



# 1.83%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 8 JUL 2025, 11:47 AM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● CHANGED TEXT  
1.82%

## Report #27381249

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Dalam dunia pendidikan tinggi, penting bagi mahasiswa untuk tidak hanya memahami teori secara konseptual, namun juga memiliki pengalaman nyata dalam penerapan teori tersebut di dunia kerja. Salah satu cara untuk menghubungkan dunia akademik dan dunia profesional adalah melalui kegiatan kerja profesi. Kerja profesi memungkinkan mahasiswa untuk merasakan langsung dinamika dunia kerja, memahami sistem dan budaya kerja perusahaan, serta mengasah keterampilan teknis maupun non-teknis yang relevan dengan bidang studi yang ditekuni. (Geby Fadila, Laporan Kerja Profesi, 2024, hlm. 1)

Dalam lingkup pendidikan tinggi, mahasiswa tidak hanya dituntut memahami teori secara abstrak, tetapi juga perlu memiliki pengalaman langsung dalam menerapkan pengetahuan tersebut ke dalam praktik dunia kerja. Salah satu sarana yang menjembatani dunia akademis dengan realitas profesional adalah melalui kegiatan kerja profesi. Melalui program ini, mahasiswa diberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam aktivitas dunia kerja, mengenal pola dan budaya organisasi, serta mengasah keterampilan teknis dan non-teknis yang sesuai dengan bidang keilmuannya. Di era global dan serba digital seperti saat ini, persaingan dalam dunia kerja semakin kompleks. Lulusan perguruan tinggi diharapkan tidak hanya menguasai teori, tetapi juga memiliki pengalaman lapangan dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan dinamika profesional. Oleh sebab itu, kerja profesi menjadi

salah satu fase penting dalam proses pembelajaran mahasiswa agar memiliki kesiapan mental, keterampilan praktis, dan wawasan profesional sebelum terjun ke dunia kerja sesungguhnya. Century 21 AKN merupakan salah satu perusahaan properti yang menjadi bagian dari jaringan internasional Century 21, yang telah dikenal luas sebagai penyedia jasa profesional di bidang jual-beli, penyewaan, serta konsultasi properti residensial dan komersial. Dengan reputasi global yang kuat dan sistem kerja yang profesional, Century 21 AKN menjadi tempat yang strategis untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai praktik pemasaran properti secara langsung di lapangan.

2 Selama menjalani kerja profesi, saya ditempatkan sebagai Marketing Agent, yaitu peran yang berfungsi sebagai penghubung antara pemilik properti dan calon pembeli atau penyewa. Dalam menjalankan peran tersebut, saya terlibat dalam berbagai aktivitas seperti pencatatan dan pengelolaan data properti (listing), merancang strategi pemasaran, mempublikasikan properti melalui berbagai kanal media, berkomunikasi dengan klien, melakukan negosiasi, hingga mendampingi proses transaksi hingga selesai. Seluruh proses ini memberikan pengalaman yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mengasah kemampuan interpersonal, pelayanan konsumen, manajemen waktu, serta keahlian dalam presentasi dan negosiasi. Lebih jauh, kerja profesi ini juga memperluas pemahaman saya tentang tren pasar properti terkini, pentingnya membangun citra diri (personal

branding) dalam profesi agen properti, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi yang efektif. Pengalaman ini menjadi modal penting yang tidak bisa sepenuhnya diperoleh melalui pembelajaran teori di ruang kelas. Melalui partisipasi dalam program kerja profesi di Century 21 AKN, saya mendapatkan gambaran nyata tentang bagaimana sistem pemasaran properti dijalankan secara profesional, termasuk tantangan dan dinamika yang menyertainya. Kesempatan ini menjadi pengalaman yang sangat berharga bagi saya dalam membentuk diri, tidak hanya sebagai mahasiswa yang belajar, tetapi juga sebagai individu yang tengah mempersiapkan diri untuk menjadi tenaga profesional di bidang pemasaran dan bisnis properti.

9 Di era globalisasi dan digitalisasi seperti saat ini, persaingan di dunia kerja semakin ketat. Lulusan perguruan tinggi dituntut tidak hanya menguasai materi perkuliahan, tetapi juga memiliki pengalaman kerja serta kemampuan adaptasi yang baik terhadap lingkungan kerja. Oleh karena itu, pelaksanaan kerja profesi menjadi momen penting untuk membekali mahasiswa dengan wawasan praktis dan keterampilan kerja yang akan sangat berguna setelah lulus kuliah. Century 21 AKN merupakan salah satu Property terkemuka yang berada di bawah jaringan internasional Century 21. Jaringan ini dikenal secara global dan memiliki standar layanan yang administratif dalam bidang jual, beli, sewa, dan konsultasi administrasi, baik residensial maupun komersial. Dengan reputasi 3 dan pengalaman luas di dunia Property, Century 21 AKN menjadi tempat yang tepat untuk mempelajari berbagai aspek dalam pemasaran Property secara langsung di lapangan. Dalam kegiatan kerja profesi ini, saya ditempatkan sebagai Marketing Agent. Posisi ini memiliki peran penting dalam menjembatani pemilik Property dengan calon pembeli atau penyewa. Sebagai seorang Marketing Agent, saya terlibat langsung dalam berbagai proses seperti pengumpulan data Property (listing), penyusunan strategi pemasaran, publikasi melalui berbagai media, komunikasi dan negosiasi dengan calon klien, serta mendampingi proses transaksi hingga tahap akhir. Melalui proses tersebut, saya tidak hanya belajar secara teknis mengenai strategi pemasaran

Property, namun juga diasah dalam kemampuan interpersonal, pelayanan terhadap klien, manajemen waktu, serta keterampilan negosiasi dan presentasi yang efektif. Selain itu, kegiatan kerja profesi ini juga membuka wawasan saya mengenai tren pasar Property terkini, pentingnya personal branding dalam profesi agen Property, serta pemanfaatan platform digital dalam memasarkan produk secara lebih luas dan cepat. Pengalaman ini menjadi bekal berharga yang tidak bisa sepenuhnya didapatkan melalui pembelajaran di kelas. Dengan mengikuti program kerja profesi di Century 21 AKN, saya merasakan secara langsung bagaimana dunia pemasaran digital bekerja dan tantangan-tantangan yang dihadapi dalam prosesnya. Ini menjadi kesempatan bagi saya untuk berkembang tidak hanya sebagai mahasiswa, tetapi juga sebagai calon administrasi di bidang bisnis dan pemasaran di masa depan.

### 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

Adapun maksud dari pelaksanaan kerja profesi ini adalah untuk mempersiapkan saya agar memiliki kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan dunia Property, khususnya dalam bidang pemasaran Property. Selain itu, kerja profesi ini juga bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada saya dalam memahami proses kerja di lapangan, serta memperluas wawasan tentang Dunia kerja di bidang Property berskala nasional maupun internasional seperti Century 21 AKN. Menurut Geby Fadila (2024:6), kerja profesi bertujuan untuk “melatih mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan. 4 Hal ini menunjukkan pentingnya pengalaman langsung agar teori tidak hanya dipahami secara konseptual, tetapi juga secara praktis.

