



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing PT. ASDM

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Pradya Puruhitasari

2016320196

Bandung

2020



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Strategi Bersaing PT. ASDM

Skripsi

Oleh

Pradya Puruhitasari

2016320196

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Pradya Puruhitasari
Nomor Pokok : 2016320196
Judul : Analisis Strategi Bersaing PT. ASDM

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 7 Agustus 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

[Handwritten signature]

Sekretaris

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M

[Handwritten signature]

Anggota

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil.

[Handwritten signature]

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

[Handwritten signature]

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 22 Juli 2020



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	4
DAFTAR GAMBAR	7
DAFTAR TABEL	8
ABSTRAK	9
ABSTRACT	10
KATA PENGANTAR	11
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
Gambar 1.1 Target Pertumbuhan Ekonomi Indonesia	13
1.2 Identifikasi Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.3.1. Tujuan Penelitian	18
1.3.2 Kegunaan Penelitian	18
1.4 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
BAB II KERANGKA TEORITIS	21
2.1 STRATEGI	21
2.1.1 Definisi Strategi	21
2.1.2 Komponen Strategi	22
2.1.3 Tingkatan Strategi	22
2.2 STRATEGI BERSAING	23
2.2.1 Pengertian Strategi Bersaing	23
2.2.2. Tujuan Strategi Bersaing	24
2.3 STRATEGI GENERIK	25
2.3.1 Strategi Generik Michael Porter	25
2.4 Strategi Generik Modifikasi	27
2.4.1 Low Cost Provider Strategy.....	27
2.4.2 Board Differentiation Strategy.....	27
2.4.3 Focused Low Cost Strategy	27
2.4.4 Focused Differentiation Strategy	28
2.4.5 Best Cost Provider	28
2.5 MANAJEMEN STRATEGI	28

2.5.1	Tingkatan Manajemen Strategi	29
2.5.2	Analisis Internal dan Eksternal	30
2.6	EFEKTIVITAS	38
2.6.1	Pengertian Efektivitas	38
2.6.2	Indikator Efektivitas	39
2.7	PENELITIAN TERDAHULU	41
Table 2.1	Penelitian Terdahulu	41
BAB III	METODE PENELITIAN	44
3.1	JENIS PENELITIAN	44
3.2	METODE PENELITIAN	44
3.1	PROTOKOL STUDI	45
Table 3.1	Protokol Studi	45
3.4	TEKNIK PENGUMPULAN DATA	47
3.4.1	Teknik Wawancara	47
3.4.2	Studi Dokumen	48
3.5	SUMBER DATA	49
3.6	TEKNIK ANALISIS DATA	49
3.7	MODEL PENELITIAN	51
Gambar 3.1	Model Penelitian	51
BAB IV	OBJEK PENELITIAN	53
4.1	PROFIL PERUSAHAAN	53
Gambar 4.1	Logo PT. ASDM	53
4.2	SEJARAH PERUSAHAAN	53
4.2.1	Visi dan Misi	54
4.3	TARGET MARKET	55
4.4	TUJUAN PERUSAHAAN	56
4.5	PROSES BISNIS UMUM	56
4.3.1	Perolehan Barang Baku	56
4.3.2	Pelayanan dan alur pembelian	57
4.3.3	Promosi	58
Gambar 4.2	Profil Instagram Kediri Family Residence	59
Gambar 4.3	Profil Website PT. ASDM	59
Gambar 4.4	Profil Facebook	60
4.3.4	Pelayanan Komplain Konsumen	60
4.6	STRUKTUR ORGANISASI	61
Gambar 4.5	Struktur Organisasi PT. ASDM	61

