

## **Panduan Menjadi Broker Property**

( di pdf kan dari kaskus.us dari penulis asli tanpa merubah apapun  
oleh <http://kusumajayaproperty.com/> )

### **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur saya panjatkan pada Tuhan karena diberi waktu dan kesempatan untuk menyelesaikan ebook ini. Tak lupa ucapan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah mengajarkan banyak hal dalam kehidupan ini. Untuk istriku tercinta Caroline dan anakku Nathan yang selalu mendampingi dan mensupport.

Kepada para pimpinan dan rekan-rekan di Era Tjandra Group yang telah sekian tahun menjadi rekan kerja dan sumber inspirasi. Tanpa terasa sudah lebih dari 10 tahun saya menekuni bidang ini. Banyak suka duka yang dirasa. Senang kala melihat rekan-rekan dapat mencapai prestasi dan menerima penghargaan setiap tahunnya. Sedih saat melihat banyak rekan yang ingin menekuni bisnis broker properti ini tetapi karena tidak ada pembinaan yang jelas dan keinginan kuat untuk maju maka putus asa dan keluar dari bisnis ini.

Oleh karena itu, dari beberapa waktu lalu timbul pemikiran untuk membuat sebuah buku yang setidaknya bisa dijadikan panduan awal bagaimana seharusnya menjadi broker properti itu. Apa saja yang seharusnya diperhatikan sehingga memiliki arah tujuan yang jelas dalam melakukan pekerjaannya.

Semoga buku ini dapat menjadi berkat bagi banyak orang dan jika ada kata-kata yang salah ataupun menyinggung, saya mohon maaf sebesar-besarnya. terima kasih.

Surabaya, 05 September 2012

Jimmy Wardono

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1. APA ITU BROKER PROPERTI?

### 1.1.1. Peran Broker Properti

Broker properti, suatu profesi yang saat ini sedang naik daun. Bahkan mungkin minimal ada 1 dari rekan anda adalah seorang broker properti. Mengapa? karena selain tanpa menuntut syarat suatu pendidikan akademis tertentu, tanpa modal yang besar, waktu yang fleksibel, seorang Broker properti bisa mendapatkan income yang menggiurkan dan relasi yang banyak.

Dari kata broker itu sendiri kita mengetahui bahwa seorang Broker properti adalah seorang perantara antara pemilik dan pembeli dalam transaksi sebuah property..

### 1.1.2. Jenis Broker Properti

Broker Properti sendiri terdiri dari 2 macam. Yaitu :

#### 1. Broker tradisional

Adalah broker properti yang tidak berada dalam naungan sebuah perusahaan properti. Mereka bergerak secara individu. Sehingga aktifitas yang dilakukan bergantung pada kemampuan pribadi dan jaringan yang dimilikinya.

Keunggulannya:

- Prosentase Komisi lebih besar

Karena tidak perlu dibagi lagi dengan perusahaan properti. Walau kebanyakan komisi yang diterima besarnya dibawah komisi standart yang telah ditetapkan pemerintah.

- Tidak terikat dengan peraturan sebuah perusahaan.

Karena tidak membawa bendera perusahaan, sehingga dapat mengatur prinsip kerjanya sendiri. Tidak ada sanksi dalam segala tindakannya.

Kelemahannya:

- Jaringan yang dimiliki terbatas

Faktor kepercayaan antar broker menentukan apakah dapat bekerja sama atau tidak. Jika tidak ada kerja sama maka ruang lingkup pemasaran propertinya semakin terbatas.

- Tingkat Resiko Pemasaran tinggi.

Karena bertindak secara individu dan tidak memiliki Brand yang kuat, maka properti    properti

yang dipasarkan cenderung tidak bersifat eksklusif maka tidak dapat mengikat kontrak pemasaran dengan klient.. Sehingga tidak dapat mengunci resiko yang berkaitan dengan biaya pemasaran.

- Biaya pemasaran juga di tanggung sendiri.

Jika properti sudah dipromosikan dan terjual dengan pihak lain maka biaya pemasaran yang telah dikeluarkan tidak mendapatkan ganti rugi dan semua ditanggung sendiri.

## 2. Broker properti bersertifikat

Adalah broker Properti yang berada dalam naungan sebuah perusahaan properti. Mereka bergerak secara team.

Keunggulannya:

- Jaringan luas

Untuk pemasaran propertinya mendapat dukungan dari jaringan yang telah dibentuk oleh perusahaan properti dan aliansinya.

