai perangkat, seperti komputer, tablet, maupun *smartphone*. Desain yang responsif akan memastikan tampilan dan fungsi *website* tetap optimal di semua ukuran layer (Han, 2025).
- d. Informasi yang disajikan di dalam *website* harus selalu *ter-refresh*, valid, dan relevan dengan kebutuhan pengunjung. Konten yang berkualitas juga sangat membantu dalam meningkatkan performa *website* di mesin pencari (Han, 2025).
- e. *Website* yang lambat akan membuat pengunjung kehilangan minat dan meninggalkan situs. Oleh karena itu, performa *server*, serta ukuran *file* gambar atau video harus dioptimalkan agar proses *loading* lebih cepat dan efisien (Han, 2025).
- f. *Website* yang baik harus menyediakan fitur berbagi (*share button*) atau tautan langsung ke akun media sosial resmi perusahaan. Hal ini mempermudah pengunjung untuk menyebarkan konten atau mengikuti aktivitas bisnis di berbagai *platform* digital (Han, 2025).

- g. CMS (*Content Management System*) yang digunakan harus *user friendly* dan memungkinkan administrator untuk memperbarui konten, menambahkan produk, atau melakukan perubahan informasi dengan mudah dan cepat, tanpa perlu keahlian teknis khusus (Han, 2025).
- h. Struktur dan konten *website* harus disusun sedemikian rupa agar mudah diindeks oleh mesin pencari seperti Google. Penggunaan kata kunci yang tepat, meta tag, dan link internal akan membantu *website* lebih mudah ditemukan oleh calon pengunjung (Han, 2025).
- i. *Website* perlu menyertakan elemen CTA (*Call To Action*) seperti tombol “Hubungi Kami,” “Daftar Sekarang,” atau “Lihat Properti,” yang secara langsung mengarahkan pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu sesuai dengan tujuan bisnis (Han, 2025).

3.3 Solusi

Berdasarkan dua permasalahan utama yang ditemukan penulis selama pelaksanaan kegiatan magang di Era Victoria Malang, serta dengan merujuk pada teori-teori yang relevan, penulis mengajukan dua rekomendasi solusi strategis. Rekomendasi ini diharapkan dapat mendukung upaya transformasi digital perusahaan secara efektif. Penjelasan mengenai solusi tersebut akan diuraikan pada bagian berikut ini:

- a. Pengadaan *platform* digital berupa *website* internal

Pengadaan *platform* digital berupa *website* internal merupakan solusi utama untuk mengintegrasikan seluruh proses *listing* dan pembaruan status properti secara terpusat dan terstruktur. *Website* ini berfungsi sebagai sistem digital berbasis web

yang dapat diakses oleh seluruh *Marketing Associate* (MA) dan admin perusahaan, sehingga memungkinkan proses input, pembaruan, serta pengecekan status properti dilakukan secara *real time*. Dengan demikian, keberadaan *website* internal ini tidak hanya mencegah terjadinya tumpang tindih data atau *double listing*, tetapi juga memastikan seluruh informasi *property* baik yang masih aktif, telah tersewa, terjual, maupun yang mengalami perubahan harga selalu terpantau dan terbaru dengan akurat.

Dalam membangun *platform* digital berupa *website* internal diperlukan serangkaian langkah strategis dan teknis yang terstruktur, proses ini tidak hanya mencakup aspek teknis pengembangan, tetapi juga harus memperhatikan kebutuhan operasional perusahaan serta kemudahan penggunaannya bagi *Marketing Associate* (MA). Adapun langkah-langkah persiapan yang perlu dilakukan dalam membuat *platform* digital berupa *website* meliputi:

1. Melibatkan seluruh tim *marketing associate* dan manajerial untuk mengidentifikasi kebutuhan system berdasarkan alur kerja aktual di lapangan. Tahap ini bertujuan memahami fitur-fitur utama yang dibutuhkan untuk memudahkan pencatatan, pelacakan, serta pembaruan data *property*.
2. Menentukan struktur informasi dan relasi data yang akan dibangun, seperti data properti, status transaksi, pengguna (MA), serta riwayat perubahan. alur kerja seperti proses *listing*, *update* status, dsb.
3. *Website* dirancang dengan tampilan yang mudah dipahami, sehingga pengguna dapat mengoperasikannya tanpa kebingungan, baik saat mengisi data *listing*, mencari informasi properti, maupun mengakses fitur lainnya. Desainnya juga

harus responsif agar dapat digunakan dengan nyaman melalui berbagai perangkat, termasuk komputer, tablet, maupun *smartphone*.

4. Menentukan *Content Management System* (CMS) atau *platform builder* yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran perusahaan. Pertimbangan utama mencakup fleksibilitas fitur, kemudahan pengelolaan konten, keamanan, dan kemampuan integrasi dengan sistem internal perusahaan.
5. Setelah sistem dikembangkan, dilakukan uji coba internal untuk memastikan seluruh fitur berjalan sesuai rencana. Tim pengembang dan pengguna utama (MA dan admin) terlibat aktif dalam proses pengujian ini untuk mengidentifikasi potensi kendala teknis atau kebutuhan penyesuaian.
6. Memberikan pelatihan kepada seluruh pengguna sistem, khususnya MA dan admin, agar mampu memahami cara kerja *website*, termasuk *input* data *listing*, pembaruan status properti, dan penggunaan fitur lain. Materi pelatihan dapat berupa modul digital, video tutorial, hingga sesi pendampingan langsung.
7. Setelah *website* resmi digunakan, perlu dilakukan *monitoring* performa dan evaluasi berkala. Sistem pemeliharaan dibutuhkan untuk memastikan kelancaran operasional, sementara pembaruan dilakukan untuk menyesuaikan sistem dengan kebutuhan baru atau perkembangan teknologi.

Merujuk pada berbagai sumber, termasuk Idwebhost.com (Santi, 2023) menyebutkan bahwa *website* yang baik harus memiliki struktur navigasi yang jelas, *mobile-friendly*, dan dapat dikelola secara efisien menggunakan *Content Managament System*. Berikut adalah beberapa fitur penting yang sebaiknya ada dalam *website*:

1. Form input *listing* dengan *auto detect* duplikasi (berdasarkan alamat & ID properti).
2. Filter status properti aktif / *sold* / *rented* / harga naik turun.
3. *Dashboard* kontrol *listing* & performa *marketing associate*.
4. Sistem *approval* admin untuk *listing* baru.
5. Sistem notifikasi otomatis (jika properti belum di-*update* dalam jangka waktu tertentu).
6. Integrasi kalender untuk jadwal survei.
7. Fitur pencarian *listing* berdasarkan area, harga, status, tipe *property*.
8. Log aktivitas pengguna untuk kontrol dan keamanan.
9. Data *export* dan *backup* otomatis.
10. *Mobile friendly interface* agar dapat diakses di lapangan.