#### 1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Adapun maksud dari pelaksanaan kerja profesi ini yang saya kerjakan adalah sebagai berikut:

1. Menambah wawasan dan pengalaman praktis mengenai Dunia kerja di bidang pemasaran Digital.
2. Mendalami proses listing, promosi, hingga penutupan transaksi penjualan atau penyewaan Property.
3. Memberikan gambaran nyata tentang peran dan tanggung jawab seorang marketing agent di bidang Property.
4. Membantu praktikan dalam mengasah keterampilan komunikasi, negosiasi, dan pelayanan terhadap klien.
5. Memperkuat pemahaman praktikan terhadap pentingnya etika kerja,

profesionalisme, dan kerja sama tim di dunia kerja nyata. 7 1.2 5 7 2 Tujuan Kerja

Profesi Adapun tujuan dari pelaksanaan kerja profesi yang saya lakukan

adalah sebagai berikut: 1. Mengetahui Bagaimana melakukan listing property

dan input data klien Tujuan utama kerja profesi ini adalah untuk

menerapkan teori dan pengetahuan manajemen yang telah saya pelajari selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia kerja, khususnya dalam

bidang pemasaran digital ☒ Melakukan listing properti dan input data klien

. ☒ Membuat konten promosi untuk media sosial dan portal properti

. ☒ Menggunakan strategi pemasaran digital untuk menjangkau calon klien

5 2. Mengethui bagaimana menggunakan strategi Pemasaran Digital dalam

dunia Property Tujuan ini fokus pada pembentukan kemampuan interpersonal,

kerja sama tim, komunikasi efektif, dan penyelesaian masalah dalam

kegiatan kerja sehari-hari. ☒ Berkomunikasi dengan klien melalui media digita

l dan tatap muka. ☒ Menjadwalkan dan mendampingi survei lokasi properti

. ☒ Mengikuti rapat evaluasi mingguan dan pelatihan internal seperti produc

t knowledge. 3. Mengetahui bagaimana melakukan konsultasi klien di dunia

porperty Kerja profesi ini juga bertujuan untuk membentuk sikap tanggung

jawab, kemandirian, kerja sama tim, serta kesiapan mental menghadapi

tantangan dunia kerja. Saya belajar bagaimana bekerja secara disiplin,

fleksibel, dan adaptif dalam lingkungan kerja professional ☒ Menyusun lapora

n kegiatan mingguan dan harian. ☒ Mendampingi proses negosiasi dan transaks

i properti. ☒ Menghadapi tantangan dalam pencapaian target kerja dan solus

i terhadap kendala lapangan. 1.3 Manfaat Kerja Profesi Pelaksanaan kerja

profesi memberikan berbagai manfaat yang signifikan, baik bagi saya,

Universitas Pembangunan Jaya, maupun tempat kerja profesi dilaksanakan.

Melalui keterlibatan langsung dalam dunia kerja, saya tidak hanya

mendapatkan pengalaman praktis, tetapi juga mengembangkan kompetensi dan

kesiapan diri untuk menghadapi tantangan kerja di masa mendatang. 1.3.1

Manfaat bagi Saya Sebagai Pelaksana 1. Memberikan pengalaman nyata

mengenai dunia kerja di bidang Property dan pemasaran. 2. Meningkatkan

keterampilan praktis seperti komunikasi, negosiasi, pemasaran digital, dan

manajemen klien. 6 3. Mengasah soft skills seperti kedisiplinan, tanggung jawab, kerja sama tim, dan adaptasi terhadap tekanan kerja. 4.

Memperluas wawasan tentang Dunia kerja nyata, budaya organisasi, dan dinamika pemasaran Property. 5. Membantu saya memahami relevansi antara teori yang dipelajari di kampus dengan praktik di lapangan. 8 6. Menambah

portofolio pengalaman kerja yang dapat menjadi nilai tambah saat mencari pekerjaan setelah lulus. 1.3.2 Manfaat bagi Perguruan Tinggi 1. Menjalin

hubungan kemitraan dengan rekan kerja atau perusahaan, khususnya di

bidang konsultasi dan pemasaran. 2. Memperoleh masukan dari dunia kerja

yang dapat dijadikan bahan evaluasi dan pengembangan kurikulum. 3 3. Menunjukkan

peran aktif perguruan tinggi dalam mempersiapkan lulusan yang siap kerja

dan relevan dengan kebutuhan pasar. 4. Memfasilitasi integrasi antara dunia

akademik dan dunia kerja sebagai bagian dari program Merdeka Belajar

– Kampus Merdeka (MBKM). 1.3.3 Manfaat bagi Perusahaan (Century 21 AKN) 1

. Mendapatkan kontribusi dari mahasiswa yang dapat membantu operasional

dan kegiatan pemasaran digital. 2. Menemukan potensi calon tenaga kerja

yang dapat dikembangkan lebih lanjut sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

3. Memperoleh ide-ide baru dan perspektif segar dari generasi muda yang

mengikuti perkembangan teknologi dan tren pemasaran digital. 4. Berperan

dalam pengembangan dan menciptakan sumber daya manusia yang kompeten

melalui program kerja sama institusional. 7 1.4 Tempat Kerja Profesi

Gambar 1.1 Tempat Kerja Tempat kerja profesi saya dilaksanakan di

Century 21 AKN Group, sebuah Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pemasaran dan transaksi property, baik residensial maupun komersial.

Perusahaan ini merupakan bagian dari jaringan global Century 21, yang

telah dikenal luas sebagai salah satu jaringan agen property terbesar

dan terpercaya di dunia. Century 21 telah hadir di lebih dari 80

negara, termasuk Indonesia, dan memiliki sistem manajemen modern serta layanan pelanggan yang berorientasi pada kualitas dan profesionalisme.

Century 21 AKN Group berlokasi di: • ; Ruko Modern Town Market Bl

ok RB No. 1 Jl. Hartono Raya, Babakan, Kecamatan Tangerang, Kota

REPORT #27381249

Tangerang, Banten 15117 Telepon: (021) 2988 2121 Website: www.c21akn.com

Gambar 1.2 Lokasi Tempat Kerja Sebagai salah satu cabang aktif dari jaringan Century 21 Indonesia, AKN Group menyediakan layanan yang mencakup penjualan, penyewaan, dan pembelian property baik residensial maupun komersial, serta layanan konsultasi investasi property. Perusahaan ini memiliki jaringan utama pada area Tangerang dan sekitarnya, khususnya di daerah Gading Serpong, BSD, dan Alam Sutera, yang dikenal sebagai property hunian dan komersial strategis dengan pertumbuhan tinggi. Dalam kegiatan kerja profesi ini, saya ditempatkan pada posisi Marketing Agent, yang memiliki peran krusial dalam menjembatani antara pemilik property dengan calon pembeli atau penyewa. Kegiatan sehari-hari saya mencakup proses listing property, promosi melalui media digital, menjalin komunikasi dengan klien, mengatur jadwal kunjungan lokasi, hingga membantu proses negosiasi dan transaksi. 9 Lingkungan kerja di Century 21 AKN sangat berpengaruh dan mendukung proses belajar saya. Dengan duia kerja yang dinamis, target-oriented, dan berbasis teknologi informasi, saya memperoleh pengalaman yang nyata dalam menerapkan ilmu manajemen dan pemasaran di lapangan. Selain itu, saya juga dibimbing langsung oleh atasan dan rekan kerja yang telah berpengalaman di bidang pemasaran, sehingga mampu memberikan arahan dan masukan berharga selama pelaksanaan kerja profesi berlangsung. Penjelasan Struktur: ✕ Member Broker (Andy Kusuma Natanael ) Merupakan pemimpin utama di kantor Century 21 AKN, bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan strategis dan pengelolaan keseluruhan kegiatan operasional. ✕ Sekretaris (Rosehida) Mendukung administrasi dan manajemen harian kantor, termasuk pengaturan jadwal, pengarsipan dokumen, dan komunikasi internal. ✕ Admin (Zahra) Bertugas menangani dokumen 9dminist, pencatatan listing, serta membantu kebutuhan 9ministrative dari marketing associate dan broker ✕ Markom / Marketing Communication (Bagus Rochman) Bertanggung jawab atas strategi komunikasi pemasaran 9ministra, pengelolaan konten digital, iklan 9dminist, dan branding. ✕ Marketing Associate Tim yang bertugas langsung di lapangan untuk mencari listing 9dminist,

menghubungi klien, melakukan pemasaran dan closing transaksi. Anggota tim : ❑ Tengku Rio Bahtiar ❑ Julius ❑ David ❑ Dave ❑ Tomo