- Tingkat Resiko Pemasaran rendah

Karena memiliki Brand dari sebuah perusahaan, semakin banyak kepercayaan yang didapat dari klient untuk mendapatkan eksklusif listing. Kerena bukan hanya broker yang bersangkutan yang memasarkan, tetapi juga perusahaannya.

- Biaya pemasaran di dukung perusahaan

Dengan ada kepastian perjanjian jasa pemasaran yang jelas, perusahaan berani mendukung pemasaran dari properti broker tersebut.

- Data base listing properti yang dipasarkan juga besar.

Karena selain data properti pribadi juga bisa memasarkan properti milik team.

Kelemahannya:

- Prosentase Komisi lebih kecil.

Karena dibagi dengan perusahaan

- Terikat dengan peraturan

Dalam menjalankan aktifitas profesinya, broker tersebut harus dapat mewakili perusahaannya. Beserta peraturan peraturan yang ada di dalamnya.

### **1.1.3. Peraturan Pemerintah**

Menteri Perdagangan R.I. Mari Elka Pangestu telah menerbitkan peraturan No. 33/M-DAG/PER/8/2008 tentang perusahaan perantara perdagangan properti. Ada banyak hal yang diatur dalam Permendag No 33 tahun 2008 tersebut. Antara lain yang paling penting adalah setiap perusahaan broker harus memiliki Surat Izin Usaha Perusahaan Perantara Perdagangan Properti (SIU-P4). Izin tersebut dikeluarkan oleh Direktur Bina Usaha Dan Pendaftaran Perusahaan Departemen Perdagangan. SIU-P4 dan setiap lima tahun SIU-P4 harus didaftar.

Untuk mendapatkannya, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi. Antara lain, memiliki paling sedikit 2 orang tenaga ahli sebagai pimpinan perusahaan dan seorang broker properti. Semua bentuk perusahaan bisa mengajukan SIU-P4, baik berbentuk PT, CV, koperasi, firma, ataupun perorangan. Jadi broker tradisional juga diakomodir dalam peraturan ini.

Dengan telah memegang SIU-P4, setiap perusahaan wajib menyampaikan laporan kegiatan perusahaan, seperti hasil penjualan tahunan, kepada Direktur Bina Usaha Dan Pendaftaran Perusahaan Departemen Perdagangan, setiap satu tahun sekali. (Sumber:www.wikipedia.org)

### **1.1.4. Komisi**

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 33/M-DAG/PER/8/2008 tentang Perusahaan Perantara Perdagangan Properti menetapkan besaran komisi untuk broker properti minimal 2 persen dari nilai transaksi. Dengan standar komisi yang digunakan adalah:

Untuk Transaksi jual beli:

- Nilai transaksi dibawah 1 Milyar adalah 3%.
- Nilai transaksi antara 1-3 Milyar adalah 2,5%
- Nilai transaksi diatas 3 Milyar adalah 2%

Untuk transaksi sewa menyewa :

- 5% dari nilai transaksi sewa.

### **1.1.5. Kendala Pihak Pemilik dan Pembeli**

Profesi Broker properti ini ada karena adanya kendala - kendala yg dimiliki baik oleh pihak pemilik ataupun oleh pihak pembeli dalam terjadinya proses jual - beli property.

Kendala - kendala yg dihadapi pemilik:

- Waktu

Kebanyakan pemilik property bukanlah pemain dalam bisnis property. Mereka memiliki usaha atau pekerjaan lain yang berada di luar bisnis ini. Sehingga mereka butuh meluangkan waktu lebih untuk memasarkan propertynya, Yaitu waktu untuk memasarkan dan waktu untuk mengantarkan calon pembeli. Bahkan waktu untuk merencanakan promosi property yang sedang dipasarkan.

#### - Pemasaran

Untuk mempercepat terjualnya suatu property saat ini tidak cukup hanya mengandalkan iklan di koran atau media promosi lainnya. Tetapi perlu suatu jaringan broker properti yang besar disertai data data pendukung yang up to date. Sehingga property dapat terjual dengan harga sebaik mungkin.

Kendala - kendala yg dihadapi pembeli:

#### - Waktu

Seperti kendala yang dimiliki pemilik, pembeli biasanya juga bukanlah orang yang berada di bisnis ini. Sehingga ia butuh meluangkan waktu untuk mencari property yang diinginkan..