Pengadaan *website* internal merupakan langkah strategis yang sangat relevan dengan kebutuhan operasional di Era Victoria Malang. *Website* akan berfungsi sebagai pusat informasi terintegrasi yang mempermudah *marketing associate* dalam melakukan *input*, pelacakan, dan pembaruan status properti secara efisien, cepat, dan terhindar dari duplikasi. Dengan adanya sistem berbasis web ini, proses kerja MA menjadi lebih terkoordinasi, transparan, dan terdokumentasi dengan baik. Informasi properti dapat ditampilkan dan diperbarui secara *real-time*, sehingga setiap perubahan status seperti properti yang terjual, tersewa, atau mengalami perubahan harga langsung tercatat dan dapat diakses oleh seluruh tim. Hal ini juga secara signifikan akan meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata konsumen karena informasi yang disajikan selalu valid dan mutakhir. Sehubungan dengan hal

tersebut, menurut penulis, beberapa fitur penting yang wajib tersedia dalam *website* internal Era Victoria Malang antara lain:

1. Form input *listing* dengan sistem deteksi duplikasi dimana fitur ini memungkinkan MA mengisi data properti secara lengkap dan sistem akan otomatis mendeteksi apabila terdapat data yang sama atau serupa yang sudah pernah diinput sebelumnya, sehingga mencegah terjadinya *double listing*.
2. *Dashboard* status *property* yang akan menampilkan daftar properti secara visual dengan kategori status (aktif, terjual, tersewa, perubahan harga), sehingga memudahkan tim untuk memantau kondisi terkini dari setiap properti yang terdaftar.
3. *History* transaksi dan data *closing*, yang berguna untuk mencatat riwayat aktivitas penjualan atau penyewaan, termasuk siapa MA yang bertanggung jawab, waktu transaksi, dan informasi pembeli/penyewa sebagai dokumentasi yang terstruktur dan akurat.
4. Sistem *tagging hot prospect*, yang berfungsi untuk memberikan penanda khusus pada properti yang sedang dalam proses negosiasi atau memiliki calon pembeli serius, sehingga MA lain dapat mengetahui status dan tidak menawarkan properti yang sama ke calon pembeli lain
5. Notifikasi otomotasi dan *reminder update* data, dimana *system* akan secara berkala mengingatkan MA untuk memperbarui *listing* yang tidak aktif atau belum diubah dalam waktu tertentu, guna menjaga agar informasi tetap relevan dan terkini.

6. Integrasi kalender dan jadwal survey, fitur ini memungkinkan MA mengatur jadwal survei properti dan melihat agenda tim lainnya, sehingga dapat menghindari benturan waktu dan memastikan koordinasi yang lebih efisien.
7. *Backup* dan *export* data otomatis, dimana *system* akan menyimpan dan membackup data property secara berkala serta menyediakan opsi ekspor data dalam format tertentu untuk keperluan laporan, analisis, atau dokumentasi.

Dengan kehadiran fitur-fitur tersebut, *website* tidak hanya menjadi media pendukung, tetapi juga sebagai sistem pengendali mutu informasi yang dapat diandalkan untuk meningkatkan profesionalitas kerja dan keunggulan kompetitif Era Victoria Malang di industri *real estate*.

Dalam upaya mewujudkan sistem digital yang terstruktur dan mampu mengatasi permasalahan utama seperti *double listing* dan tidak adanya sistem pembaruan otomatis status properti, penulis merekomendasikan beberapa *platform* pengadaan *website* internal yang dapat digunakan oleh Era Victoria Malang. Rekomendasi ini dibagi ke dalam dua kategori, yakni *platform* non berbayar dan berbayar, berdasarkan tingkat fleksibilitas, kebutuhan teknis, serta kelayakan implementasi dalam lingkungan kerja Era Victoria Malang. Untuk tahap awal pengembangan sistem, *platform* non berbayar seperti Wix sangat layak dipertimbangkan. Wix merupakan salah satu *website builder* yang paling populer karena kemudahan penggunaannya. Dengan fitur *drag and drop* serta ratusan pilihan *template* profesional, Wix memungkinkan perusahaan membuat tampilan visual *website* yang menarik tanpa perlu keahlian teknis dalam pemrograman. Salah satu fitur unggulannya adalah *dynamic pages*, yang memungkinkan data *listing*

properti ditampilkan secara otomatis dan terstruktur berdasarkan *database*. Hal ini dapat dimanfaatkan sebagai *prototype* awal sistem *listing* internal. Kelebihan lainnya, Wix sangat cepat untuk dibuat dan langsung bisa diuji secara internal, sehingga sangat cocok sebagai batu loncatan dalam proses transformasi digital Era Victoria Malang. Selain itu, Google Sites juga menjadi pilihan non berbayar yang tepat, terutama bagi perusahaan yang sudah familiar dengan ekosistem Google Workspace. Google Sites mendukung integrasi langsung dengan Google Sheets dan Google Forms, sehingga memudahkan pembuatan sistem *input* data *listing*, *dashboard* performa, dan laporan internal tanpa memerlukan server tambahan. Google Sites sangat ringan, cepat dikembangkan, dan cocok untuk kebutuhan internal seperti dokumentasi *listing*, agenda survei, atau komunikasi antar *Marketing Associate* (MA). Dalam konteks kebutuhan awal, Google Sites bisa menjadi solusi efisien yang berfungsi sebagai pondasi sistem kerja digital internal yang sederhana namun fungsional.

Sementara untuk pengembangan yang lebih profesional dan kompleks, *platform* berbayar seperti WordPress dengan tambahan plugin WP *real estate* atau ListingPro sangat direkomendasikan. WordPress merupakan CMS (*Content Management System*) yang fleksibel dan mendukung pengembangan sistem *listing* properti secara penuh. Dengan bantuan plugin khusus, *website* ini dapat diubah menjadi portal *listing* internal yang memiliki fitur seperti *form input* properti, *approval listing*, notifikasi *update*, dan bahkan mini CRM. Untuk ERA Victoria Malang, WordPress sangat menguntungkan karena mudah dikelola, terus diperbarui oleh komunitas global, serta dapat dikembangkan sesuai pertumbuhan dan

kebutuhan tim. Sistem ini bahkan bisa dijadikan landasan untuk membangun ERP ringan dalam lingkungan kerja agen properti. Selanjutnya sebagai alternatif *platform* berbayar lainnya, penulis merekomendasikan Zoho Creator, yaitu *platform low code cloud based* yang dirancang untuk membangun aplikasi internal bisnis dengan cepat dan efisien. Zoho Creator menawarkan fitur yang sangat relevan dengan kebutuhan Era Victoria seperti form *listing* dinamis, sistem *approval listing*, notifikasi otomatis melalui email atau SMS, serta *dashboard* pelacakan performa MA. Keunggulan Zoho Creator adalah kemampuannya untuk membangun sistem manajemen *listing* properti yang sangat terstruktur, namun tetap fleksibel dalam hal desain alur kerja. *Platform* ini sangat ideal bagi Era Victoria Malang yang ingin meningkatkan profesionalisme kerja tim dan menjaga akurasi data properti tanpa harus membuat sistem dari nol secara manual.

Setelah menjelaskan berbagai pilihan *platform* pembuatan *website*, baik yang berbayar maupun tidak berbayar, penting bagi penulis untuk memberikan contoh konkret dari *website* perusahaan properti yang telah berhasil menerapkan sistem pengelolaan *listing* secara efektif. Oleh karena itu, penulis merekomendasikan Rumah123 dan Zillow sebagai *role model* yang relevan dan inspiratif. Kedua *website* ini dinilai memiliki fitur lengkap, *user interface* yang profesional, serta sistem *backend* yang mendukung transparansi data dan efisiensi kerja, yang sejalan dengan kebutuhan internal Era Victoria Malang dalam membangun *platform* digitalnya sendiri. Berikut adalah penjelasan lebih detail mengenai kedua *website* tersebut:

1. Rumah 123



Gambar 7. Foto Fitur Rumah 123
 Sumber: <https://www.rumah123.com/> (2025)



Gambar 8. Foto Form Input Listing
 Sumber: <https://www.rumah123.com/> (2025)