4.6	PRODUK YANG DITAWARKAN OLEH PT. ASDM	65
	Gambar 4.6 Produk Rumah - Tipe Acasia 45/91	65
	Gambar 4.7 Produk Rumah - Tipe Alyssum 4	66
	Gambar 4.8 Produk Rumah - Tipe Almond 52/112,5	66
	Gambar 4.9 Produk Rumah - Tipe Aster 110/104	66
	Gambar 4.10 Produk Rumah - Tipe Amarilis 62/120	66
	Gambar 4.11 Produk Rumah - Acasia Hook 45/117	67
	Gambar 4.12 Produk Rumah - Tipe Acasia Mezaninne 90/91	67
	Gambar 4.13 Produk Rumah - Tipe Acasia Mezaninne S 110/156	67
BAB V	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	68
5.1	STRATEGI BERSAING PT. ASDM SELAMA INI	68
	Table 5.1 Perbedaan PT. ASDM dengan para pesaing	69
5.2	EFEKTIVITAS STRATEGI PT. ASDM	70
5.2.1	Target Pasar	71
	Gambar 5.1 Data Pengunjung PT. ASDM tahun 2016-2019	71
	Gambar 5.2 Penjualan Unit Rumah Amarilis dan Aster dari tahun 2016-2019	72
5.2.1	Tujuan Perusahaan	73
5.3	ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL PERUSAHAAN	74
5.3.1	Analisis PESTEL	74
5.3.2	Porter's Five Forces	77
5.4	ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL PERUSAHAAN	80
5.4.1	Aspek Operasional	80
5.4.2	Aspek Pemasaran	81
5.4.3	Aspek Keuangan	82
5.4.4	Aspek Sumber Daya Manusia	83
5.5	ANALISIS SWOT	85
5.5.1	Kekuatan (<i>Strength</i>)	85
5.5.2	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	86
5.5.3	Peluang (<i>Opportunity</i>)	87
5.5.4	Ancaman (<i>Threat</i>)	87
5.5.5	Matriks SWOT	88
	Table 5.2 Hasil Matriks SWOT	88
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	91
6.1	Kesimpulan	91
6.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Target Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.....	13
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3.1 Model Penelitian.....	51
Gambar 4.2 Profil Instagram Kediri Family Residence.....	59
Gambar 4.3 Profil Website PT. ASDM.....	59
Gambar 4.4 Profil Facebook.....	60
Gambar 4.5 Struktur Organisasi PT. ASDM.....	61
Gambar 4.6 Produk Rumah - Tipe Acasia 45/91.....	65
Gambar 4.7 Produk Rumah - Tipe Alyssum 4.....	66
Gambar 4.8 Produk Rumah - Tipe Almond 52/112,5.....	66
Gambar 4.9 Produk Rumah - Tipe Aster 110/104.....	66
Gambar 4.10 Produk Rumah - Tipe Amarilis 62/120.....	66
Gambar 4.11 Produk Rumah - Acasia Hook 45/117.....	67
Gambar 4.12 Produk Rumah - Tipe Acasia Mezaninne 90/91.....	67
Gambar 4.13 Produk Rumah - Tipe Acasia Mezaninne S 110/156.....	67
Gambar 5.1 Data Pengunjung PT. ASDM tahun 2016-2019.....	71
Gambar 5.2 Penjualan Unit Rumah Amarilis dan Aster dari tahun 2016-2019.....	72

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	41
Table 3.1 Protokol Studi	45
Table 5.1 Perbedaan PT. ASDM dengan para pesaing	69
Table 5.2 Hasil Matriks SWOT.....	88

ABSTRAK

Nama : Pradya Puruhitasari
NPM : 2016320196
Judul : Analisis Strategi Bersaing PT. ASDM

Seiring berjalannya waktu dan perubahan akan kebutuhan masyarakat membuat sebuah industry terus mempelajari akan hal tersebut. Salah satu industry yang mengalaminya yaitu industry property. Dengan cara memberikan berbagai fasilitas yang berbeda akan menarik para konsumen untuk memenuhi konsumsi primer. Tidak hanya itu saja, para pengusaha tentunya memilih provinsi yang masih minim pesaing agar dapat lebih mudah membuat bisnisnya lebih berkembang serta kondisi infrastruktur dari provinsi tersebut apakah sudah dikatakan memadai untuk membangun bisnis property di sub sector perumahan juga menjadi salah satu hal penting yang harus di pertimbangkan oleh para pengusaha. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ini adalah PT. Agung Sari Dewi Mandiri (ASDM). Perusahaan memiliki ciri khas yang membuat berbeda dibanding pesaingnya.

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus, yang dimana berfokus untuk melakukan analisis proses bisnis yang dilakukan oleh PT. ASDM serta melihat bagaimana PT.ASDM melakukan strateginya untuk menghadapi pesaing. Penelitian ini juga menganalisis bagaimana perusahaan dapat mencapai target pasar dan tujuan perusahaan yang sudah ditentukan serta merancang strategi masa depan untuk di aplikasikan dalam perusahaan. Dalam menganalisa data menggunakan analisis lingkungan internal perusahaan yaitu fungsi bisnis yang terdiri dari operasional, sumber daya manusia, keuangan dan pemasaran. Selain itu digunakan analisis lingkungan eksternal berupa analisis PESTLE dan analisis Porter's 5 Forces yang kemudian dipadukan untuk bisa merumuskan kekuaran, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PT. ASDM menggunakan strategi differensiasi dalam menjalankan bisnisnya. PT. ASDM mengutamakan memberikan fasilitas yang berbeda dan lebih banyak dibanding para pesaing di industry sejenis. Selain itu strategi differensiasi yang digunakan perusahaan bisa dikatakan efektif, hal ini ditunjukkan dengan tercapainya target pasar dan tujuan perusahaan. Kemudian untuk mempersiapkan persaingan yang semakin ketat, strategi yang direkomendasikan adalah *Broad Differentiation Strategy*.