#### - Informasi

Kurangnya informasi yang dimiliki oleh calon pembeli seperti harga pasaran tanah, rencana pengembangan kawasan, informasi harga property property yang sejenis sampai informasi promo kredit KPR dari bank bank yang ada dapat mengakibatkan calon pembeli tidak akan mendapatkan property yang terbaik.

Kendala kendala yang dihadapi kedua belah pihak:

#### - Negosiasi

Dalam prakteknya, transaksi jual beli property bukan sekedar transaksi jual beli biasa yang hanya melibatkan harga yg disepakati. Dalam dunia property, ada hal hal yang bisa dinegosiasikan untuk dijadikan suatu keuntungan tambahan baik bagi pemilik ataupun pembeli.

#### - Aspek Hukum

Dalam transaksi suatu obyek property, perlu diperhatikan aspek hukumnya. Seperti dokumen dokumen apa yang perlu disiapkan, biaya biaya apa saja yang timbul dan yang terutama, biaya biaya itu kewajiban pihak pemilik atau pihak pembeli.

Dari hal diatas dapat kita ketahui , betapa pentingnya peran seorang Broker properti dlm proses berhasilnya sebuah transaksi. Dan peluang yang kita dapatkan sebagai Broker properti. Jadi, mengapa kita tidak mencoba untuk lebih serius mendalami profesi ini?

## **1.2. BAGAIMANA CARANYA UNTUK MENJADI BROKER PROPERTI**

Ada gula ada semut. Jika melihat besarnya komisi yang dihasilkan maka pasti banyak yang tertarik dengan profesi ini. Tetapi dalam prosesnya, banyak yang putus asa di tengah jalan karena hasil yang didapat tidak semudah yang dilihat . Mengapa? Karena memang menjadi seorang

broker properti itu tidaklah semudah yang terlihat. Banyak tantangan tantangan yang harus dihadapi. Oleh karena itu perlu seorang Mentor yang telah berpengalaman untuk membantu seseorang memulai dan menjalani prosesnya. Kita perlu mempunyai komitmen dalam menjalaninya. Seorang Mentor yang berpengalaman akan mengetahui apa yang harus dilakukan.

### **1.2.1. Proses yang dilakukan seharusnya sederhana :**

1. Cari klien sebanyak mungkin.
2. Gali informasi pihak pihak yang mau menjual propertynya ataupun sedang mencari property
3. Kelola data yang ada dengan memasarkan property yang telah kita dapatkan dan mencarikan property yang sedang dicari.

Kelihatannya sederhana, bukan. Tetapi memang inilah inti pekerjaan dari seorang Broker properti. Hanya saja, dalam prosesnya banyak kendala kendala yang harus dihadapi. Dimana jika kendala kendala ini tidak segera dicari solusinya maka keadaan akan menjadi semakin sulit dan besar kemungkinan berhenti dari profesi ini.

### **1.2.2. Hal - hal yang perlu diperhatikan oleh seorang Broker Properti.**

#### **- Waktu**

Dengan adanya waktu yang tidak terikat, seharusnya kita bisa lebih berimprovisasi dalam bekerja. Kenyataannya, tidaklah demikian. Banyak waktu yang terbuang untuk urusan yang lain.

#### **- Komitment**

Banyak pihak yang merasa profesi sebagai broker properti dapat dijadikan side job. Mereka tidak salah. Memang bisa tetapi sangat jarang yang bisa bertahan lama atau tidak akan mencapai puncak. Dalam bisnis ini kita mesti memiliki komitment yang harus dilakukan setiap hari. Seperti seorang yang berlatih piano. Setiap hari melakukan beberapa hal yang sama secara berulang-ulang.

#### **- Fokus**

Berapa banyak waktu yang kita gunakan untuk memikirkan profesi ini setiap harinya. Mulai dari mencari klien, mengatur jadwal pertemuan, merencanakan pemasaran dan mencarikan klien property yang mereka butuhkan.

#### **- Pengembangan**

Sebagai Broker properti kita perlu kreatif dan selalu melakukan pengembangan dalam bisnis kita ini. Dalam bisnis ini, jangan sekali-kali menganggap kita adalah karyawan. Bukan...kita adalah pengusaha. Sehingga kita perlu memikirkan pengembangan bisnis kita..

#### **- Efisien dan efektif**

Selain memikirkan pengembangan, kita juga perlu untuk selalu memikirkan bagaimana pola kerja kita semakin hari menjadi semakin efisien dan efektif. Bagaimana mengatur budget pemasaran, waktu untuk bertemu dengan klien dan lainnya.

