

Strategi Komunikasi Pemasaran Rubii Property Surabaya Dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program RTO

Intan Devi Ersita¹, Mohammad Insan Romadhan², Muchamad Rizqy³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

intanersita@gmail.com¹, insanromadhan@untag-sby.ac.id²,

muchamadrizqi@untag-sby.ac.id³

Abstract

In marketing communication, not only how to market their products, but also the right strategy. With a marketing communication strategy will be the key to the company's success in increasing customer or community interest. Therefore, Rubii Property applies several elements of marketing communication as a strategy in communicating and also marketing the RTO (Rent-To-Own) program. This study also aims to find out how the marketing communication strategy of Rubii Property Surabaya in attracting public attention through the RTO program. This study also uses descriptive qualitative research methods, with data collection through observation, interviews and documentation. The theory used in this research is Exchange Theory or social exchange. The results obtained in this study consist of five elements of marketing communication that are included in the marketing communication strategy of Rubii Property Surabaya in attracting public interest through RTO programs such as advertising, sales promotion, public relations, individual selling, and direct marketing. This marketing communication strategy at Rubii Property shows how successful it is today and produces its own satisfaction, because there are more and more enthusiasts for the RTO program.
Keywords: Marketing communication strategy, Rubii Property, Social Exchange Theory

Abstrak

Dalam komunikasi pemasaran, tidak hanya bagaimana memasarkan produknya, tetapi juga strategi yang tepat. Dengan strategi komunikasi pemasaran akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan minat pelanggan atau masyarakat. Oleh karena itu, Rubii Property menerapkan beberapa elemen komunikasi pemasaran sebagai strategi dalam berkomunikasi dan juga memasarkan program RTO (Rent-To-Own). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Rubii Property Surabaya dalam menarik perhatian publik melalui program RTO. Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *exchange theory* atau pertukaran sosial. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini terdiri dari lima elemen komunikasi pemasaran yang termasuk dalam strategi komunikasi pemasaran Rubii Property Surabaya dalam menarik minat masyarakat melalui program RTO seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan individu, dan pemasaran langsung. Strategi komunikasi pemasaran di Rubii Property ini menunjukkan betapa suksesnya saat ini dan menghasilkan kepuasan tersendiri, karena peminat program RTO semakin banyak.
Kata Kunci: Strategi komunikasi pemasaran, Rubii Property, teori pertukaran sosial.

Pendahuluan

Perkembangan dunia properti saat ini khususnya di Indonesia sendiri setiap tahun selalu mengalami perkembangan yang cukup pesat. Pertumbuhan ini dipengaruhi oleh beberapa hal,

antara lain bertambahnya jumlah ekonomi menengah di Indonesia sehingga permintaan akan hunian tempat tinggal pun turut bertambah. Dengan keadaan demikian, perusahaan properti dituntut untuk menggunakan *strategic plan* yang baik. Strategi komunikasi pemasaran memiliki basis kekuatan tak tertandingi untuk mengendalikan bisnis, mengerti tentang pasar, memenangkan konsumen, memimpin inovasi, membangun merek, dan mengendalikan pertumbuhan yang menguntungkan. Semua ini membutuhkan sebuah pendekatan yang lebih strategis dan komersial, inovatif dan atraktif. SKP harus memiliki ketegasan dalam menganalisa untuk menghubungkan impian dan keuntungan, tetapi juga tidak boleh kehilangan kreativitas dan fleksibilitas untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda.

Dalam dunia bisnis yang semakin kompleks ini, setiap bisnis memiliki resiko tantangan yang besar, baik pada ketidakpastian maupun kesempatan. Ide-ide terbaik dan terus menerus akan membuat perusahaan menjadi hebat. Dalam praktik pemasaran, kita harus mengerti keadaan pasar saat ini dengan segala perubahan dan kompleksitasnya, serta mampu memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Dalam menyelesaikan masalah komunikasi, para perancang dihadapkan pada sejumlah permasalahan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Adanya pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.