Kata kunci: strategi, diferensiasi, efektivitas

ABSTRACT

Name : Pradya Puruhitasari
NPM : 2016320196
Title : Analysis of Competitive Strategy on PT. ASDM

As time goes by and changing the needs of people makes an industry continues to learn about it. One of the industries that experienced are the property industries. By providing a variety of different facilities will attract consumers to meet the primary consumptions. Not only for that, the enterpreneus choose a province that has a minimal competitors to be more easily makes the business more developed and the province infrastructure condition wheter it said suffice to build a property business in the housing sub-sector. Also become one of the important things to be considered by the enterpreneurs. One of the companies engaged in this field is PT. Agung Sari Dewi Mandiri (ASDM). The company has a distinctive characteristic that makes it different than their competitors.

This research is qualitative descriptive by using a case study research method, which focuses on conducting a business process analysis conducted by PT.ASDM and see how PT. ASDM does its strategy to face competitors. This research also includes how companies can achieve their target market and company objectives as well as designing future strategies to be applied in the company. In analyzing data using the company's internal environmental analysis is business function consisting of operational, human resources, finance and marketing. In addition, the analysis of the external environment in the form of PESTLE analysis and Porter's 5 Forces analysis is then combined to formulate advantages, disadvantages, opportunities, and threats (SWOT).

The results of this study show that PT. ASDM uses differentiation strategy in running the business. PT. ASDM prioritizes providing different and more facilities than the competitors. In addition, the differentiation strategy used by the company can be said effectively. This is demonstrated by the achievement of the target market and corporate objectives. Then to strengthen the tougher competition, the recommended strategy is the broad differentiation strategy.

Keywords: strategy, differentiation, effectivity

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas semua berkat dan rahmat yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapat gelar Sarjana dalam Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan. Judul dari skripsi ini adalah “Analisis Strategi Bersaing PT.ASDM”. Penyusunan skripsi ini telah dibantu oleh banyaknya bimbingan, bantuan, serta semangat dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti dengan segenap hati mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing peneliti yang jauh dari kata baik ini. Terima kasih atas segala kesabaran, waktu, tenaga, serta ilmu yang diberikan selama membimbing peneliti menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan
4. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu melalui pengajarannya kepada peneliti sehingga peneliti mendapatkan ilmu dan pengetahuan selama perkuliahan ini.
5. Kepada Papa, Mama, Adek, Dekya yang tidak pernah berhenti memberikan semangat berupa doa, cinta, kasih sayang dan selalu berusaha memenuhi kebutuhan baik kebutuhan finansial maupun non finansial penulis selama proses kuliah.
6. Untuk support system sekaligus pacar dan temen berantemku, Naufal Rayhan yang selalu menemani hampir dua tahun dan melihat dari proses awal pembuatan skripsi hingga sekarang. Terimakasih untuk dukungan semangat, cinta, kesabaran, sudah mau menemani mengerjakan skripsi sampai detik ini.
7. Kepada Aditya Laras sahabat penulis sedari SMA sampai ke tanah Bandung yang sama sama berjuang sebagai anak rantau. Sampai kata terimakasih tidak akan pernah cukup untuk kepada manusia satu ini.

8. Sahabat dari awal perkuliahan, Nicky Putri dan Nabila Ulfah. Dua manusia yang selalu membuat dunia perkuliahan menjadi bewarna, terimakasih sudah memberikan telinga untuk mendengarkan, pundak untuk bersandar untuk penulis selama proses perkuliahan.
9. Pejuang Adbis dan Yuliana Keke. Teruntuk Lorencius Kurniadi, Alizar Rasyid, Fandi Alfathan, Kharis Nazara, Albert Panggian, Yofan Geraldi, Syafri Herdiansyah, dan Rizky Iman Akbar yang selalu menjadi sumber mesin ketawa berjalan, temen nongkrong dan jalan-jalan kalo lagi gabut.
10. Dinasti Macan. Maria Adeodata, Karenina Bella, Shafa Hanindita, Vita Priscillia dan Nadya Veronica.
11. Teman teman seperjuangan bimbingan bu Orpha, yang selalu ngasih semangat dan saling bantu sama lain. Khususnya Bayu Wicaksono yang selalu membantu penulis sedari awal penulisan skripsi hingga akhir.
12. Terimakasih kepada teman teman SMA penulis yang selalu memberikan semangat, Davy Marchel, Lulu Nursilah, Rizka Novia, Ahmad Zulfikar, Muflih Fakrie Muhammad, Rendyko Martin, Dyah Amelia, Tyas Mantari, Dewinta Agriani dan pihak pihak lain yang tidak bisa disebutkan semua.
13. Partner Starbucks SC1N. Kak Dinda, Kak Rizky, Mamih, Iqbal, Adi, Kak Baba, Bu Tiwi, Kak Mira yang selalu menjadi penghilang stress di tempat kerja.
14. Dan terimakasih kepada pihak pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu disini.