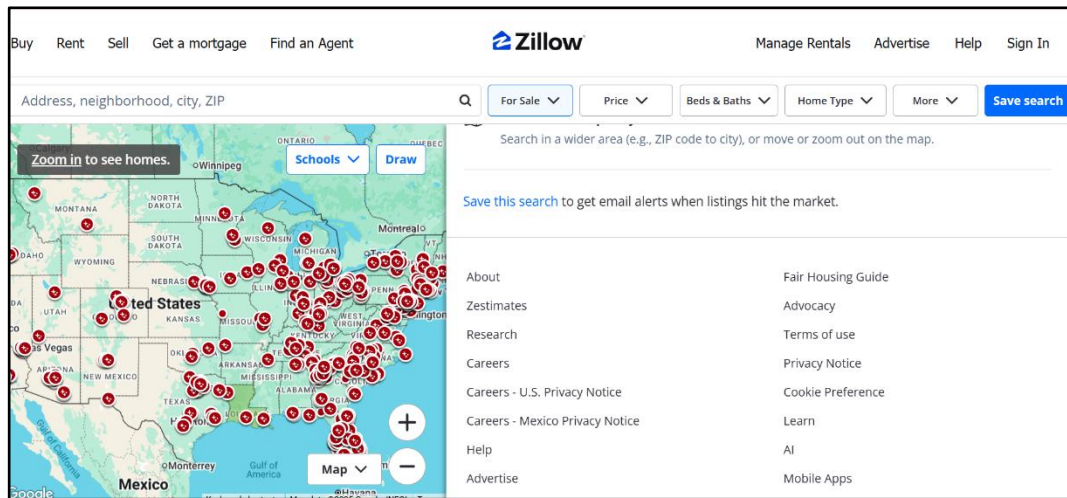
Rumah123 merupakan salah satu *marketplace* properti terbesar dan terpercaya di Indonesia. Meski berbasis eksternal, fitur-fitur yang dimiliki Rumah123 dapat menjadi inspirasi strategis dalam membangun sistem *website* internal perusahaan. Beberapa keunggulan yang relevan meliputi sistem *input listing* yang mudah digunakan dan telah melalui proses verifikasi, fitur status

properti yang jelas (aktif, terjual, tersewa), pelacakan performa *listing* berdasarkan klik dan *leads*, serta sistem notifikasi otomatis untuk pembaruan data. Selain itu, tampilan yang mendukung konten visual seperti foto dan video membuat informasi properti tersaji secara menarik. Dengan melihat keunggulan tersebut, Era Victoria Malang dapat menyesuaikan dan mengadaptasi sistem serupa untuk mendukung manajemen *listing* internal yang efisien, *real time*, dan minim risiko duplikasi data. Platform ini cocok dijadikan *role model* karena selaras dengan kebutuhan digitalisasi proses kerja *Marketing Associate* (MA) secara profesional.

2. Zillow

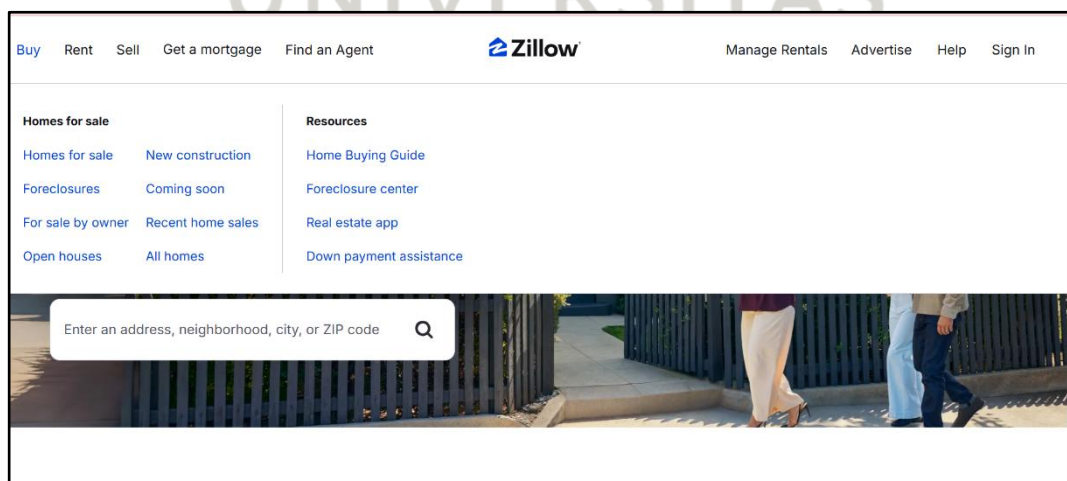
Zillow merupakan portal properti terbesar dan terpercaya di Amerika Serikat yang dapat dijadikan referensi ideal bagi pengembangan sistem internal Era Victoria Malang. Situs ini memiliki fitur pencarian properti yang sangat lengkap, mencakup filter harga, luas, lokasi, dan status properti secara *real time*. Setiap *listing* diverifikasi dan dihubungkan langsung dengan agen penanggung jawab, sehingga menghindari terjadinya duplikasi data dan konflik internal. Zillow juga menyediakan *dashboard* performa bagi agen untuk memantau interaksi calon pembeli, serta secara otomatis memperbarui status properti setelah transaksi terjadi. Fitur-fitur tambahan seperti integrasi *Google Maps* dan kalkulator hipotek juga

memberikan pengalaman pengguna yang informatif dan efisien.



Gambar 9. Foto Tampilan Fitur Pencarian Properti
Sumber: <https://www.zillow.com> (2025)

Dengan mengadopsi konsep sistem terpusat seperti Zillow, Era Victoria Malang dapat membangun *website* internal yang mendukung kerja kolaboratif antar *Marketing Associate* (MA), mencegah *double listing*, memastikan informasi yang tampil selalu akurat dan terkini, serta memperkuat profesionalisme perusahaan di era digital.



Gambar 10. Foto Dashboard Status Properti
Sumber: <https://www.zillow.com> (2025)

- b. *Update* data informasi properti secara *real time* ke sistem *website* yang sudah dibuat

Agar sistem pengelolaan data properti menjadi lebih efisien dan akurat, *website* internal yang akan dibuat oleh Era Victoria Malang perlu didukung oleh fitur pembaruan informasi secara *real time*. Artinya, setiap data terkait *property* baik *listing* baru, perubahan harga, status transaksi, hingga informasi penutupan penjualan harus dapat diperbarui secara langsung oleh *marketing associate* yang bersangkutan dan kemudian divalidasi oleh admin pusat. Tujuan dari sistem ini adalah memastikan bahwa seluruh data properti selalu terverifikasi, mutakhir, dan terbebas dari duplikasi. Untuk mendukung tujuan tersebut, sangat penting bagi sistem *website* internal memiliki standar pembaruan data yang terstruktur dan menyeluruh. Setiap jenis data yang berkaitan dengan aktivitas properti harus diperbarui secara konsisten agar seluruh tim memiliki akses terhadap informasi terbaru dan akurat dalam pengambilan keputusan. Adapun jenis data yang perlu diperbarui secara *real time* adalah sebagai berikut:

1. Status properti, menunjukkan apakah suatu unit masih tersedia, sudah terjual, atau tersewa. Data ini sangat krusial untuk memastikan bahwa informasi yang ditampilkan kepada calon pembeli atau penyewa benar-benar valid dan terkini. Jika status tidak segera diperbarui setelah transaksi terjadi, maka akan berisiko menimbulkan *misleading* informasi, bahkan bisa menciptakan pengalaman buruk bagi klien yang merasa “dijanjikan” properti yang sebenarnya sudah tidak tersedia.