Dalam sebuah bisnis properti tentu saja dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran guna untuk memberikan informasi mengenai produk. Komunikasi pemasaran yang kreatif, terpadu dan tepat sasaran sehingga dinilai efektif dan efisien mendukung pertumbuhan properti di tanah air. Properti harus mampu menciptakan sebuah komunikasi pemasaran yang baik dan tepat untuk target audiensnya. Komunikasi pemasaran sangat mendorong untuk meningkatkan minat *customer* dalam membeli properti sehingga tujuan dalam perusahaan cepat tercapai. Komunikasi pemasaran juga menjadi elemen yang sangat penting dalam bisnis dan sifatnya tidak dapat dipisahkan. Minat masyarakat pada investasi properti sendiri selama tahun 2021 sudah cukup mengalami kenaikan yang signifikan. Analisa Pasar 99 Group menunjukkan, masa pemulihan bisnis properti terjadi sepanjang tahun ini. Mulai Januari hingga Juni 2021, data 99 Group mencatat fluktuasi minat kepemilikan properti yang naik signifikan jika dibandingkan periode sama pada tahun sebelumnya (*year-on-year*). Minat pembelian properti pada semester ini meningkat sebesar 40.5% dan minat penyewaan naik 25.40%. Tren tersebut dimanfaatkan oleh 99 Group dengan menghadirkan produk unggulan terbarunya, yakni *verified listing* dan properti aset bank. Rumah masih jadi primadona pilihan masyarakat saat membeli properti. Tipe properti ini bahkan mengalami kenaikan peminat yang sangat tinggi dibandingkan tahun sebelumnya.

Dengan melihat perkembangan tersebut Rubii Property (www.rubii.id) di bawah naungan PT. Giga Vista Indonesia secara resmi telah meluncurkan platform *marketplace* terbaru yang dinamakan Rubii Property yang digunakan sebagai salah satu media komunikasi pemasaran. Rubii hadir dengan skema *rent to own* yang menurut saya konsep ini sangatlah baru di Indonesia.

Metode Penelitian

Paradigma dapat dikatakan dengan cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Selain itu, paradigma juga sudah tertanam kuat sosialisasinya untuk para penganut dan juga praktisnya yang bersifat normatif sehingga menunjukkan kepada partisipasinya apa saja yang

dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemology yang panjang. Menurut Nyoman Kutha Ratna (2011:21), paradigma penelitian dapat didefinisikan sebagai seperangkat keyakinan yang mendasar dan memiliki fungsi sebagai tindakan-tindakan manusia yang disepakati bersama baik didalam kehidupan sehari-hari maupun penelitian ilmiah.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Di mana penelitian ini bersifat deskriptif yang artinya suatu penelitian yang berusaha agar dapat memberikan gambaran pada suatu kondisi, sifat, karakteristik, dari suatu fenomena atau objek penelitian atau hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau suatu keadaan. Penggunaan tipe ini dapat dilakukan dengan alasan karena peneliti berusaha menggambarkan, menuturkan, dan juga menafsirkan data yang ada, seperti hal nya tentang situasi yang dialami, suatu hubungan, kegiatan, pandangan, sikap yang menampak, atau suatu proses yang berlangsung, pengaruh yang sedang bekerja, kelainan yang sedang muncul, kecenderungan yang menampak dan sebagainya.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan hal yang penting pada sebuah penelitian. Metode adalah strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan atau diinginkan. Kunci dari sebuah keberhasilan penelitian dapat bergantung pada teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan untuk dapat memperoleh keterangan dan bahan informasi yang dapat dipercayai. Data yang dapat dikumpulkan dalam penelitian kualitatif meliputi data pengamatan, wawancara dan studi dokumen.

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh sebab itu, sumber data menjadi hal yang sangat penting dalam penentuan metode pengumpulan data. Pada penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan sekunder.

Data Primer

Data primer dikumpulkan peneliti untuk dapat menjawab pertanyaan- pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer juga merupakan dari bagian internal dan proses penelitian yang sangat diperlukan. Data primer ini dianggap lebih akurat yang dapat disajikan secara terperinci. Pada penelitian ini jawaban data primer diperoleh dari hasil wawancara dari Pemimpin Perusahaan Rubii Property maupun dengan karyawan perusahaan.