### **- Adaptasi**

Satu hal yang tetap sama adalah perubahan. Sebagai seorang Broker properti kita harus selalu beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan keadaan dan perubahan di sekeliling kita. Ikuti selalu perkembangan terkini dalam bisnis ini. Seperti peraturan pemerintah yang berkaitan dengan bisnis ini, perubahan pola pemasaran, perubahan perilaku konsumen dan lainnya.

## **1.3. PERALATAN YANG DIPERLUKAN**

Dalam memulai profesi baru kita ini, tidak diperlukan peralatan yang mahal mahal. Dengan peralatan peralatan yang sederhana saja bisa kita jalankan bisnis ini. Hal hal apa saja yang perlu kita siapkan untuk segera memulai bisnis ini?

### **1.3.1. Nomer Telepon**

Untuk hasil yang efektif, disarankan memiliki dua nomer ponsel yang mudah diingat oleh para klien. Satu nomer CDMA untuk komunikasi lokal dan satu nomer GSM untuk komunikasi saat di luar kota.

### **1.3.2. Kartu Nama**

Kartu nama sangat diperlukan untuk menjalin relasi dengan para klient baru kita. Juga dapat dimanfaatkan saat kita menyebarkan brosur promosi suatu property dalam suatu event. Ada 3 element penting dalam kartu nama yang perlu kita perhatikan agar calon klient bisa lebih mengenal kita secara profesional. Yaitu: logo agency, Nama Agency dan Foto wajah kita yang menarik dan memiliki kesan profesional.

### **1.3.3. Buku Alamat**

Buku alamat kita perlukan untuk menyimpan data dan informasi dari para klient maupun jaringan kita.

### **1.3.4. Buku Listing**

Buku yang memuat data dan informasi dari property property yang sedang kita pasarkan. Seperti dengan Map dan kertas Loose leaf agar data bisa kita klasifikasikan. Jika data sudah tidak valid bisa kita buang. Ingat, semakin bagus kita mengklasifikasikan data, semakin efisien kerja kita.

### **1.3.5. Buku Permintaan Klient**

Buku yang memuat data dan informasi dari permintaan para klient kita. Seperti buku listing, seperti dengan memakai Map dan kertas Loose leaf agar bisa kita klasifikasikan.

Apakah sudah siap semua peralatan anda? Mari kita mulai bekerja...

## **2. BAGAIMANA UNTUK MEMULAI**

### **2.1. Konsep berpikir yang benar**

Kendala yang saat ini paling sering membuat seseorang gagal atau tidak mencapai potensinya secara maksimal adalah karena orang yang bersangkutan menginginkan semua serba instant, serba cepat. Padahal kita semua tahu, semua orang sukses pasti memulai dengan langkah kecil bahkan tersandung berkali-kali baru kemudian mencapai kesuksesan. Seorang menjadi pemain piano yang hebat setelah melalui hari-hari latihan yang seakan monoton dan terlalu sederhana. Padahal, itu semua adalah dasar dari kesuksesan. Demikian dengan bisnis ini. Kita mesti sabar, melakukan sesuatu secara berulang sambil kita evaluasi kinerja kita.

### **2.2. Melakukan kontak**

Melakukan kontak. Ya, hal pertama yang dapat kita lakukan adalah mulai menyebarkan info bahwa kita saat ini bergerak di bisnis broker property. Semakin cepat kita menyebarkan info, semakin cepat pula kita akan mendapatkan umpan baliknya. Mulailah dengan lingkaran pengaruh yang paling dekat. Yaitu keluarga, keluarga besar, kerabat, sahabat, teman2 dan rekan2 relasi dan seterusnya. Dalam pembicaraan kita, jangan lupa kita tanyakan apakah ada property yang sedang mereka pasarkan / mereka cari.

### **2.3. Beberapa Kriteria Klient**

Setiap orang dapat menjadi klient kita. Bahkan sesama broker property dapat menjadi klient kita. Kita perlu mendata nama, alamat, nomer telpon, alamat email bahkan pin bb dan alamat websitenya jika perlu untuk dimasukkan ke Buku Alamat. Intinya adalah semakin lengkap data kita, semakin mudah kita mengolahnnya untuk dijadikan uang.