2. Harga properti, adalah elemen sensitif dalam transaksi properti. Pemilik rumah atau bangunan bisa saja mengubah harga sewaktu-waktu karena alasan pasar, kebutuhan pribadi, atau strategi jual. Oleh karena itu, setiap perubahan harga harus langsung dicatat oleh MA yang menangani, agar informasi harga yang tampil di sistem tetap akurat. Ketidaksesuaian harga dapat menimbulkan kesalahpahaman yang berujung pada hilangnya kepercayaan pelanggan.

3. *Marketing* penanggung jawab, data ini merekam siapa *Marketing Associate* (MA) yang pertama kali melakukan input *listing* ke dalam sistem. Hal ini penting karena setiap *listing* harus memiliki penanggung jawab utama untuk memudahkan pelacakan status, riwayat komunikasi dengan pemilik, serta urusan pembagian komisi ketika properti berhasil *closing*. Dengan informasi ini, sistem juga bisa membantu manajemen mengevaluasi kontribusi dan performa masing-masing MA.

4. Data *closing*, informasi tentang siapa MA yang berhasil menutup transaksi, kapan transaksi terjadi, serta siapa pihak pembelinya. Data ini menjadi dasar laporan kinerja, pembagian bonus atau komisi, dan pengarsipan administratif. Dengan sistem yang mencatat data *closing* secara otomatis dan terstruktur, perusahaan dapat membuat laporan bulanan, mengevaluasi efektivitas strategi penjualan, dan menjaga transparansi internal.

5. *Hot prospect*, adalah status khusus untuk properti yang sedang dinegosiasikan secara intens oleh MA dengan calon pembeli serius. Jika status ini ditandai, maka MA lain tidak boleh memasarkan unit tersebut sampai transaksi dipastikan batal atau berhasil *closing*. Fitur ini tidak hanya membantu menghindari konflik antar

MA, tetapi juga menunjukkan profesionalisme dalam pengelolaan klien dan etika kerja yang sehat di internal tim pemasaran.

Tabel 3. Ringkasan Masalah dan Solusi

NO	MASALAH	SOLUSI
1	Terjadinya <i>double listing</i> , yaitu satu properti dicatat lebih dari sekali oleh MA berbeda atau sama tanpa koordinasi yang jelas.	a. Pengadaan <i>platform</i> digital berupa <i>website</i> internal b. <i>Update</i> data informasi <i>property</i> secara <i>real time</i> ke <i>system website</i> yang sudah dibuat.
2	Belum adanya sistem aplikasi untuk <i>update otomatis</i> status <i>property</i> yang sudah tersewa/terjual maupun ketika terjadi perubahan harga.	

Sumber : Penulis (2025)

3.4 Pengalaman Magang

3.4.1 Pengalaman *Hard Skill*

Selama menjalani program magang di Era Victoria Malang sebagai *marketing associate*, penulis memperoleh berbagai pengalaman yang berharga baik dalam bentuk *hard skill* maupun *soft skill* yang relevan dengan dunia kerja, khususnya di bidang pemasaran properti dan pengelolaan informasi digital. Dalam hal kemampuan teknis (*hard skill*), penulis mendapatkan kesempatan untuk langsung terlibat dalam aktivitas pemasaran properti, yang mencakup proses *listing*, komunikasi dengan pemilik properti, hingga pembuatan materi promosi. Berikut adalah beberapa kemampuan teknis yang berhasil dikuasai:

1. Melakukan *listing* properti secara mandiri, penulis belajar bagaimana cara melakukan *listing* properti secara lengkap dan akurat. Proses ini mencakup pencatatan informasi penting seperti lokasi, luas tanah dan bangunan, jumlah kamar, harga, kondisi properti, legalitas, serta dokumentasi visual berupa foto dan video. Selain itu, penulis juga mempelajari bagaimana menyusun deskripsi properti yang menarik dan informatif agar mudah dipahami oleh calon pembeli atau penyewa.
2. Menghubungi dan bernegosiasi dengan pemilik properti, penulis turut bertanggung jawab dalam menjalin komunikasi awal dengan pemilik properti untuk memperoleh izin pemasaran, mengonfirmasi informasi properti, dan melakukan negosiasi harga awal. Kegiatan ini memberikan pemahaman yang nyata tentang bagaimana membangun hubungan profesional dan kepercayaan dengan pihak eksternal.
3. Merespons calon *customer*, penulis secara aktif terlibat dalam merespons calon pembeli atau penyewa yang tertarik pada *listing* properti, baik melalui media sosial, WhatsApp, maupun panggilan telepon. Penulis mempelajari teknik menjawab pertanyaan dengan cepat, sopan, dan informatif agar dapat mengubah ketertarikan menjadi minat beli (*lead conversion*).
4. Mengatur dan mengantar calon *customer* untuk *survey* lokasi, penulis turut mengoordinasikan jadwal *survey* dengan calon pembeli dan agen properti, serta ikut mengantar ke lokasi properti. Proses ini memberikan pengalaman langsung dalam mempresentasikan properti di lapangan, menjawab pertanyaan teknis konsumen, serta menangani keberatan atau pertimbangan yang muncul.

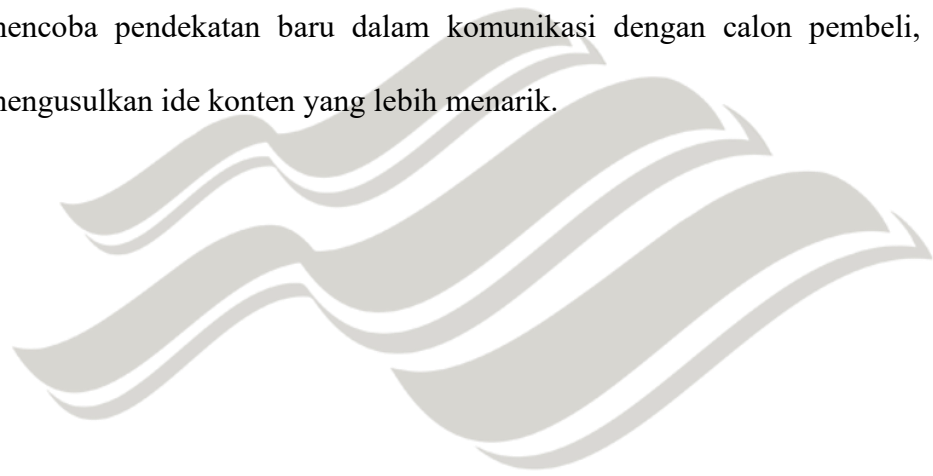
5. Menjadi bagian dari tim kreatif (*Content Creator*), penulis juga berperan dalam pembuatan konten promosi seperti video *review*, infografis properti, dan membuat *caption* untuk media sosial. Di sini penulis mempelajari dasar-dasar penggunaan *tools* desain seperti CapCut serta teknik pengambilan gambar properti agar tampil menarik di *platform* digital.

3.4.2 Pengalaman *Soft Skill*

Selain keterampilan teknis, penulis juga mengalami perkembangan signifikan dalam hal *soft skill*, yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan kerja di industri pemasaran properti:

- a. Komunikasi interpersonal, yaitu melalui interaksi dengan pemilik properti, rekan kerja, dan calon pelanggan, penulis belajar menyampaikan informasi secara jelas dan sopan, baik secara lisan maupun tulisan. Penulis juga belajar untuk mendengarkan kebutuhan calon *customer* dengan empati dan meresponsnya dengan solusi yang sesuai.
- b. Manajemen waktu, dengan banyaknya jadwal survei, *meeting* internal, dan tanggung jawab membuat konten, penulis belajar menyusun prioritas, membuat *to do list*, dan bekerja dengan tenggat waktu agar semua tugas dapat diselesaikan tepat waktu.
- c. Kemampuan beradaptasi dan *problem solving*, selama magang, penulis beberapa kali menghadapi situasi tak terduga seperti perubahan jadwal *survey* mendadak, pemilik properti yang tidak merespons, atau properti yang ternyata sudah tidak tersedia. Dalam situasi ini, penulis belajar bersikap tenang, cepat berpikir, dan mencari solusi alternatif secara profesional.