1.5 Pelaksanan Kerja Profesi Saya melaksanakan kerja profesi di Century 21 AKN Group, sebuah 10ministra yang bergerak di bidang jasa pemasaran dan transaksi 10dminist. Penempatan saya adalah sebagai Marketing Agent, dengan tanggung jawab utama dalam mengelola listing 10dminist, 10dminist strategi pemasaran digital, menjalin komunikasi dengan klien, serta mendampingi proses transaksi 10dminist dari awal hingga selesai. Kerja profesi ini dimulai pada tanggal 18 Mei 2022 dan masih berlangsung hingga saat ini. 4 Saya bekerja setiap hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja aktif selama 8 jam per hari, yaitu pukul 09.00 – 17.00 WIB. Namun, pada beberapa kesempatan, saya juga melanjutkan pekerjaan di luar jam kantor, terutama 10dmini ada kunjungan klien atau negosiasi yang harus dilakukan secara langsung di lokasi 10dminist. Hari Sabtu dan Minggu kantor tutup, namun komunikasi dengan klien melalui pesan singkat dan media sosial tetap berjalan secara fleksibel jika diperlukan. Selama masa pelaksanaan kerja profesi, saya aktif terlibat dalam berbagai aktivitas lapangan dan 10dministrative, termasuk pembuatan iklan 10dminist, pengelolaan akun media sosial, penjadwalan 10dmini lokasi, serta melakukan follow-up terhadap prospek penjualan. Selain itu, saya juga belajar bagaimana berinteraksi secara 10dministrati dengan klien dari berbagai latar belakang, baik secara langsung maupun melalui komunikasi digital. Berikut adalah 10dmin kegiatan kerja profesi yang saya lakukan secara rutin selama masa kerja:

11  
Tabel 1.1 Kegiatan Kerja Profesi No Uraian Kegiatan Waktu Pelaksanaan  
1 Menginput dan memperbarui data listing properti Setiap pagi  
2 Membuat dan mempublikasikan konten pemasaran digital (Instagram, situs 11dminist) Harian/Mingguan  
3 Menjawab pertanyaan calon klien melalui telepon, WhatsApp, atau email Sesuai komunikasi klien  
4 Menjadwalkan dan mendampingi 11dmini lokasi 11dminist 11dminis klien Sesuai permintaan  
5 Melakukan negosiasi awal antara penjual dan calon pembeli/penyewa Saat ada leads aktif  
6 Mengikuti rapat evaluasi mingguan 11dminis tim

marketing Setiap Senin dan Jumat 7 Melakukan riset harga pasar dan analisis 11dminist 11dministra di area sekitar 2 kali seminggu 8 Membantu proses 11dministrative terkait dokumen transaksi dan legalitas properti Saat terjadi deal/closing 9 Menyusun laporan perkembangan mingguan kepada supervisor Setiap Jumat 12

## BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah Perusahaan

### Sejarah Global Century 21 Century 21 Real Estate LLC merupakan salah satu jaringan perusahaan properti terbesar dan paling dikenal di dunia. Didirikan pada tahun 1971 di Orange County, California, Amerika Serikat oleh dua pelopor industri properti, yaitu Art Bartlett dan Marsh Fisher, Century 21 lahir dari kebutuhan akan sistem perantara properti yang terorganisir, profesional, dan mudah diakses oleh masyarakat luas.

1 Gambar 2.1 Foto Owner Century 21 Pada masa itu, industri properti di Amerika masih bersifat individual dan belum memiliki sistem kerja standar yang dapat menjamin kepastian hukum dan pelayanan bagi konsumen. Bartlett dan Fisher menyusun konsep waralaba real estate modern dengan sistem pelatihan dan standar operasional yang seragam, serta model bisnis yang memungkinkan pertumbuhan cepat melalui kemitraan lokal. Seiring berjalannya waktu, model waralaba ini terbukti berhasil. Century 21 berkembang dengan pesat dan mulai menembus pasar global, 13 menjadikannya salah satu brand properti internasional paling terkemuka. Hingga saat ini, jaringan Century 21 telah hadir di lebih dari 80 negara, dengan lebih dari 8.000 kantor cabang, serta melibatkan lebih dari 146.000 marketing associate di seluruh dunia. Century 21 terkenal karena komitmennya terhadap integritas, pelayanan berkualitas tinggi, dan pemanfaatan teknologi dalam memudahkan proses transaksi jual, beli, dan sewa properti. Dalam perjalanan sejarahnya, Century 21 juga terus berinovasi dengan membangun sistem CRM (Customer Relationship Management), pelatihan agen berstandar global, serta penggunaan platform digital untuk pemasaran yang efektif dan efisien. Century 21 di Indonesia Century 21 resmi hadir di Indonesia pada tahun 1997, di bawah naungan dan pengelolaan PT Ciputra Citra Graha, yang merupakan

bagian dari Ciputra Group, salah satu perusahaan pengembang properti terbesar dan paling berpengaruh di Indonesia. Ciputra Group sendiri didirikan oleh almarhum Ir. Ciputra, seorang tokoh legendaris dalam dunia real estate nasional yang telah membangun berbagai proyek properti berskala nasional dan internasional. 14 Gambar 2.2 Foto Owner Century 21 (Indonesia) Sebagai pemegang hak lisensi (master franchise) Century 21 di Indonesia, PT Ciputra Citra Graha bertanggung jawab penuh atas pengelolaan, pengawasan, serta pengembangan jaringan Century 21 di seluruh wilayah Indonesia. Dengan menggunakan sistem waralaba internasional, Ciputra Group mengundang para pengusaha lokal untuk mendirikan kantor cabang Century 21 di berbagai kota, sambil tetap mengacu pada standar pelatihan, sistem kerja, dan nilai-nilai yang ditetapkan oleh kantor pusat Century 21 di Amerika. Century 21 Indonesia berkembang pesat dan kini memiliki ratusan kantor cabang yang tersebar di berbagai kota besar, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, dan Yogyakarta, serta kota-kota penyangga seperti Bekasi, Depok, dan Tangerang. Dengan jaringan luas ini, Century 21 telah menjadi salah satu pemimpin pasar dalam industri agen properti nasional. Tak hanya mengandalkan promosi konvensional, Century 21 Indonesia mengintegrasikan pendekatan digital dalam setiap lini operasionalnya. 15 Perusahaan ini memanfaatkan platform seperti website properti, media sosial, serta kolaborasi dengan portal listing online seperti Rumah123, Lamudi, dan OLX untuk menjangkau konsumen dengan lebih cepat dan luas. Century 21 AKN Group Salah satu cabang aktif dari jaringan ini adalah Century 21 AKN Group, yang berlokasi di Ruko Modern Town Market Blok RB No. 1, Jl. Hartono Raya, Babakan, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15117. Kantor ini didirikan untuk merespons tingginya permintaan terhadap layanan properti di kawasan Tangerang dan sekitarnya, khususnya di wilayah Gading Serpong, BSD City, Alam Sutera, dan area berkembang lainnya. Century 21 AKN Group beroperasi dengan semangat profesionalisme tinggi, mengedepankan pelayanan konsumen, efisiensi transaksi, dan keterbukaan informasi. Dengan tim yang