#### **- Pemilik property**

Pemilik Property adalah klient yang sedang memasarkan property miliknya sendiri atau milik orang yang di kuasakan padanya tetapi bukan sebagai broker property. Data atau informasi klient yang dihimpun dapat masuk buku alamat. Sedangkan data propertynya bisa dimasukkan dalam Buku Listing. Info penting yang harus kita himpun adalah: Alamat lengkap; Luas tanah ( ukuran panjang x lebarnya ); Luas bangunan, Bangunan berapa lantai; Terdapat berapa kamar tidur dan kamar mandi ( termasuk berapa kamar utama ); Jenis lantai; Hadap mana; jenis Sertifikatnya; Harga; dan yang tak kalah penting...Komisinya.



### **- Pencari property**

Pencari property adalah klient yang sedang mencari property. Sama dengan pemilik property, data atau informasi klient yang dihimpun dapat masuk buku alamat. Sedangkan data kriteria property yang dicari bisa dimasukkan dalam Buku Permintaan Klient. Semakin detail info yang kita himpun, semakin terarah properti yang dapat kita tawarkan.

### **- Broker Property**

Broker Property adalah klient yang memiliki profesi seperti kita. Data yang berhasil kita himpun dapat kita masukkan ke Buku Alamat untuk data diri, data property yang ia pasarkan bisa dimasukkan ke Buku Listing sedangkan data property yang ia cari bisa dimasukkan ke Buku Permintaan Klient. Seberapa besar jaringan Broker property yang dimiliki mempengaruhi seberapa cepat dan banyak kita mendapatkan unit transaksi.

### **- Mitra Kerja**

Mitra kerja adalah klient yang memiliki profesi bukan seperti kita, tetapi memiliki hubungan dengan profesi kita. Seperti Marketing Bank, Notaris, Developer dan lainnya.

Sekali lagi, semakin banyak data yang terhimpun khususnya untuk Buku Listing dan Buku Permintaan Klient, semakin besar peluang kita untuk bisa membukukan suatu transaksi. Bagaimana kita menggunakan ke empat kategori itu agar dapat menghasilkan? Mari kita bahas lebih dalam lagi...

## **2.2. Mengelola Buku Listing dan Buku Permintaan Klient**

Setelah kita berhasil menghimpun data data dan kita masukkan dalam Buku Listing dan Buku Permintaan Klient maka mari kita mulai bermain puzzle . Mari kita pelajari cara mainnya dan bisa kita lakukan berulang ulang.

### **2.2.1. Kelola Buku Permintaan klient.**

Dari data di Buku Permintaan Klient, kita ambil satu per satu permintaan para klient kita. Setelah itu coba kita cari di Buku Listing. Apakah ada yang sesuai dengan kriteria yang di cari. Jika sesuai, kontak dulu pemilik properti. Apakah property yang kita cari masih ada dan belum terjual. Apakah kondisi sama dengan data kita. Jika data sudah valid, kemudian kita dapat menghubungi klient kita yang sedang mencari property tersebut. Sampaikan data yang ada kecuali nama, nomer telepon pemilik dan alamat lengkap. Ingat, Nama, nomer telepon pemilik dan alamat lengkap tidak kita sampaikan agar kita tetap terlibat dalam proses ini. Jika calon pembeli minat dapat kita antar ke lokasi. Jika tidak, jangan berputus asa. Coba kita kontak jaringan broker kita. Mari kita buka Buku Alamat, sebarkan info kepada jaringan kita apa yang sedang dicari klient kita. Jika ada respon, tawarkan kembali ke calon pembeli kita.

Tips: Ingat, focus kita jangan terlalu besar urus permintaan klient karena permintaan klient dapat berubah ubah. Tetap catat permintaan klient tetapi fokus kita tetap harus lebih besar di data

listing dengan perbanyak listing kita.

### **2.2.2. Kelola Buku Listing.**

Menurut survei yang saya lakukan sendiri selama 2 tahun belakangan, jika data listing kita di atas 1000 property, seharusnya kita bisa transaksi hampir tiap hari sekali. Menarik sekali, bukan. Suatu hal yang patut kita capai. Untuk itu mari kita lanjutkan.