- d. *Teamwork*, dalam proses *listing* dan pembuatan konten, penulis bekerja dalam tim kecil yang terdiri dari sesama *marketing associate*. Kolaborasi ini mengajarkan pentingnya koordinasi, saling menghargai, dan berbagi tanggung jawab.
- e. Kreativitas dan inisiatif, dalam upaya meningkatkan performa *listing*, penulis beberapa kali mengambil inisiatif untuk mengubah gaya penulisan deskripsi, mencoba pendekatan baru dalam komunikasi dengan calon pembeli, dan mengusulkan ide konten yang lebih menarik.



UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Setelah menyelesaikan kegiatan magang di Era Victoria Malang dan melakukan evaluasi terhadap berbagai aspek operasional internal perusahaan, penulis menyimpulkan bahwa terdapat dua permasalahan krusial yang menghambat efektivitas kerja tim *Marketing Associate* (MA), yaitu terjadinya *double listing* dan ketiadaan sistem aplikasi internal yang mampu memperbarui status properti secara otomatis dan *real time*. Kondisi ini tidak hanya menyebabkan ketidakteraturan dalam pengelolaan data, tetapi juga berpotensi memicu konflik antar MA serta menurunkan kepercayaan konsumen terhadap profesionalitas perusahaan.

Menanggapi permasalahan tersebut, penulis mengusulkan dua solusi utama yang dirancang untuk memperbaiki alur kerja internal dan meningkatkan akurasi data properti. Solusi pertama adalah pembangunan *website* internal berbasis digital yang dirancang khusus sebagai pusat pengelolaan data *listing*. *Website* ini disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan Era Victoria Malang, dengan fitur penting seperti form *input listing* dengan sistem deteksi duplikasi, *dashboard* status properti, sistem notifikasi otomatis, serta integrasi jadwal survei melalui kalender.

Solusi kedua adalah penerapan sistem pembaruan informasi secara *real time*, di mana setiap perubahan data *property* baik status, harga, hingga data *closing* dapat langsung diperbarui oleh MA yang bertanggung jawab dan dikonfirmasi oleh admin pusat. Pendekatan ini akan memastikan seluruh data properti selalu terverifikasi, terkini, serta mencegah terjadinya tumpang tindih data atau pemasaran ganda pada unit yang sama. Dengan diterapkannya kedua solusi tersebut, perusahaan

diharapkan mampu mengoptimalkan kinerja tim internal, mempercepat respon terhadap permintaan pasar, serta memperkuat citra profesional sebagai agen properti modern yang adaptif terhadap teknologi digital. Kedepannya, langkah ini juga dapat menjadi fondasi bagi transformasi digital yang lebih luas di lingkungan kerja Era Victoria Malang.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada berbagai pihak terkait:

4.2.1 Saran Bagi Era Victoria Malang

Era Victoria Malang dianjurkan untuk segera mengembangkan dan menerapkan sistem *website* internal berbasis manajemen data properti secara digital. *Platform* ini idealnya dilengkapi dengan fitur-fitur, seperti form *input* data *listing* dengan kemampuan deteksi duplikasi otomatis berdasarkan alamat, nama pemilik, dan ID *property* tampilan *dashboard* interaktif yang menampilkan status terkini properti (tersedia, terjual, atau tersewa), riwayat aktivitas transaksi dan data penutupan penjualan, sistem *tagging* untuk properti yang sedang dalam tahap negosiasi (*hot prospect*), notifikasi otomatis untuk pengingat pembaruan data, serta integrasi kalender untuk penjadwalan survei *property*.

Pembangunan sistem ini perlu dilaksanakan secara bertahap dan menyesuaikan dengan kebutuhan operasional di lapangan. Oleh karena itu, keterlibatan aktif seluruh tim *Marketing Associate* (MA) dan manajemen sangat penting agar sistem yang dikembangkan benar-benar sejalan dengan alur kerja perusahaan.

4.2.2 Saran untuk Mahasiswa Magang Selanjutnya

Mahasiswa yang akan melaksanakan magang di Era Victoria Malang atau perusahaan serupa disarankan untuk bersikap proaktif dan terbuka terhadap berbagai tantangan kerja. Kemampuan berpikir kritis dan menawarkan solusi atas permasalahan nyata akan sangat diapresiasi oleh perusahaan serta menjadi pengalaman berharga untuk pengembangan karier di masa depan. Disarankan pula agar mahasiswa memanfaatkan masa magang sebagai ajang pembelajaran praktis untuk mengasah kemampuan digital, seperti pengelolaan media sosial profesional, pemahaman dasar mengenai SEO, pembuatan konten kreatif, serta penggunaan alat analisis digital sederhana. Selain itu, dokumentasi kegiatan harian dan refleksi atas setiap tugas yang dilaksanakan akan sangat membantu mahasiswa dalam menyusun laporan akhir yang terstruktur, mendalam, dan bernilai akademis tinggi.

4.2.3 Saran untuk Universitas Ma Chung

Universitas Ma Chung disarankan untuk terus memperkuat kemitraan strategis dengan dunia industri, khususnya di bidang-bidang yang relevan dengan Program Studi *Digital Business*. Kerja sama ini penting untuk memastikan bahwa mahasiswa dapat memperoleh tempat magang yang sesuai dengan kompetensi akademiknya serta mencerminkan kebutuhan dunia kerja saat ini. Perlu dilakukan evaluasi kurikulum secara berkala agar materi pembelajaran dapat mengikuti perkembangan teknologi dan tren pasar. Penekanan pada penguasaan digital *marketing*, manajemen data, dan analisis berbasis sistem informasi akan sangat relevan bagi lulusan yang siap bersaing di era transformasi digital. Selain itu, Universitas juga diharapkan menyediakan pelatihan pra-magang yang mencakup

keterampilan komunikasi profesional, penyelesaian masalah, serta penggunaan perangkat digital dasar, guna membekali mahasiswa dengan kesiapan yang optimal sebelum memasuki dunia kerja nyata melalui program magang.