terdiri dari marketing associate, staf administrasi, tim komunikasi pemasaran (Markom), dan dukungan dari Member Broker, kantor ini memiliki struktur organisasi yang tertata dan bertanggung jawab langsung kepada kantor pusat Century 21 Indonesia. Selain berfokus pada transaksi jual, beli, dan sewa properti, Century 21 AKN juga menyediakan layanan konsultasi investasi untuk klien yang ingin menanamkan modalnya di sektor properti. Mereka tidak hanya membantu mencarikan properti yang sesuai dengan kebutuhan klien, tetapi juga memberikan panduan mengenai lokasi potensial, analisis harga pasar, dan potensi keuntungan jangka panjang. Dengan memadukan sistem kerja berstandar internasional dan pemahaman lokal yang mendalam, Century 21 AKN menjadi salah satu kantor cabang yang berhasil membangun kepercayaan masyarakat. 1 Kantor ini juga aktif memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran, seperti melalui Instagram, Facebook, TikTok, dan platform iklan properti online. 2.2 Visi dan Misi Perusahaan Setiap organisasi bisnis, termasuk perusahaan properti, perlu memiliki visi dan misi yang jelas sebagai landasan arah strategis dan nilai-nilai kerja yang menjadi pedoman dalam menjalankan operasional perusahaan. Visi dan misi tidak hanya menjadi identitas perusahaan, tetapi juga merepresentasikan 16 komitmen dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh seluruh elemen organisasi. Century 21 AKN Group, sebagai bagian dari jaringan global Century 21 Real Estate, memiliki visi dan misi yang selaras dengan prinsip-prinsip utama dari Century 21 International dan Century 21 Indonesia. Visi dan misi ini diterjemahkan dalam bentuk pelayanan yang berorientasi pada profesionalisme, integritas, dan kepuasan klien. Visi Perusahaan “Menjadi perusahaan agen properti terpercaya, profesional, dan pilihan utama masyarakat dalam kebutuhan jual, beli, dan sewa properti di Indonesia. Visi ini menggambarkan keinginan Century 21 AKN untuk menjadi pemimpin pasar di sektor properti dengan menekankan pelayanan berkualitas tinggi, kredibilitas, serta kemampuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Misi Perusahaan Untuk mewujudkan visinya, Century 21 AKN menjalankan beberapa misi utama sebagai

berikut: 1. Memberikan pelayanan terbaik kepada klien Century 21 AKN berkomitmen memberikan layanan yang cepat, tepat, dan transparan dalam setiap transaksi properti. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama, baik dari sisi pemilik properti maupun calon pembeli atau penyewa. 2. Menjunjung tinggi etika dan profesionalisme kerja Seluruh tim di Century 21 AKN, mulai dari marketing associate hingga broker, dituntut untuk bekerja dengan menjunjung tinggi kejujuran, etika kerja, dan tanggung jawab profesional dalam melayani klien. 3. Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia Perusahaan secara aktif memberikan pelatihan dan pengembangan bagi seluruh tim agar selalu siap menghadapi dinamika pasar dan mampu memberikan solusi yang relevan sesuai kebutuhan klien. 4. Memanfaatkan teknologi dalam pemasaran properti 17 Dalam era digital, Century 21 AKN mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, portal properti online, dan sistem manajemen internal berbasis teknologi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses pemasaran. 5. Menjalin hubungan jangka panjang dengan mitra dan klien Perusahaan tidak hanya berfokus pada transaksi jangka pendek, tetapi juga pada pembangunan hubungan bisnis yang berkelanjutan dan saling menguntungkan antara klien, mitra developer, serta investor. 6. Mendukung pertumbuhan properti yang berkelanjutan di Indonesia Sebagai bagian dari industri properti, Century 21 AKN turut berkontribusi dalam pengembangan kawasan pemukiman dan komersial yang sehat, legal, dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2.3 Pendiri Perusahaan Setiap perusahaan yang memiliki arah dan pertumbuhan yang baik tentu tidak lepas dari peran pendirinya. Pendiri tidak hanya bertindak sebagai inisiator dalam membentuk struktur organisasi, tetapi juga sebagai pembawa visi dan budaya kerja yang menjadi dasar dalam mengembangkan perusahaan ke arah yang berkelanjutan. Begitu pula dengan Century 21 AKN Group, yang didirikan oleh sosok profesional yang memiliki komitmen tinggi dalam membangun bisnis properti yang terpercaya dan berstandar internasional. Pendiri Century 21 AKN Group Century 21 AKN Group didirikan oleh Andy Kusuma Natanael, yang juga menjabat sebagai Member Broker di perusahaan ini.

Beliau adalah figur utama di balik terbentuknya struktur dan sistem kerja Century 21 AKN, serta menjadi pemegang tanggung jawab penuh atas operasional perusahaan sesuai standar yang ditetapkan oleh jaringan Century 21 Indonesia dan Century 21 International. 18 Gambar 2.3 Foto Owner Century 21 AKN Sebagai seorang Member Broker, Andy Kusuma Natanael memiliki lisensi dan sertifikasi resmi yang diakui oleh organisasi pusat Century 21 Indonesia di bawah manajemen PT Ciputra Citra Graha. Peran sebagai Member Broker tidak hanya bersifat administratif, namun juga strategis, karena mencakup tanggung jawab dalam pengambilan keputusan, rekrutmen agen pemasaran, pembinaan tim, pengelolaan portofolio properti, serta menjaga kualitas pelayanan kepada klien. Dalam membangun Century 21 AKN, Andy Kusuma Natanael tidak hanya berperan sebagai pendiri, tetapi juga sebagai pemimpin yang mengembangkan tim dari bawah dengan sistem kerja yang profesional, transparan, dan berbasis kinerja. Di bawah kepemimpinannya, Century 21 AKN berkembang menjadi salah satu kantor cabang Century 21 yang aktif dan kompetitif, khususnya di wilayah Tangerang dan sekitarnya, seperti Gading Serpong, BSD City, dan Alam Sutera. Beliau juga mendorong pemanfaatan teknologi digital dalam operasional kantor, mulai dari sistem promosi properti berbasis media sosial, integrasi dengan portal properti, hingga pelatihan internal bagi marketing associate agar mampu bersaing secara profesional di pasar yang semakin kompetitif. 19 Komitmen dan visi jangka panjang dari Andy Kusuma Natanael menjadi fondasi kuat yang membawa Century 21 AKN Group tumbuh sebagai perusahaan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kepuasan klien, etika bisnis, dan pembangunan sumber daya manusia yang berkualitas. 2.4 Kegiatan Umum Perusahaan Sebagai bagian dari jaringan internasional Century 21, kegiatan umum yang dilakukan oleh Century 21 AKN Group bersifat profesional dan berorientasi pada target kerja yang jelas. Seluruh kegiatan dilaksanakan untuk mendukung proses pemasaran properti secara menyeluruh, baik dari sisi teknis, administratif, maupun pelayanan terhadap klien. Kegiatan umum perusahaan ini tidak hanya