Jika kita belum berhasil mendapatkan permintaan klient kita dari data listing dan jaringan broker property maka kita bisa menggunakan jurus sambil menyelam minum air sebagai berikut. Kita cari dari media media yang ada seperti data dari iklan koran dan data dari internet. Sambil mengasah kecakapan kita mencari property melalui berbagai media, kita juga bisa menambah data base listing kita andaikata property yang kita dapat tetap tidak sesuai dengan permintaan klient kita. Sekali lagi, fokus di data listing. Karena target kita adalah 1000 property. Tidak ada yang mudah. Jika berhasil mendapatkan permintaan klient kita dan terjadi transaksi itu adalah bonus.

### **2.2.3. Perlakuan Special untuk Eksklusif Listing**

Dengan semakin banyaknya properti yang kita himpun, mari kita belajar untuk lebih dalam lagi mempelajari cara cara memasarkan property yang lebih profesional. Untuk itu kita perlu klient klient yang mau mempercayakan pemasaran propertynya pada kita secara eksklusif. Apa bedanya dengan pemasaran properti biasa? Dalam pemasaran property secara eksklusif kita ada kontrak kerjasama dalam memasarkan property yang di maksud dalam suatu periode tertentu. Biasanya dalam waktu 3 bulan. Jadi dalam jangka waktu 3 bulan itu, property yang di maksud terjual maka kita secara otomatis dapat komisi. Oleh karena itu, dalam memasarkan property jenis ini kita berani mengeluarkan dana pemasaran yang lebih besar dan dapat menggali lebih dalam lagi kreatifitas kita dalam menemukan pembeli yang tepat. Mari kita bahas pemasaran Eksklusif listing khusus dalam bab berikut.

#### **3.1. Mengapa harus eksklusif listing.**

Dalam memasarkan eksklusif listing, selalu ingat istilah *no pain no gain* . Dengan kata lain, jika kita mengetahui bahwa komisi yang akan kita terima sebesar 10 juta. Apakah kita tidak berani mengeluarkan dana 100 ribu sampai 500 ribu untuk mendapatkannya? Atau kita hanya menunggu peruntungan kita selama 3 bulan jika ada yang mau dengan property yang kita pasarkan? Jika kita hanya menunggu, kapan kita bisa sukses dan memiliki keahlian yang mumpuni? Oleh karena itu sekali lagi ingat *no pain no gain* . Mari kita perlakukan yang lebih untuk eksklusif listing kita agar tidak menjadi sia-sia kesempatan yang kita miliki.

#### **3.2. Pembuatan Spanduk / Flyer.**

Pembuatan Spanduk / Flyer dijual ataupun disewa yang berukuran cukup besar dengan warna yang mencolok dan menarik sehingga enak dipandang. Pasang spanduk / Flyer tersebut di property yang kita pasarkan dan di tempat tempat sekitar lokasi property yang sedang kita pasarkan. Cari tempat / lokasi yang paling strategis dalam menaruhnya sehingga mudah dilihat orang yang lalu lalang.

### **3.3. Iklan di Media**

Saat ini banyak iklan media massa yang dapat kita pakai untuk memasarkan property kita. Dari yang gratis-an sampai yang berbayar. Mari kita mulai dari bahas satu per satu

#### **3.3.1. Iklan di Jejaring Sosial**

Situs Jejaring sosial sudah mengubah pola komunikasi di dunia saat ini. Mengapa tidak kita gunakan? Apalagi kalau gratis. Dalam hal ini saya contohkan Facebook, twitter dan kaskus. Mari kita buat akun di situs situs ini dan mulai mempromosikan profesi kita. Buatlah akun yang bagus, baik, sopan dan ramah. Gunakan nama asli dan tunjukkan foto diri anda. Ikuti juga grup grup yang berkaitan dengan profesi kita. Juga milis milis property yang ada. Hanya saja kita juga perlu mengetahui peraturan peraturan yang ada di tiap situs agar akun kita tidak dianggap menyalahi aturan dan terblokir.

#### **3.3.2. Iklan di Toko toko online**

Saat ini banyak dijumpai toko toko online yang mengkhususkan diri berjualan properti seperti [url=http://www.SENSOR.com,]www.SENSOR.com,[/url] [url=http://www.rumahdanproperti.com,]www.rumahdanproperti.com,[/url] [www.tokobagus.com](http://www.tokobagus.com) ataupun toko toko online lainnya. Semakin banyak toko online yang kita ikuti, semakin besar kemungkinan property kita terjual. Hanya saja kita perlu menyeleksi toko toko online tersebut. Cari yang aktif dan memiliki pengunjung yang banyak setiap harinya. Jangan memasarkan di toko online yang tidak aktif karena nantinya hanya akan membuang waktu.