Bandung, 22 Juli 2020

Penulis

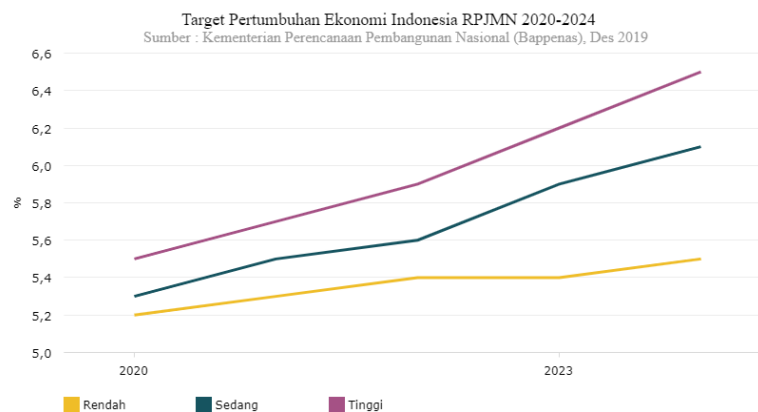
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemulihan perekonomian global sebagaimana terjadinya perundingan AS dengan China dapat mendorong perbaikan pertumbuhan nasional. Pemerintah menargetkan Indonesia akan menjadi negara dengan penghasilan tinggi (*high income*) pada 2045. Untuk mencapai target tersebut, Menurut Budi (2020) Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Bappenas dalam ringkasan rancangan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 menargetkan pertumbuhan ekonomi rata-rata sebesar 5,4% (target rendah) hingga 6,0% (target tinggi).

Gambar 1.1 Target Pertumbuhan Ekonomi Indonesia



Sumber: Kementrian Bappenas

Data dari Bappenas tersebut juga memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan industry property di Indonesia tahun 2020 dan di dukung berdasar data Real Estate Indonesia (REI), penetrasi pengembang global makin intens dalam tiga tahun terakhir, dengan total nilai investasi hingga Rp105 triliun. Dengan data tersebut sudah sangat terlihat bahwa pengusaha di bidang property sudah mulai banyak di lirik. Terlebih di bidang sub sector perumahan, karena

di yakini kebutuhan akan rumah akan terus menerus di cari baik oleh masyarakat kota kecil maupun kota besar. Dengan memberikan berbagai fasilitas yang berbeda akan menarik para konsumen untuk memenuhi konsumsi primer. Tidak hanya itu saja, para pengusaha tentunya memilih provinsi yang masih minim pesaing agar dapat lebih mudah membuat bisnisnya lebih berkembang serta kondisi infrastruktur dari provinsi tersebut apakah sudah dikatakan memadai untuk membangun bisnis property di sub sector perumahan juga menjadi salah satu hal penting yang harus di pertimbangkan oleh para pengusaha.

Menurut NataProperty (2018) Tahun 2018 dinilai sebagai fase tren membaiknya bisnis properti di Indonesia. Minat pasar mulai bergairah disusul oleh penjualan unit-unit properti baru dan persaingan antar proyek properti yang makin meningkat. Tingginya permintaan pasar terhadap produk properti yang didukung stabilnya perekonomian membuat Indonesia menjadi incaran para investor properti. Terlebih oleh makin maraknya proyek properti berbasis Transit Oriented Development (TOD). Para pengamat di bidang property juga melihat bahwa orientasi para developer mengarah pada pembangunan yang mudah dijangkau oleh pasar dari generasi milenian. Terlebih segmen ini berpotensi untuk terus tumbuh sampai 10 tahun mendatang. Untuk kemampuan yang dinilai dapat dijangkau merupakan property yang berkisar mulai dari Rp. 500 juta – Rp. 1 Milliar.