berfokus pada kegiatan eksternal seperti pemasaran properti dan transaksi, tetapi juga mencakup kegiatan internal yang mendukung kinerja tim dan semangat kerja kolektif. Kegiatan Umum di Century 21 AKN Group: 1. Briefing dan Evaluasi Tim Setiap Setiap minggu, perusahaan menyelenggarakan briefing tim yang bertujuan untuk mengevaluasi kinerja, membahas listing terbaru, serta menentukan strategi pemasaran yang akan diterapkan. Kegiatan ini memperkuat koordinasi antartim dan memastikan bahwa semua marketing associate memiliki pemahaman yang sama mengenai target dan peran masing-masing. 2. Pelatihan Internal dan Pengembangan Kompetensi Century 21 AKN rutin mengadakan pelatihan internal bagi para agen properti baru maupun yang sudah berpengalaman. Materi pelatihan meliputi teknik presentasi, negosiasi, penguasaan platform pemasaran digital, dan etika pelayanan terhadap klien. Tujuannya adalah agar seluruh tim mampu bekerja secara profesional sesuai standar Century 21 Indonesia. 3. Kegiatan Sosial dan Kebersamaan Internal Selain kegiatan yang bersifat teknis dan operasional, perusahaan juga sesekali menyelenggarakan kegiatan internal yang bersifat informal, seperti makan siang bersama atau perayaan sederhana saat ada pencapaian tim 20 tertentu. Hal ini dilakukan untuk menjaga suasana kerja yang positif dan meningkatkan rasa kekeluargaan di lingkungan kantor. 2.5 Budaya Perusahaan Budaya perusahaan atau corporate culture merupakan sistem nilai, keyakinan, dan kebiasaan yang dianut dan dijalankan oleh seluruh anggota organisasi dalam menjalankan aktivitas kerja sehari-hari. Budaya perusahaan membentuk identitas, karakter, serta menjadi pedoman dalam bersikap, mengambil keputusan, dan berinteraksi satu sama lain di lingkungan kerja. Di Century 21 AKN Group, budaya perusahaan tercermin dari nilai-nilai profesionalisme, kekompakan tim, orientasi pada pelayanan, dan semangat untuk terus berkembang. Sebagai bagian dari jaringan global Century 21, perusahaan ini menjunjung tinggi standar etika dan integritas dalam menjalankan setiap aktivitasnya. Budaya yang diterapkan di lingkungan kerja bertujuan untuk menciptakan suasana kerja yang positif, produktif, dan mendorong pertumbuhan baik secara individu maupun

kolektif. 1. Profesionalisme dalam Bekerja Setiap karyawan, terutama para marketing associate, dituntut untuk bekerja secara profesional. Hal ini mencakup kemampuan dalam berkomunikasi dengan klien secara santun dan jelas, menyampaikan informasi yang akurat, berpakaian rapi, serta memiliki tanggung jawab terhadap target dan hasil kerja. Profesionalisme juga terlihat dalam disiplin waktu dan kemampuan menjaga rahasia klien dan data perusahaan. 2. Etika dan Integritas Budaya etika dan integritas dijunjung tinggi di lingkungan Century 21 AKN. Seluruh tim diajarkan untuk bekerja secara jujur, tidak manipulatif, dan bertanggung jawab atas setiap keputusan yang diambil. Kepercayaan merupakan modal utama dalam bisnis properti, sehingga menjaga reputasi perusahaan menjadi nilai yang selalu ditekankan. 3. Kerja Sama Tim Meskipun setiap marketing associate memiliki target individu, budaya kerja di Century 21 AKN tetap menekankan pentingnya kerja sama tim. Saling membantu dalam proses negosiasi, berbagi informasi properti, serta saling 21 memberi motivasi merupakan bagian dari rutinitas kerja harian. Suasana kerja yang kooperatif membuat lingkungan kantor terasa lebih nyaman dan suportif. 4. Orientasi pada Pelayanan Budaya pelayanan yang baik terhadap klien menjadi landasan utama dalam setiap aktivitas. Karyawan dibiasakan untuk mendahulukan kebutuhan klien, memberikan respons cepat, serta memberikan solusi yang tepat. Pelayanan tidak hanya berhenti pada transaksi, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang didasarkan pada kepuasan dan kepercayaan. 5. Keterbukaan terhadap Inovasi Century 21 AKN mendorong budaya kerja yang terbuka terhadap perubahan dan inovasi. Dalam menghadapi tantangan industri properti yang dinamis, perusahaan mendorong penggunaan teknologi digital, media sosial, serta metode promosi kreatif. Marketing associate diberikan keleluasaan untuk bereksperimen dengan strategi pemasaran yang relevan dengan tren pasar. 6. Pengembangan Diri dan Pembelajaran Berkelanjutan Perusahaan juga membudayakan semangat belajar berkelanjutan melalui pelatihan internal, seminar, hingga diskusi mingguan. Lingkungan kerja yang mendorong pertumbuhan pribadi dan profesional ini membuat

setiap anggota tim merasa dihargai dan memiliki kesempatan untuk berkembang. 22 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Selama pelaksanaan kerja profesi di Century 21 AKN Group, saya ditempatkan pada posisi sebagai Marketing Agent yang berperan langsung dalam kegiatan pemasaran properti, komunikasi dengan klien, serta pendampingan proses transaksi jual, beli, atau sewa properti. Bidang kerja ini berada dalam divisi pemasaran dan merupakan ujung tombak perusahaan dalam menghasilkan penjualan dan menjalin relasi jangka panjang dengan klien. Sebagai marketing agent, saya menjalani berbagai aktivitas yang memadukan keterampilan komunikasi, strategi pemasaran, dan pemahaman produk properti yang dipasarkan. Kegiatan-kegiatan ini memungkinkan saya menerapkan ilmu yang telah saya pelajari di bangku kuliah, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan komunikasi bisnis. Berikut adalah rangkuman kegiatan utama dalam bidang kerja yang saya jalani: Kegiatan Utama dalam Bidang Kerja Marketing Agent: 1. Listing Properti 2 Gambar 3.1 Foto Listing Property Kegiatan ini mencakup proses pencarian dan pendataan properti yang akan dipasarkan, meliputi spesifikasi fisik bangunan, luas tanah, lokasi, harga, dan 23 legalitas. Data listing ini menjadi dasar dalam proses promosi dan penawaran kepada klien. 2. Pemasaran Digital 3 Gambar 3.2 Foto Pemasaran Digital Saya bertanggung jawab membuat dan mempublikasikan materi promosi properti melalui media sosial (Instagram, Facebook, TikTok), portal properti (seperti Rumah123, OLX, dan Lamudi), serta jaringan internal Century 21. Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan eksposur properti kepada calon pembeli atau penyewa potensial. 3. Komunikasi dan Konsultasi dengan Klien Aktivitas ini meliputi komunikasi secara langsung maupun online dengan calon pembeli, penyewa, atau pemilik properti. 2 Saya memberikan informasi detail mengenai properti, menjawab pertanyaan klien, dan membangun hubungan berbasis kepercayaan. 24 4. Product Knowledge Bersama Developer (In-House Project) 4 Gambar 3.4 Kegiatan Product Knowledge Dalam kegiatan ini, saya mengikuti presentasi dan penjelasan produk dari pihak developer untuk mengenal lebih dalam

mengenai proyek perumahan baru (in-house project). Materi yang disampaikan mencakup informasi tentang unit yang dipasarkan, fasilitas, skema pembayaran, hingga keunggulan lokasi. Pengetahuan ini penting agar saya dapat memberikan penjelasan yang akurat dan meyakinkan kepada calon klien.