#### **3.3.3. Iklan di koran atau majalah**

Iklan di koran atau majalah memang membutuhkan biaya. Tetapi hasil yang didapatkan juga sering tidak mengecewakan. Oleh karena itu, ketahui koran atau majalah mana yang paling sesuai dengan target pasar property yang kita pasarkan.

### **3.4. Beli Klient data base**

Kita bisa mendapatkan data base klient baru dari rekan kita dari agen asuransi / bank / multi level marketing / marketing bidang otomotif. Data itu mungkin perlu kita beli tetapi bisa dikata salah satu cara tercepat untuk mendapatkan jumlah klien data base yang besar dalam waktu singkat. Mengapa tidak kita coba? Mungkin kita juga bisa jalin kerjasama kemitraan dengan mereka.

### **3.5. Manfaatkan SMS promosi**

Jika kita pandai pandai mengikuti promo masing masing provider komunikasi, tidak menutup kemungkinan kita bisa mendapatkan sms promosi dengan biaya yang seminimum mungkin.

### **3.6. Jasa Sebar Brosur**

Bagi yang mau lebih profesional, bisa mencoba membuat brosur pribadi atau gabungan dari beberapa rekan broker untuk menekan biaya percetakan. Lalu sebar brosur di jalan jalan utama atau dalam kompleks perumahan melalui jasa kurir.

Sekali lagi perlu diingat. **no pain no gain** .

## 4. CARA MENCAPAI PUNCAK PRESTASI

### 4.1. Kesuksesan adalah keinginan setiap orang.

Semua orang pasti menginginkan sukses di dalam bisnisnya. Tak terkecuali dalam bisnis broker property. Memulai memang lebih mudah daripada mempertahankan. apalagi menggapai kesuksesan. oleh karena itu mari dalam bab ini kita pelajari bagaimana cara untuk mencapai puncak prestasi kita dalam bisnis broker property ini.

### 4.2. Prinsip Pareto

Salah satu prinsip yang luar biasa dalam bisnis ini jika benar benar kita mengerti dapat menghasilkan dampak yang luar biasa. Prinsip ini bernama Prinsip Pareto atau hukum 80:20. Pada tahun 1906, seorang pengamat ekonomi dari italia bernama Pareto menemukan suatu kenyataan bahwa 80% ladang pertanian di Italia dimiliki oleh 20% dari populasi yang ada. Dalam penelitian selanjutnya dia menemukan suatu hal yang amat sangat luar biasa bahwa 80% dari hasil yang kita dapatkan diperoleh dari 20% yang kita kerjakan. Dalam bisnis kita, 20% waktu dan tindakan kita akan menghasilkan 80% dari hasil yang ingin kita capai. Oleh karena itu kita harus mencari hal hal apa yang dapat menghasilkan dampak paling besar dalam bisnis kita ini. Aktifitas apa saja yang perlu kita kembangkan.

### 4.3. Tiga aktifitas penting yang harus dikembangkan

Untuk mencapai puncak prestasi, kita perlu mengembangkan tiga aktifitas penting dalam bisnis ini. yaitu:

#### - **Prospekting.**

Satu hal yang terpenting dalam bisnis kita adalah memprospek pembeli dan penjual. Agar bisnis kita dapat berjalan lancar, kita harus mempunyai data listing dan daftar permintaan klien. Agar dapat menghasilkan banyak uang, kita harus mempunyai data listing maupun daftar permintaan klien yang banyak. oleh karena itu, setiap hari kita harus lakukan prospek penjual dan pembeli.

Dalam pasar property yang sedang berkembang banyak broker property akan kita jumpai di pasar. Ada broker property yang hanya menunggu order datang dan ada yang mengusahakan order itu datang lebih cepat dan lebih banyak. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara kita bisa mendapatkan prospek pembeli dan penjual sebanyak mungkin setiap harinya.

#### - **Listing.**

Hal penting lainnya dalam bisnis kita adalah data listing. Dengan kita perbanyak data listing kita, semakin banyak property yang dapat kita pasarkan. Perlu diingat adalah dengan memasarkan

property, maka kita akan mendapatkan prospek pembeli untuk memperbanyak daftar permintaan klien kita.

