

## ABSTRAK

### **ANALISIS MAKE OR BUY DECISION PADA KEGIATAN MARKETING & SALES PT WASKITA KARYA REALTY**

**Diana Puspitasari**

17/421877/PEK/23454

Sejak tahun 2014 PT Waskita Karya Realty (“WKR”) didirikan sebagai anak perusahaan yang bergerak di bidang Properti. Induk perusahaan adalah BUMN yang bergerak dibidang Jasa Konstruksi. Dengan minimnya kapabilitas WKR pada kegiatan Marketing & Sales maka sejak proyek pertama sampai dengan sekarang WKR menggunakan jasa pihak ketiga untuk menjual produk propertinya. Saat ini perusahaan ingin mengevaluasi kembali strategi outsourcing tersebut, dikarenakan timbul beberapa permasalahan seperti mahalnya biaya jasa pihak ketiga, performa pihak ketiga yang semakin turun, dan ketergantungan terhadap pihak ketiga dalam penjualan produk propertinya. Sedangkan kegiatan *Marketing & Sales* dirasa merupakan *core activities* dari sebuah perusahaan property.

Metode penelitian yang digunakan dalam tesis ini adalah menggunakan metode kualitatif. Metode ini menggabungkan hasil wawancara dari praktisi dan ahli yang berkecimpung di bisnis property khusus nya pada bidang Marketing & Sales.

Hasil penelitian menggunakan beberapa alat analisis yakni (1) *Weighing Make or Buy Decisicon*, (2) *Outsourcing : When and How it will be done ?* menghasilkan kesimpulan untuk saat ini strategi yang tepat adalah meneruskan strategi outsourcing yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Lalu hasil ini dibandingkan dengan *best practice* pada Developer lainnya. Hasil dari *benchmark* terhadap perusahaan Developer lainnya adalah selayaknya kegiatan Marketing & Sales adalah *Make* karena demi tercapainya *sustainability sales*, sehingga memberikan kesimpulan bahwa untuk jangka panjang WKR harus mempersiapkan tim inhouse karena sejalan dengan rencana perusahaan dalam mengembangkan kawasan yang lebih luas.

Kata kunci: *Property, Marketing & Sales, Core Activity, Outsourcing, Make or Buy Decision, Best Practice, Developer, Sustainability Sales*

**ABSTRACT**

**MAKE OR BUY DECISION ANALYSIS  
ON MARKETING & SALES ACTIVITIES  
PT WASKITA KARYA REALTY**

***Diana Puspitasari***

17/421877/PEK/23454

*Since 2014 PT Waskita Karya Realty ("WKR") was established as a subsidiary engaged in the property sector. Parent company is a state-owned company engaged in construction services. With the lack of WKR capabilities in Marketing & Sales activities, since the first project up to now WKR is using third party services to sell its property products. At present the company wants to re-evaluate the outsourcing strategy, due to several problems such as the high cost of third party services, the decreasing performance of third parties, and the dependence on third parties in the sale of its property products. While the Marketing & Sales activities are considered to be the core activities of a property company.*

*The research method used in this thesis is to use qualitative methods. This method combines the results of interviews from practitioners and experts working in his specialty property business in the field of Marketing & Sales.*

*The results of the study use several analytical tools namely (1) Weighing Make or Buy Decision, (2) Outsourcing: When and How will it be done? produce conclusions for now the right strategy is to continue the outsourcing strategy that has been implemented previously. Then these results are compared with best practices for other developers. The results of the benchmark against other Developer companies are that Marketing & Sales should be a Make activity because in order to achieve sales sustainability, so it concludes that for the long term WKR must prepare an inhouse team because it is in line with the company's plans to develop wider areas.*

*Key words: Property, Marketing & Sales, Core Activity, Outsourcing, Make or Buy Decision, Best Practice, Developer, Sustainability Sales*