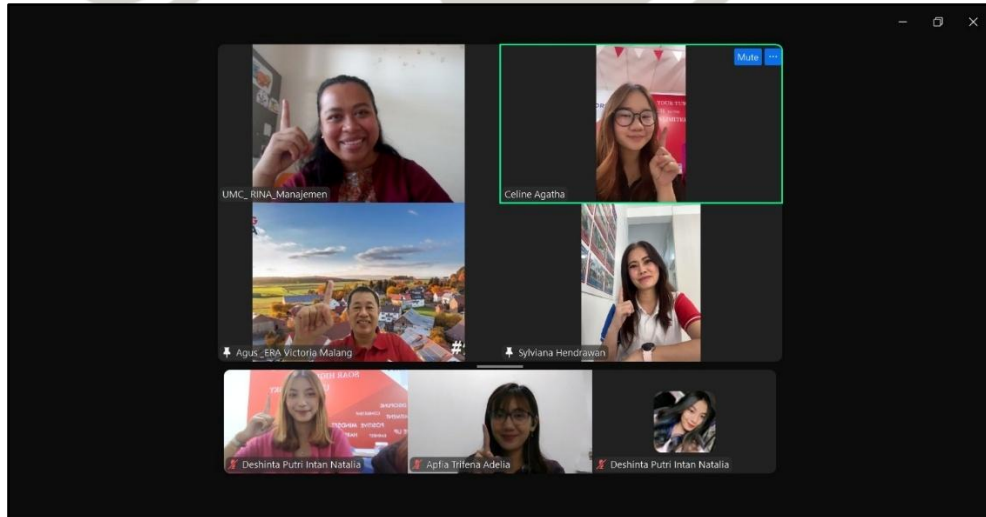
UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, R. (2020). E-Book Digital Marketing Content. *E-Book Digital Marketing*, 14.
- Angel Lorenza Alexis, & Shandy Puspita. (2025). Implementasi Digital Marketing Konten Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Properti Pada PT Asia Rumah Utama (Linktown) . *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(3 SE-Articles), 5982–5992. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i3.7621>
- anonym. (2023). *Pengertian Penawaran, Faktor, Hukum*. Cnnindonesia.
- Fazrul, I. (2025a). *Listing Properti Adalah: Pengertian dan Jenis-jenisnya*. Rumah123.
- Fazrul, I. (2025b). *Pengertian Listing Properti*. PT Web Marketing Indonesia. <https://www.rumah123.com/panduan-properti/listing-properti-adalah/>
- Han, R. P. (2025). *Ini Dia Kriteria Website Yang Baik!* IDwebhost. <https://idwebhost.com/blog/ini-dia-kriteria-website-yang-baik/>
- Pribadi, F. A. (2023). Pengaruh Kualitas Wesbite Terhadap Kinerja Bisnis, Studi Kasus Website Travel. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 357–368. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12419>
- Santi, E. (2023). *Pentingnya Membuat Website Mobile friendly dan Panduan Caranya*. IDwebhost. <https://idwebhost.com/blog/membuat-website-mobile-friendly/>
- Siregar, A. I. (2024). *Digital Marketing dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital : Kajian Konseptual*. 24(3), 2921–2930. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5678>
- Sugianto, S., El Hakim, M. L., & Sati Hana'an, D. S. (2024). Manajemen Risiko Pada Investasi Bisnis Properti Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 702. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12191>
- Sukaesih, I., Rosyid, R., & Immawati, S. A. (2023). Pengaruh Lokasi Properti, Jenis Properti Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Digital Marketing. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 554. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.789>
- Susanto, D., & Izazi, Z. Z. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Media Sosial Marketing Pada Penjualan Properti di Brighton Real Estate*. 1(3), 69–74.
- Yunita, O. :, Sryani, :, & Ginting, B. (2021). Kekuatan Hukum Perjanjian Agen Pemasaran Properti Dalam Bentuk Eksklusif Listing. *Jurnal Law Pro Justitia*, VII(2), 36–61.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto Kunjungan Magang oleh Dosen Universitas Ma Chung



Lampiran 2. Foto Kegiatan *Weekly Meeting*



Lampiran 3. Foto Kegiatan Visit dan Membuat Konten





Lampiran 4. Foto Kebersamaan Tim Era Victoria Malang



Lampiran 5. Foto Properti yang Berhasil Terlisting



FOR RENT

VILLA PUNCAK TIDAR

RP 75 JUTA/TAHUN

AL

ERA VICTORIA MALANG

RUHAH SHM LT 295 LB 200 2 Lt U

4+1 KT 3+1 KM Grasi+ Carp PDAM 2200W

Selling Points :

- Semi furnished
- Dalam perumahan elit tidur
- Space luas di halaman belakang
- Lokasi nyaman & tenang
- Dekat kampus Machung, Elpico Mall



FOR SALE

POROS BLIMBING

RP 1,4 MILYAR

DT,AL

ERA VICTORIA MALANG

RUHAH SHM LT 70 LB 70 2 Lt

4 KT 2 KM PDAM 2200W

Selling Points :

- Prosesor jalan raya
- Dekat Hotel Grand Mercure, SPBU, Terminal, Pos, Stasiun Blimbing
- Cocok untuk usaha maupun tempat tinggal

FOR RENT

BOROBUDUR - BLIMBING

RP 65 JUTA/TAHUN

CL,AL

ERA VICTORIA MALANG

RUKO SHM LT 64 (4 X 15) LB 144 3 Lt

2 KM Sumur 4400 W

Selling Points :

- Lokasi strategis
- Dekat Pasar Blimbing
- Kawasan ramal bisnis
- Cocok untuk dijadikan perkantoran atau ruang usaha

Lampiran 6. Formulir Bimbingan Lapangan (*logbook*)



 Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur Indonesia
 Telp: +62-341 506-171 Fax: +62-341 550175
 E-mail: info@machung.ac.id
 http://www.machung.ac.id

**FORMULIR MANUAL - LAPORAN KEGIATAN HARIAN
MAGANG**

Nama : Apria Trifena Adelia S
 NIM : 112210005
 Perusahaan : Era Victoria Malang

Bulan	Minggu ke-	Rincian Aktivitas	Waktu pelaksanaan (jam)	TTD Supervisor
Maret	1	- Membuat atau mendaftar akun Pinhome - Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome - <i>Meeting</i> pertama tentang Fakta Mitos Era Victoria East Java oleh Bapak Agus - Membuat konten dan menjadi <i>instan</i> di Graha Golf Anya - <i>Training Day 1</i> tentang PT Era Graha Realty, <i>Comparative Market Analysis</i>, dan <i>Prospecting for Listing</i> - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram - Mengedit konten - <i>Training Day 2</i> tentang <i>Ultimate Real Estate Mastery</i> oleh Bapak Yafet Kristanto - <i>Training Day 3</i> - <i>Training Day 4</i>	59 jam	
	2	- <i>Meeting</i> mengenai <i>product knowledge</i> dan <i>sharing session</i> by <i>Developer</i> Wellington Park Residence dan narasumber <i>how to sell primary project fast and smart</i> - Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome - Membuat konten di River Side, Ngaliq Batu, Villa Sakura, Forest Hill, Ikan-ikan Blimbing - Mengedit konten - Menghubungi <i>owner</i> rumah sewa VPT - Melisting rumah sewa VPT - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram	52 jam	



 Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur Indonesia
 Telp: +62-341 506-171 Fax: +62-341 550175
 E-mail: info@machung.ac.id
 http://www.machung.ac.id

	3	- Menghubungi 3 pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (calon <i>listing</i>) - Survei ke Villa Puncak Tidar - Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome - Membuat konten - Mengedit konten - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram - <i>Roleplay</i> presentasi tentang Perjanjian Jasa Pemasaran ke <i>client</i> - <i>Boosting</i> iklan ruko WOW Sawojajar - Merekap foto nomor calon <i>listing</i> - Survei ke The OZ - Menghubungi pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (calon <i>listing</i>)	52 jam	
	4	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome - Membuat konten - Mengedit konten - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram - <i>Meeting</i> "Pemaparan produk lelang dan prosedurnya oleh Bank Mandiri Divisi Lelang" - Menghubungi 7 pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (calon <i>listing</i>) - <i>Follow up</i> calon <i>listing</i> tanah dijual di jalan Karangampel Timur - Mentoring Legalitas - Survei ke rumah kos dijual di dekat kampus Universitas Muhammadiyah Malang - Zoom dengan bapak Yafet tentang "<i>Expert series: your time management today determines your success tomorrow</i>" - Survei ke Purwodadi - <i>Meeting insight onsite</i> oleh bapak Yafet Kristanto	45 jam	
April	1	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome - Membuat konten di Royal Piranha, Mutek gedug kampus, Jalan Senarung UM - Mengedit konten	59 jam	