Mengapa dari awal saya tidak menyarankan untuk terlalu fokus pada memenuhi permintaan klien, walau itu juga penting? karena untuk mencari sebuah property yang cocok bagi seorang klien bisa membutuhkan waktu berhari-hari, berminggu bahkan lebih dari satu bulan. Saat kita sudah merasa menemukan yang cocok rupanya dia berubah pikiran kembali. Maka akan banyak waktu yang tersita dan terbuang sia-sia untuk hal yang satu ini.

### **- Pendelegasian**

Dengan fokus dalam prospekting dan listing, maka ada suatu saat dimana kita sudah tidak bisa lagi melakukan semuanya seorang diri. Untuk membuat waktu dan pekerjaan kita lebih efisien, tidak ada salahnya kita memperkerjakan asisten untuk membantu tugas-tugas kita dalam bidang administrasi, proses transaksi ataupun pemasaran. Sehingga banyak waktu yang dapat kita hemat untuk memikirkan hal-hal yang lebih penting.

## **5. PENUTUP**

### **5.1. Sekilas tentang penulis**

Jimmy Wardono adalah seorang Broker Property di Kota Surabaya yang berkarir sejak tahun 2000. Pengalaman selama lebih dari 10 tahun di bidang ini telah mengasah kemampuan untuk memasarkan aneka macam property seperti rumah, tanah, ruko, apartement, gudang dan aneka property lainnya termasuk management sewa property.

Setelah 12 tahun di berkarir Era Tjandra South, Jimmy Wardono sejak bulan November 2012 mengelola kantor di Harcourts Pratama - Citraland Surabaya meliputi:

- Perekrutan Marketing baru
- Pelatihan dan mentoring marketing
- Office Operational Management
- Management Pemasaran melalui berbagai macam media

Dalam aktifitas sehari-hari selain mengelola kantor Harcourts Pratama, Jimmy Wardono tetap melayani para klien dalam memasarkan atau mencari property yang diinginkan. Selain untuk terus mengasah kemampuan juga untuk mengikuti perkembangan terbaru yang ada di lapangan. Prinsip yang dipegang teguh adalah bekerja dan melayani dengan hati.

Dengan support dari staff management yang solid, tim marketing yang terus berkembang, jaringan ratusan broker se-surabaya, ratusan investor dan ribuan klien data base, Jimmy Wardono dari waktu ke waktu terus meraih kemajuan dalam prestasi pribadi maupun kantor.

Per tanggal 31 Desember 2013, Jimmy wardono mengundurkan diri dari jabatan Office Manager Harcourts Pratama Gwalk Citraland Surabaya. Dan pada tanggal 7 Januari 2014 secara resmi mendirikan Perusahaan sendiri, PT Pillar Nusa Propertindo dan menciptakan Pillar System yang

berkantor pusat di gedung Graha Pena Surabaya

Biidang Usaha yang dikerjakan:

1. Jasa Jual - Beli - Sewa Property.
2. Jasa Management Property ( Meliputi Real Estate Management Perumahan, gedung dan Apartement )
3. Jasa Konsultasi Bisnis
4. Jasa Kerjasama pembukaan Kantor Agency Property dengan Pillar System

Semua aktifitas harian dan property2 apa saja yang sedang dipasarkan oleh Jimmy Wardono dapat dilihat di:

[www.jimmywardono.blogspot.com](http://www.jimmywardono.blogspot.com)

## **5.2. Media Komunikasi**

My Contact:

Jimmy Wardono

Pillar Property

PT.Pillar Nusa Propertindo

Phone: 031.7099.3649 / 081.2353.2653

Pin BB: 29de64b3

Whatsapp: 08123532653

Email: [jimmy.wardono2009@gmail.com](mailto:jimmy.wardono2009@gmail.com)

MyBlog: [www.jimmywardono.blogspot.com](http://www.jimmywardono.blogspot.com)

Personal Facebook Page: <https://www.facebook.com/JimmyWardonoProperty>

My Company Facebook Page: <https://www.facebook.com/PillarnusaPropertindo>

## **5.3. Salam Penutup**

Akhir kata, saya ucapkan selamat berkarya dan sampai bertemu di puncak kesuksesan. Jika ada kata kata yang salah atau menyinggung perasaan saya mohon maaf sebesar besarnya. Semoga materi ini dapat menjadi berkat bagi banyak orang dan dapat menjadi pedoman bagi semua orang yang ingin mengenal, belajar dan menekuni bisnis broker properti ini. Terima kasih.

Property “Hot deal” Sidoarjo Telp/SMS. 085655201386 WA. 081553769038 PIN BB. 322DB4D8