25 5. Meeting Mingguan Bersama Member Broker dan Marketing Agent Lainnya Gambar 3.5 Kegiatan Meeting Apartment Antasari Place Setiap minggu, saya mengikuti rapat evaluasi dan strategi bersama Member Broker (MB) dan tim marketing lainnya. Kegiatan ini digunakan untuk mengevaluasi progres penjualan, membahas kendala lapangan, serta menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Forum ini juga menjadi sarana berbagi informasi listing baru dan perkembangan tren pasar properti terkini.

26 6. Negosiasi dan Pendampingan Transaksi Gambar 3.6 Transaksi Bersama Pihak Bank Saya terlibat dalam proses negosiasi antara penjual dan pembeli atau penyewa, serta membantu klien hingga tahap finalisasi transaksi. Proses ini mencakup pengurusan dokumen, pengecekan legalitas, dan koordinasi dengan pihak notaris jika diperlukan.

3.2 Pelaksanaan Kerja Pelaksanaan kerja profesi di Century 21 AKN Group saya mulai sejak tanggal 18 Mei 2022 dan masih berlangsung hingga saat ini. Saya ditempatkan pada posisi Marketing Agent, yang memiliki peran strategis dalam menjembatani pemilik properti dengan calon pembeli atau penyewa, serta menjalankan strategi pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar properti yang ditawarkan perusahaan.

27 Selama menjalankan tugas sebagai marketing agent, saya mengikuti seluruh aktivitas kerja yang telah ditetapkan oleh kantor dengan sistem kerja penuh waktu, yaitu setiap hari Senin hingga Jumat, pukul 09.00 – 17.00 WIB, dengan waktu kerja yang fleksibel apabila terdapat kegiatan mendadak di luar jam kantor seperti survei lokasi atau pertemuan dengan klien. Pelaksanaan kerja saya dibimbing langsung oleh Member Broker dan didampingi oleh rekan marketing associate lainnya. Kegiatan yang saya jalani mencakup berbagai hal, mulai dari pengumpulan data properti (listing), penyusunan konten pemasaran digital, menjalin komunikasi dengan calon klien, hingga terlibat langsung dalam proses

transaksi. Rincian Pelaksanaan Kegiatan Kerja: 1. Pagi Hari (09.00 – 11.00 WIB):  Briefing internal jika dijadwalkan  Mengecek dan mengupdate listing properti  Menyusun dan menjadwalkan konten promosi digital  Follow-up klien yang sebelumnya sudah melakukan penawaran atau menunjukkan minat

2. Siang Hari (11.00 – 14.00 WIB):  Menjawab pesan dan pertanyaan masuk dari portal properti dan media sosial  Menghubungi pemilik properti untuk verifikasi informasi dan update harga  Melakukan riset harga kompetitor di kawasan sekitar

3. Sore Hari (14.00 – 17.00 WIB):  Menjadwalkan survei lokasi dengan klien  Mengikuti meeting mingguan (biasanya Senin atau Jumat)  Mengisi laporan kegiatan harian  Jika ada kunjungan lapangan, mendampingi klien untuk survei unit properti

Selain tugas harian tersebut, saya juga beberapa kali mengikuti kegiatan pelatihan dan presentasi product knowledge dari developer in-house atau proyek perumahan baru yang bekerja sama dengan Century 21 AKN. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terhadap produk yang sedang dipasarkan sehingga saya bisa memberikan informasi yang lebih tepat dan terpercaya kepada klien.

Pendekatan Kerja yang Dijalankan:  Pendekatan Profesional: Menjaga komunikasi yang sopan, responsif, dan jelas kepada klien maupun rekan kerja.  Berbasis Digital: Memanfaatkan media sosial dan portal online sebagai sarana utama pemasaran properti.  Fleksibel dan Dinamis: Menyesuaikan waktu kerja dengan kebutuhan klien, termasuk melakukan kunjungan di luar jam kantor apabila diperlukan.  Kolektif: Bekerja sama dengan tim marketing lain untuk saling berbagi listing dan informasi pasar.

Evaluasi Berkala: Setiap minggu, saya mengikuti rapat evaluasi yang dipimpin oleh Member Broker. Dalam rapat ini, masing-masing agen menyampaikan laporan aktivitas dan hasil prospek, sekaligus mendiskusikan kendala yang dihadapi di lapangan serta solusi bersama yang dapat diterapkan.

3.3 Kendala Kerja Dalam pelaksanaan kerja profesi sebagai Marketing Agent di Century 21 AKN Group, saya menghadapi berbagai tantangan dan kendala yang muncul baik dari aspek teknis, komunikasi, maupun kondisi pasar. Kendala-kendala ini merupakan bagian dari

dinamika dunia kerja yang justru memberikan pengalaman berharga dalam mengasah kemampuan problem solving, komunikasi, dan manajemen waktu secara langsung. Berikut ini adalah beberapa kendala utama yang saya hadapi selama melaksanakan kerja profesi: 1. Klien Tidak Responsif atau Sulit Dihubungi Salah satu kendala yang sering saya alami adalah ketika calon klien yang sebelumnya menunjukkan minat terhadap suatu properti menjadi tidak merespons pesan atau panggilan. Hal ini dapat memperlambat proses pemasaran dan menyulitkan dalam mengatur jadwal survei atau negosiasi. 2. Perubahan Harga dari Pemilik Properti Terkadang, pemilik properti secara tiba-tiba mengubah harga jual atau sewa yang telah disepakati untuk dipasarkan, tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Hal ini bisa menyebabkan kebingungan di pihak calon pembeli dan menurunkan kredibilitas agen. 3. Jadwal Survei Tidak Sesuai Rencana Beberapa kali saya menjadwalkan survei dengan klien dan pemilik properti, namun salah satu pihak membatalkan secara mendadak atau datang terlambat. Hal ini mengganggu efisiensi waktu dan berpotensi membuat klien kehilangan minat. 4. Persaingan Antar Agen Karena properti yang dipasarkan biasanya bukan eksklusif (non-exclusive listing), satu properti bisa ditawarkan oleh beberapa agen sekaligus. Ini menyebabkan persaingan harga dan strategi promosi yang cukup ketat. 5. Kurangnya Pengetahuan Awal terhadap Produk Baru Ketika ada proyek properti baru yang diluncurkan, saya pernah merasa kurang percaya diri karena belum menguasai sepenuhnya informasi teknis dan administratif dari proyek tersebut.

### 3.4 Solusi terhadap Kendala Kerja

Selama melaksanakan kerja profesi di Century 21 AKN Group, saya dihadapkan dengan berbagai kendala yang menjadi bagian dari dinamika dunia kerja. Setiap permasalahan yang muncul memberikan kesempatan bagi saya untuk mencari solusi yang tepat dan mengasah kemampuan adaptasi serta penyelesaian masalah secara profesional. Berikut adalah langkah-langkah solusi yang saya lakukan berdasarkan kendala yang dihadapi: 1. Solusi untuk Klien Tidak Responsif Untuk mengatasi klien yang tidak merespons pesan atau panggilan:  Saya mengirimkan pengingat berkala dengan bahasa yan

g lebih ramah dan profesional. ☒ Menyampaikan nilai tambah properti secara singkat agar klien tertarik kembali. ☒ Menyesuaikan waktu follow-up berdasarkan pola respons klien (misalnya pagi atau malam hari). 30