Data sekunder

Data sekunder berupa bukti dari catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam sebuah arsip (data dokumenter) yang dapat dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Dalam hal ini didapatkan dari lembaga perusahaan maupun pihak- pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan dikumpulkan dalam penelitian kualitatif adalah pengamatan atau observasi, wawancara dan studi dokumen.

Pengamatan atau Observasi

Pengamatan atau observasi adalah metode yang dapat menganalisis secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu maupun kelompok yang dilakukan secara langsung.

Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang didapatkan dari sumber data langsung melalui sebuah percakapan atau tanya jawab.

Studi Dokumen

Studi dokumen pada penelitian kualitatif adalah pelengkap dari metode observasi dan wawancara

Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Mereduksi data adalah proses yang merangkum hal pokok yang diperlukan dalam penelitian mengenai minat masyarakat melalui program RTO di Surabaya dan akan lebih fokus kepada hal yang penting untuk dikategorikan sehingga mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data.

2. Penyajian Data (Data Display)

Pada tahap ini dengan cara menyusun data yang diperoleh dalam pola hubungan yang dapat mempermudah peneliti untuk penyajian data berupa uraian dari hasil analisa dan juga pembahasan pokok yang dilakukan peneliti.

3. Conclusion Drawing/Verification

Pada tahap terakhir ini proses analisa dilakukan secara menyimpulkan dan memverifikasi terhadap data-data yang sudah diperoleh.

Keabsahan Data

Menurut Windo Chandra Siahaan (2019), triangulasi pada sebuah penelitian adalah mencocokkan data hasil wawancara dan observasi informan utama dengan informan pendukung penelitian. Pada penelitian ini akan menggunakan proses triangulasi dimana akan mengecek data dan juga mengontrol data meliputi yang pertama triangulasi sumber, yang artinya melakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber hingga menghasilkan suatu kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini akan menguraikan hasil penelitian dengan mengacu pada identifikasi masalah yang peneliti buat, yaitu strategi komunikasi pemasaran Rubii Properti Dalam menarik minat masyarakat melalui program RTO agar mendapatkan data kualitatif maka perlu adanya metode penelitian yang dapat diuraikan secara lebih deskriptif. Sehingga dari hasil penelitian ini dapat memaparkan hasil observasi dan juga wawancara dengan informan yang telah terpilih.

Strategi yang akan dibuat pada perusahaan ini agar tetap bertahan, karena perusahaan terus berupaya agar produk dan juga informasi dapat dipahami oleh masyarakat. Rubii Property lebih memfokuskan untuk periklanan kepada konsep dari tampilan lebih sering untuk mengisi konten-konten melalui media sosial perusahaan. Pada produk jasa ini tentu dapat menarik minat pelanggan. Konsep tampilan yang akan dipasarkan tentu berbeda-beda hal tersebut dikarenakan agar konsep tampilan akan mempengaruhi dalam antusiasme dari pelanggan.

Penutup

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada dua informan yang berperan penting dalam Rubii Property sangat membantu pada penelitian ini. Rubii Property telah berusaha untuk membangun dan meningkatkan penjualannya, demi menarik minat masyarakat melalui program RTO nya maka elemen–elemen dari strategi komunikasi pemasaran harus dilakukan. *Teory exchange* pada tahap ini memberikan pertukaran yang sangat baik pada strategi komunikasi pemasaran di Rubii Property. Mereka berusaha mendekatkan diri dan meningkatkan citra positif kepada pelanggan dengan melakukan periklanan yang dilakukan Rubii Property. Upaya agar meningkatkan produknya *feedback* yang didapat juga menghasilkan kestabilan penjualan meningkat.

Daftar Pustaka

Ratna, N. K. (2011). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Siahaan, W. C., Hendra, Y., & Matondang, &. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan OPPO Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Smartphone OPPO.

Romadhan, M. I. (2020). Perencanaan Pesan Promosi Melalui Instagram Dalam Menarik Minat Konsumen Pada Holyskateshop.

Syahputra, Y. A. (2012). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Minat Konsumen PT. Radjagranvindo Persada.