 UNIVERSITAS MA CHUNG  Vila Puncak Tidar No.01, Malang 65151 Jawa Timur Indonesia Telp. +62-341 550-171 Fax. +62-341 550175 E-mail: fe3@machung.ac.id http://www.machung.ac.id			
Fakultas Ekonomi & Bisnis			
	- Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten di Sulfat Agung, Borobudur Timur, Royal Piranha, Green Orchid, Maninjau Sawojajar dan Griya Permata Alam Karangploso. - Follow up calon <i>customer</i> survey rumah kos UMM. - Mengedit konten.	52 jam	
2	- Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Sharing bersama ibu Sylvi dan bapak Agus. - Menghubungi 5 pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (calon <i>listing</i>). - Follow up orang mencari ruko. - Melihat proses transaksi bersama Notaris (<i>life transaction</i>).		
3	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten di Ijen Nirwana cluster emerald, Tasikmadu - Mengedit konten. - Mosemeni survey la ali rumah sewa wahidin. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Merespon orang dari pinhome mencari kontakam budget 40-45 juta di Batu. - Follow up orang bertanya kios di Sunan Kalijogo. - Co <i>listing</i> bersama deshinta rumah poros belimbing. - Meeting tentang prosedur aman dalam menawarkan property berkaitan dengan proses jual beli dan sewa menyewa oleh Notaris Michael Hartono, S.H., M.Kn. - Weekly Meeting "Menganalisa dan menghitung kelayakan nasabah layak KPR di bank BNI". - Halal halal.	43 jam	
4	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Mosemeni survey celine di terusan deng. - Membuat konten. - Mengedit konten.	52 jam	

 UNIVERSITAS MA CHUNG  Vila Puncak Tidar No.01, Malang 65151 Jawa Timur Indonesia Telp. +62-341 550-171 Fax. +62-341 550175 E-mail: fe3@machung.ac.id http://www.machung.ac.id			
Fakultas Ekonomi & Bisnis			
	- Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Meeting sosialisasi dari KB Bukopin Bank. - Kunjungan <i>offline</i> oleh dosen pembimbing magang. - Melengkapi Perjanjian Jasa Pemasaran dan menandatangani Perjanjian Jasa Pemasaran rumah dijual di Panji Suroso Belimbing.	27 jam	
Mei 1	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Weekly Meeting. - Menghubungi 5 pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (calon <i>listing</i>). - Visit ke rumah Anila Sawojajar 2 dan Citra Garden Park Hill. - Memasang banner dan membuat video kosongan di rumah Panji Suroso Belimbing. - Training <i>fast closing</i> with <i>difficult customer</i>. - Survei rumah sewa ke Pandanwangi.	68 jam	
2	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - Membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Weekly Meeting tentang daerah Lowokwaru. - Follow up calon <i>listing</i>. - Follow up rumah sewa Pandanwangi. - Visit ke Jawara Land, Debanna, Rumah kos Sigurn-gura, dan Ixora Atraya. - Me-<i>listing</i> ruko 3 lantai di terusan Borobudur Sukat.	43 jam	

UNIVERSITAS MA CHUNG		Fakultas Ekonomi & Bisnis		Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia Telp: +62-341 550-171 Fax: +62-341 550175 E-mail: feds@machung.ac.id http://www.machung.ac.id	
	3	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - <i>Visit</i> dan membuat konten di Brassia Hill Araya, Palm Valley Araya, Green Orchid, dan Villa Dieng. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - Jaga di ruko WOW Sawojajar. - <i>Training</i> META ADDS for Agent Property – get more closing in social media oleh bapak Ivan Anwar. - Menghubungi <i>leads</i> dari Pinhome. - <i>Survey</i> ruko 3 lantai di terusan Borobudur Subat.	52 jam		
	4	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Pinhome. - <i>Visit</i> dan membuat konten di Apartemen Sockarno Hatta, Ijen Nirwana, Apartemen Begawan, Green Orchid, Araya Jasmine Valley dan Citra Garden. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Product Knowledge</i> BPR Lestari. - Nonton bersama melalui Zoom "close more deal at the listing appointment" oleh bapak Yafet Kristanto. - Menghubungi 2 pemilik properti yang sedang dijual atau disewakan (calon <i>listing</i>).	43 jam		
Junji	1	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten di Villa Bukit Tidar Spacio, Amaya, Citra Garden Malang. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly meeting</i> dan <i>product knowledge</i> Villa Bukit Tidar, WOW, dan Amaya Village. - <i>Product Knowledge</i> Citra Garden Malang. - <i>Survey</i> ruko 3 lantai di Borobudur Subat. - Merespon calon customer dari rumah 123 menanyakan rumah sewa.	43 jam		

UNIVERSITAS MA CHUNG		Fakultas Ekonomi & Bisnis		Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia Telp: +62-341 550-171 Fax: +62-341 550175 E-mail: feds@machung.ac.id http://www.machung.ac.id	
	2	- Zoom kunjungan dosen pembimbing magang (Bu Rina) dengan bu Sylvi dan pak Agus. - Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten di Talaga Golf, PBI, dan Taman Sulfat. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly meeting</i> dan <i>product knowledge</i> Inspira Park. - Membuat konten POV di kantor bersama bu Citra. - <i>Training</i> "Giving The Best Presentation + Role Play Presentation" - <i>Visit</i> dan mendokumentasikan rumah di PBI Araya.	52 jam		
	3	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan membuat konten di Villa Melati Batu, Rumah Sawejajar, dan Rumah Kepuh. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly meeting</i> - Nonton bersama (<i>Expert Series: Sold with AI the next – gen real estate closer's toolkit</i> by Andreas Raditya, ST., M.M). - Nonton bersama (<i>Net Working & Co-Broking</i> antara Peluang dan Resiko oleh Bapak Yafet Kristanto).	52 jam		
	4	- Mengunggah <i>frame</i> properti di Instagram dan Rumah 123. - <i>Visit</i> dan Membuat konten. - Mengedit konten. - Mengunggah konten di <i>reels</i> dan <i>story</i> Instagram. - <i>Weekly Meeting</i>.	52 jam		
TOTAL WAKTU PELAKSANAAN			794 jam		

Lampiran 7. Formulir Bimbingan Dosen Pembimbing



 Vita Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
 Telp: +62-341 550-171 Fax: +62-341 550175
 E-mail: feb@machung.ac.id
 http://www.machung.ac.id

UNIVERSITAS MA CHUNG
Fakultas Ekonomi & Bisnis

**FORMULIR MANUAL – KARTU BIMBINGAN
MAGANG**

Nama : Apila Triena Adella S
 NIM : 112210005

No	Tanggal	Pembahasan	TTD Dosen Pembimbing
1	8-5-2025	Sharing pengalaman selama magang, serta mulai mencari permasalahan untuk dijadikan topik utama dalam laporan magang.	Ch
2	16-5-2025	Membahas permasalahan, dampak yang muncul, solusi yang direncanakan, serta susunan isi Bab I yang akan ditulis dalam laporan magang.	Ch
3	19-5-2025	Membahas mengenai struktur yang perlu disusun dalam Bab II laporan magang.	Ch
4	24-5-2025	Mengumpulkan pengerjaan bab I melalui Outlook.	Ch
5	4-6-2025	Membahas revisi dari Bab I laporan magang, dilanjutkan dengan pengarahannya penyusunan Bab II hingga Bab IV. Selain itu, dilakukan persiapan pembuatan presentasi (PPT) yang akan ditampilkan dalam kunjungan dosen secara daring kepada Ibu Syvi dan Bapak Agus selaku pemimpin perusahaan.	Ch
6	5-6-2025	Kunjungan dosen yang dilakukan secara online melalui Zoom bersama Ibu Syvi dan Bapak Agus. Dalam pertemuan ini, dijelaskan topik permasalahan yang menjadi fokus utama dalam laporan magang.	Ch