☒ Mengalihkan fokus ke prospek klien lain bila tidak ada respon dalam jangka waktu tertentu, agar waktu kerja lebih efisien. 2. Solusi terhadap Perubahan Harga oleh Pemilik Properti Ketika terjadi perubahan harga mendadak dari pemilik properti: ☒ Saya membangun komunikasi yang lebih intensif dan melakukan konfirmasi tertulis melalui WhatsApp atau email. ☒ Setiap perubahan harga langsung saya update di sistem dan media promosi, agar tidak terjadi miskomunikasi. ☒ Menjelaskan secara transparan kepada klien bahwa perubahan harga adalah kewenangan pemilik, dan bukan dari pihak agen. 3. Solusi untuk Jadwal Survei Tidak Sesuai Rencana Untuk menghindari ketidaksesuaian jadwal survei: ☒ Saya melakukan konfirmasi dua kali, sehari sebelum dan beberapa jam sebelum kunjungan. ☒ Menyusun jadwal alternatif apabila salah satu pihak tidak dapat hadir. ☒ Menyiapkan unit properti cadangan di lokasi sekitar untuk tetap memaksimalkan waktu klien. 4. Solusi terhadap Persaingan Antar Agen Untuk menghadapi persaingan dalam memasarkan properti yang sama: ☒ Saya meningkatkan kualitas pelayanan personal, dengan respons cepat, penjelasan detail, dan sikap profesional. ☒ Menyusun materi promosi visual yang lebih menarik dan informatif (desain feed Instagram, video walkthrough, dll). ☒ Membangun relasi jangka panjang dengan klien, bukan sekadar mengejar transaksi. 5. Solusi untuk Kurangnya Pengetahuan Produk Baru Jika menghadapi produk properti baru yang belum dikuasai: ☒ Saya aktif mengikuti kegiatan product knowledge yang diadakan oleh developer dan kantor. ☒ Meminta materi promosi resmi dari pihak developer seperti price list, siteplan, dan brosur digital. ☒ Melakukan riset mandiri terhadap lokasi proyek dan keunggulan kompetitifnya agar lebih siap saat menjelaskan ke klien. 3.1 3.5 Pembelajaran yang Diperoleh Selama Kerja Profesi Selama menjalani kerja profesi di Century 21 AKN Group sebagai Marketing Agent, saya memperoleh berbagai pembelajaran yang sangat berharga, baik dalam

aspek akademis, teknis, profesional, maupun pengembangan pribadi. Pengalaman langsung di lingkungan kerja profesional membuka perspektif baru yang tidak sepenuhnya dapat diperoleh melalui pembelajaran teori di kampus. Melalui keterlibatan dalam aktivitas nyata dunia kerja, saya memahami bahwa ilmu dan keterampilan harus berjalan beriringan agar dapat berkontribusi secara optimal di lingkungan profesional.

1. Penerapan Ilmu Teori dalam Praktik Nyata Salah satu pembelajaran utama yang saya dapatkan adalah bagaimana mengaplikasikan teori manajemen, pemasaran, dan komunikasi bisnis ke dalam kegiatan harian di lapangan. Strategi pemasaran digital yang sebelumnya saya pelajari dalam teori, kini dapat saya terapkan secara langsung dalam membuat dan mempublikasikan konten promosi properti di media sosial dan portal listing online. Hal ini membantu saya melihat secara lebih jelas hubungan antara materi perkuliahan dan penerapannya dalam dunia kerja. Saya juga belajar pentingnya memahami kebutuhan pasar dan perilaku konsumen dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif.
2. Penguatan Keterampilan Komunikasi dan Negosiasi Sebagai seorang Marketing Agent, saya berperan langsung dalam menjalin komunikasi dengan calon pembeli atau penyewa properti. Proses ini melatih saya untuk menyampaikan informasi dengan jelas, sopan, dan persuasif. Selain itu, saya juga belajar cara menangani keberatan, membangun hubungan emosional dengan klien, serta menjaga etika komunikasi dalam proses negosiasi. Setiap interaksi menjadi momen belajar untuk menjadi komunikator yang lebih efektif dan profesional.
3. Adaptasi Terhadap Dunia Kerja yang Dinamis Dunia kerja memiliki ritme dan tantangan tersendiri yang jauh berbeda dengan suasana akademik. Saya belajar bagaimana beradaptasi dengan fleksibilitas waktu, memenuhi target mingguan, mengelola prioritas, dan tetap produktif di tengah tekanan. Pengalaman ini membentuk mentalitas kerja yang lebih tangguh, bertanggung jawab, serta mampu berpikir cepat dalam menyelesaikan masalah.
4. Pemanfaatan Teknologi dan Digital Marketing Dalam kegiatan kerja sehari-hari, saya banyak menggunakan teknologi digital untuk menunjang

pekerjaan, seperti membuat konten promosi menggunakan aplikasi desain, mengelola akun media sosial, serta menginput listing ke portal digital seperti Rumah123, OLX, dan Lamudi. Ini memperkaya pemahaman saya tentang pentingnya digitalisasi dalam pemasaran properti dan membuka peluang untuk terus mengembangkan diri dalam bidang digital marketing yang sangat dibutuhkan di era saat ini.

5. Pemahaman tentang Industri Properti secara Langsung Selama menjalani kerja profesi, saya mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang bagaimana industri properti bekerja, mulai dari proses listing, promosi, survei lapangan, hingga negosiasi dan transaksi. Saya juga belajar mengenai berbagai tipe properti, analisis harga pasar, legalitas dokumen, serta pentingnya relasi dan kepercayaan dalam membangun jaringan klien. Pembelajaran ini menambah wawasan saya terhadap dinamika sektor properti dan peluang-peluang karier di dalamnya.

6. Penguatan Soft Skills dan Etika Profesional Saya juga mengembangkan berbagai soft skills seperti manajemen waktu, kedisiplinan, kemampuan bekerja sama dalam tim, serta kemampuan mengambil inisiatif. Saya belajar pentingnya memiliki sikap profesional, menjaga kepercayaan klien, serta memegang teguh etika kerja dalam setiap tindakan. Budaya kerja di Century 21 AKN yang menjunjung tinggi integritas dan kerja sama tim juga memberikan pengaruh positif terhadap karakter saya sebagai individu.

### 33 BAB IV PENUTUP 4.1

Kesimpulan Pelaksanaan kerja profesi yang saya jalani di Century 21 AKN Group memberikan pengalaman yang sangat berharga dalam mengembangkan wawasan dan keterampilan di dunia kerja nyata, khususnya di bidang pemasaran properti. Dalam kurun waktu kerja profesi ini, saya tidak hanya mendapatkan pemahaman secara praktis mengenai bagaimana sistem kerja di perusahaan dijalankan, tetapi juga mengalami secara langsung bagaimana tantangan-tantangan di lapangan dapat dihadapi dengan pendekatan yang profesional, strategis, dan adaptif. Sebagai seorang Marketing Agent, saya menjalani berbagai aktivitas penting, mulai dari pencatatan listing properti, pembuatan konten pemasaran digital, komunikasi dengan klien, pendampingan survei lokasi, hingga proses negosiasi dan transaksi. Seluruh

proses tersebut tidak hanya menuntut kemampuan teknis, tetapi juga menguji kedisiplinan, kejelian, ketekunan, serta kemampuan interpersonal dalam berinteraksi dengan berbagai karakter klien dan tim kerja. Kerja profesi ini membuka pandangan saya bahwa dunia kerja jauh lebih kompleks daripada teori yang dipelajari di ruang kelas. Dinamika pasar properti yang cepat berubah, tantangan dalam mengelola ekspektasi klien, serta kebutuhan untuk terus mengikuti perkembangan teknologi menjadi realitas yang harus dihadapi oleh setiap pelaku di industri ini. Oleh karena itu, kerja profesi ini secara tidak langsung melatih saya untuk berpikir kritis, mengambil keputusan cepat, dan tetap menjaga profesionalisme di setiap situasi. Selain itu, saya juga merasakan pentingnya budaya kerja yang sehat dan lingkungan tim yang suportif dalam mendukung proses belajar. Di Century 21 AKN, saya dikelilingi oleh mentor dan rekan kerja yang berpengalaman, yang tidak segan membagikan ilmu dan memberikan bimbingan. Hal ini sangat membantu saya dalam mempercepat proses adaptasi dan pemahaman terhadap tugas-tugas yang diberikan. Kebiasaan 34 evaluasi mingguan yang diterapkan oleh perusahaan juga sangat membantu dalam membentuk pola pikir reflektif dan perbaikan diri secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, kerja profesi ini telah membentuk saya menjadi pribadi yang lebih siap untuk menghadapi dunia profesional setelah lulus. Saya merasa lebih percaya diri, lebih memahami arah karier yang ingin saya tekuni, dan lebih menghargai pentingnya kerja keras serta dedikasi dalam mencapai tujuan.

#### 4.2 Saran Berdasarkan pengalaman dan pembelajaran selama menjalani kerja profesi, saya ingin memberikan beberapa saran yang semoga dapat bermanfaat untuk pihak-pihak yang terkait, baik mahasiswa, perguruan tinggi, maupun perusahaan tempat pelaksanaan kerja profesi.

1. Bagi Mahasiswa: Mahasiswa sebagai peserta kerja profesi perlu memandang program ini bukan sekadar kewajiban akademik, melainkan sebagai kesempatan emas untuk memperoleh pengalaman kerja nyata yang tidak bisa diperoleh di ruang kuliah. Oleh karena itu, sangat penting bagi setiap mahasiswa untuk mempersiapkan diri secara menyeluruh sebelum memasuki dunia kerja,

baik dari sisi keterampilan teknis maupun mentalitas profesional. Pertama-tama, mahasiswa perlu memiliki inisiatif yang tinggi dan sikap proaktif selama menjalani kerja profesi. Dunia kerja tidak selalu memberi arahan secara eksplisit, sehingga mahasiswa harus aktif mencari tahu, bertanya, dan menawarkan diri untuk membantu berbagai aktivitas kantor. Bersikap menunggu atau pasif justru akan menghambat proses pembelajaran dan menurunkan nilai dari pengalaman kerja profesi itu sendiri. Selain itu, penting bagi mahasiswa untuk menjaga integritas, tanggung jawab, dan etika kerja selama menjalankan tugas di perusahaan. Dunia profesional menilai bukan hanya dari kemampuan, tetapi juga dari sikap, kedisiplinan, dan kejujuran dalam bekerja. Kehadiran mahasiswa sebagai perwakilan dari institusi pendidikan juga membawa nama baik almamater, sehingga penting untuk selalu menjaga perilaku yang mencerminkan nilai-nilai akademik yang luhur. 35 Mahasiswa juga sebaiknya memperluas jejaring profesional selama masa kerja profesi.

6 Membangun hubungan baik dengan rekan kerja, atasan, dan bahkan klien dapat membuka banyak peluang di masa depan. Tidak sedikit mahasiswa yang setelah kerja profesi akhirnya direkrut sebagai karyawan tetap, atau memperoleh rekomendasi pekerjaan di tempat lain. Terakhir, mahasiswa perlu menjadikan program kerja profesi ini sebagai momen refleksi diri. Dengan merasakan langsung atmosfer kerja, mahasiswa dapat mengevaluasi minat, bakat, dan kecocokan bidang studi yang sedang dijalani. Pengalaman di lapangan dapat menjadi dasar untuk menentukan arah karier di masa depan secara lebih realistis dan terukur. 2. Bagi Universitas: Program kerja profesi merupakan jembatan penting antara dunia akademik dan dunia industri. Oleh karena itu, pihak kampus diharapkan dapat terus mengembangkan sistem pembekalan sebelum kerja profesi, termasuk pelatihan dasar etika kerja, komunikasi profesional, dan pemanfaatan teknologi dalam dunia bisnis. Selain itu, monitoring dan evaluasi selama kerja profesi juga penting untuk memastikan mahasiswa mendapatkan pengalaman yang sesuai dengan tujuan pembelajaran yang ditetapkan oleh kurikulum. 3. Bagi Perusahaan (Century 21 AKN): Sebagai tempat pelaksanaan kerja profesi,



REPORT #27381249

Century 21 AKN telah memberikan lingkungan kerja yang sangat baik, suportif, dan mendorong mahasiswa untuk belajar secara aktif. Ke depan, alangkah baiknya jika perusahaan dapat mengembangkan program pelatihan atau mentoring terstruktur khusus untuk mahasiswa magang, sehingga alur pembelajaran lebih jelas dan terarah. Selain itu, pemberian tanggung jawab yang lebih beragam dan kesempatan untuk terlibat dalam proyek yang lebih kompleks akan sangat membantu mahasiswa untuk meningkatkan kompetensinya. Dengan berakhirnya program kerja profesi ini, saya menyadari bahwa pengalaman yang saya dapatkan bukan hanya memperkuat kesiapan saya secara profesional, tetapi juga membentuk karakter, etos kerja, dan rasa tanggung jawab yang lebih besar terhadap pekerjaan dan masa depan karier. 36 Saya bersyukur mendapat kesempatan untuk belajar langsung di lingkungan kerja yang profesional dan penuh tantangan. Semoga seluruh pembelajaran ini menjadi bekal yang kuat dalam mengarungi dunia kerja dan kehidupan setelah menyelesaikan pendidikan.



REPORT #27381249

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>0.31%</b> repository.uinjkt.ac.id <a href="https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/85043/1/NUR%20AN..">https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/85043/1/NUR%20AN..</a>	●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.24%</b> www.dewanstudio.com <a href="https://www.dewanstudio.com/digital-marketing-dalam-meningkatkan-bisnis-p..">https://www.dewanstudio.com/digital-marketing-dalam-meningkatkan-bisnis-p..</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.23%</b> ejournal.indo-intellectual.id <a href="https://ejournal.indo-intellectual.id/imeij/article/view/2273/1499">https://ejournal.indo-intellectual.id/imeij/article/view/2273/1499</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.22%</b> core.ac.uk <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/159371652.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/159371652.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.21%</b> repo.darmajaya.ac.id <a href="http://repo.darmajaya.ac.id/15225/3/BAB%201.pdf">http://repo.darmajaya.ac.id/15225/3/BAB%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.21%</b> www.liputan6.com <a href="https://www.liputan6.com/feeds/read/5971510/trik-negosiasi-yang-efektif-untu...">https://www.liputan6.com/feeds/read/5971510/trik-negosiasi-yang-efektif-untu...</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.21%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2555/4/2018101050%20-%20Kencana%20Rah...">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/2555/4/2018101050%20-%20Kencana%20Rah...</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.2%</b> dealls.com <a href="https://dealls.com/pengembangan-karir/apa-itu-pkl">https://dealls.com/pengembangan-karir/apa-itu-pkl</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.17%</b> www.academia.edu <a href="https://www.academia.edu/4242788/ANALISIS_KUALITAS_LAYANAN_BUS_KAMP..">https://www.academia.edu/4242788/ANALISIS_KUALITAS_LAYANAN_BUS_KAMP..</a>	●