 Vita Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
 Telp: +62-341 550-171 Fax: +62-341 550175
 E-mail: feb@machung.ac.id
 http://www.machung.ac.id

UNIVERSITAS MA CHUNG
Fakultas Ekonomi & Bisnis

7	12-6-2025	Bimbingan dilakukan secara langsung (offline) untuk meninjau dan mengevaluasi hasil pengerjaan Bab II hingga Bab IV laporan magang. Selain itu, dalam pertemuan ini juga ditentukan jadwal pelaksanaan ujian magang.	Ch
8	18-6-2025	Konsultasi online, dilaksanakan untuk meninjau laporan kegiatan harian serta mengajukan permintaan tanda tangan kepada Ibu Rina untuk ketengkapannya form pelaksanaan ujian magang.	Ch

Lampiran 8. Formulir Penilaian Magang



**UNIVERSITAS
MA CHUNG**



**Fakultas
Ekonomi & Bisnis**

Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp: +62-341 550-171 Fax : +62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

FORMULIR NILAI MAGANG

Nama : Apfia Trifena Adelia Sutikno
 NIM : 112210005
 Perusahaan : Era Victoria Malang
 Alamat : Jl. Bungur No.59D, Lowokwaru, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur
 Bidang Tugas : Marketing Associate dan Social Media Specialist (Content Creator)

No.	Komponen Penilaian	Nilai Angka (0-100)
1	Etika mahasiswa saat bekerja	97
2	Moral mahasiswa saat bekerja	95
3	Kedisiplinan mahasiswa selama Magang	96
4	Efisiensi mahasiswa dalam mengalokasikan waktu selama Magang	94
5	Kemampuan mahasiswa dalam menerapkan pengetahuannya saat bekerja	95
6	Penguasaan bahasa Inggris mahasiswa (jika ada)	97
7	Kemahiran mahasiswa dalam menggunakan teknologi informasi untuk menyelesaikan pekerjaan	95
8	Kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi dengan atasan	96
9	Kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi dengan rekan kerja	97
10	Kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi dengan customer (jika ada)	93
11	Kemampuan mahasiswa dalam beradaptasi dengan lingkungan atau orang lain di perusahaan	95
12	Kemampuan mahasiswa dalam bekerja sama dalam tim atau departemen terkait	95
13	Kemampuan mahasiswa dalam mengembangkan hubungan baik dengan rekan kerja	97
14	Kreativitas mahasiswa dalam menyelesaikan tugas yang diberikan	94
15	Kapabilitas mahasiswa dalam menyelesaikan suatu tugas baru	95
16	Kemampuan mengembangkan diri setahap demi setahap melalui pekerjaan yang diberikan	95
17	Peluang mahasiswa untuk berhasil dimanapun ia ditempatkan untuk bekerja	95
18	Kemampuan Mahasiswa dalam menganalisis bidangnya dan menggunakan metode	93
Re rata (Jumlah Nilai : 18 komponen)		95,22

Komentar (dapat berupa saran atau rekomendasi):

Malang, 23 JUNI 2025

Dosen Pembimbing Magang	Pembimbing Lapangan
	 SALVIANA HENDRANAWAN

MUTU	RENTANS	BOROT NILAI
A	95.00 s/d 100	4,00
AB	90.00 s/d 94.99	3,75
BA	82.00 s/d 89.99	3,50
B	75.00 s/d 81.99	3,00
BC	65.00 s/d 74.99	2,75
CB	60.00 s/d 64.99	2,50
C	56.00 s/d 59.99	2,00
CD	50.00 s/d 55.99	1,50
D	40.00 s/d 49.99	1,00
E	00.00 s/d 39.99	0,00

Lampiran 9. Foto Lembar Pengesahan

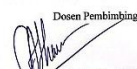
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang Berjudul :
Pengadaan Website untuk Mengatasi Double Listing dan Efektifitas Kerja Marketing Associate Era Victoria Malang
 yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Apfia Trifena Adelia Sutikno
 NIM : 112210005
 Program Studi : Manajemen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung pada tanggal 26 Juni 2025 dan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1).

Dosen Pembimbing


 Catharina Apilisa Hellyani, S.E., M.M.
 NIP. 20190013


 Mengesahkan,
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Ma Chung
 Tarsisius Renaldi Sugandi, S.E., M.Si., Ph.D., CRA., CIC.
 NIP. 20080021

ii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa laporan magang yang berjudul :

Pengadaan Website untuk Mengatasi Double Listing dan Efektifitas Kerja Marketing Associate Era Victoria Malang

merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan karya plagiat yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi sebagaimana semestinya, baik sebagian maupun seluruhnya. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 26 Juni 2025


 Apfia Trifena Adelia S
 NIM. 112210005

iii

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Mujizat-Nya, sehingga Laporan *Mini Project* Magang ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan *Mini Project* Magang dengan judul "*Pengadaan Website untuk Mengatasi Double Listing dan Efektivitas Kerja Marketing Associate Era Victoria Malang*" ini ditunjukkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik program studi Manajemen pada konsentrasi *Digital Business* di Universitas Ma Chung.

Laporan *Mini Project* Magang ini merupakan hasil magang penulis pada Era Victoria Malang yang dilaksanakan selama 3 Bulan setara dengan 1.029 jam kerja. Laporan *Mini Project* Magang ini akan digunakan untuk pertukaran konversi nilai semester 6 penulis pada Universitas Ma Chung. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak laporan ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan laporan ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taseo, MS., M.Sc. selaku Rektor Universitas Ma Chung.
2. Bapak Tarsilus Renald Suganda, SE., M.Si., Ph.D., CRA., CIC. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung.
3. Bapak Uki Yonda Asepita, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Ma Chung.
4. Ibu Catharina Aprilia Hellyani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing sekaligus Penguji *Mini Project* Magang Universitas Ma Chung yang telah bersedia membimbing serta memberikan saran dalam pembuatan laporan sehingga laporan ini dapat terselesaikan.

iv

5. Bapak Agus Sulestijo selaku Direktur Era Victoria Malang yang telah bersedia untuk memberikan waktu, kepercayaan, serta kesempatan bekerja dalam pelaksanaan kegiatan.
6. Bapak Iwan Sahlan selaku Direktur yang telah bersedia memberikan waktu kepercayaan, serta kesempatan bekerja dalam pelaksanaan kegiatan.
7. Ibu Sylvia Hendrawan selaku *Marketing Manager* yang telah bersedia memberikan waktu kepercayaan, serta kesempatan bekerja dalam pelaksanaan kegiatan.
8. Seluruh *marketing associate* Era Victoria Malang yang telah mendukung penulis dalam bekerja serta memberikan ilmu yang bermanfaat di dunia kerja.
9. Orang tua serta teman-teman yang selalu memberikan dorongan serta dukungan pada penulis dalam proses pembuatan laporan magang ini.
10. Berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung pada penulis sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.

Berkat dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik dan tepat waktu. Harapannya dengan laporan yang telah dibuat dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Penulis menyadari bahwa laporan ini belum sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan untuk masukan, kritik, dan saran yang dapat membangun. Demikian laporan ini penulis buat semoga bermanfaat.

Malang, 26 Juni 2025


 Aprilia Telisa Adelia S
 NIM. 112210005

v