Menurut data dari Perencanaan Jasa dan Kawasan Badan Koodinasi Penanaman Modal (BPKM), realisasi investasi sector perumahan, perkantoran dan Kawasan industry mencapai 29%. Dan 99% di dominasi oleh real estate milik pribadi atau disewakan. Hingga nilai investasi perumahan mencapai Rp. 43,4 triliun. 70% berasal dari Penanaman Modal Asing (PMA)

Keberhasilan setiap provinsi tidak mungkin berhasil apabila tidak di dukung dengan pembangunan infrastruktur yang memadai. Salah satu contoh yaitu provinsi Jawa Timur, untuk memenuhi infrastruktur yang baik melakukan beberapa strategi, yaitu:

1. Pembangunan infrastruktur fisik, energi dan transportasi yang termasuk ke dalam hard infrastructure yang bertujuan untuk peningkatan konektivitas darat, laut dan udara untuk memperlancar arus distribusi logistic dan mendukung sentra produksi agropolitan dan Kawasan industri
2. Pembangunan infrastruktur di bagian kesehatan dan Pendidikan yang termasuk dalam soft infrastructure yang bertujuan untuk memenuhi standar kelayakan hidup masyarakat provinsi Jawa Timur.
3. Pengelolaan sumber daya alam maupun manusia secara baik.

Dengan terpenuhinya strategi pembangunan infrastruktur di Provinsi Jawa Timur akan tercipta pemerataan kesejahteraan masyarakat, pengurangan ketimpangan social, peningkatan konektivitas, kelancaran distribusi logistic serta perwujudan ketahanan pangan dan peningkatan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Menurut Wijayanto (2020) data Kepala Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur, Hadi Sulistyو mengatakan, di tahun 2019, lahan pertanian seluas 9.597 hektare beralih fungsi menjadi area pergudangan, kawasan industri atau pabrik dan juga untuk bisnis properti.

Kota Kediri, Jawa Timur, merupakan salah satu kota kecil yang berada di Kabupaten Kediri, Provinsi Jawa Timur yang terus berkembang dan maju. Wilayah Kota Kediri dapat diyakini cukup potensial untuk pengembangan sebagai sumber daerah. Seiring dengan bertumbuhnya Kota Kediri, membuat para pengusaha mencari peluang untuk berlomba lomba berinvestasi di kota kecil ini. Hal ini di dukung berdasarkan data dari Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu (BPMPTSP) bahwa bidang usaha properti menyumbang paling besar realisasi investasi kuartal I/2016 di Kabupaten Kediri, yakni 30,2% terhadap total nilai penanaman modal. Dan dari realisasi investasi fasilitas (tidak mencakup

UMKM) senilai Rp94,8 miliar, sektor properti berkontribusi Rp28,6 miliar yang diperoleh Bisnis. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Kediri telah tercapai dengan memuaskan. Indeks reformasi birokrasi mencapai 76,69; indeks kepuasan masyarakat 3,25 (kategori baik); indeks kota layak huni 63,975; dan indeks pembangunan manusia 77,58 (kategori tinggi). Tingkat kemajuan ini lah yang memacu setiap pengusaha property untuk memiliki strategi bersaing yang tepat dalam meningkatkan usahanya. Dalam hasil wawancara bulan January 2020, salah satu pemain penting dalam industry property Kota Kediri adalah PT. ASDM

PT Agung Saridewi Mandiri adalah salah satu contoh perusahaan yang bergerak di bidang developer dan general contractor yang terletak di Jl. Bringin Raya Sobo 98, Nambaan, Ngasem, Kota Kediri, Jawa Timur. Perusahaan ini di dirikan pada tahun 2014. Nama perusahaan ini berasal dari nama ketiga saudara kakak beradik yang kemudian dijadikan satu menjadi Agung Sari Dewi Mandiri. Ketiga pendiri PT. ASDM ini bermaksud untuk mengubah pandangan masyarakat tentang hunian modern tidak hanya bisa di dapatkan di kota besar seperti Jakarta. Dimulai dari pengetahuan di bidang kontraktor dari direktur perusahaan dan memiliki lahan warisan, PT. ASDM akhirnya memulai usahanya dengan membangun konsep produk berupa perumahan dengan suasana modern. Semakin berjalannya waktu, para pendiri PT. ASDM akhirnya memberanikan diri untuk bisa langsung membangun 3 hunian modern di kota kecil yang dapat dijangkau oleh para pelanggannya. Dan pada akhir tahun 2014, berdirilah Kediri Family Residence yang diperuntukan untuk para pelanggan agar bisa merasakan perumahan dengan suasana modern tanpa harus pergi ke kota besar. Saat ini PT. ASDM sedang mengembangkan unit bisnisnya tidak hanya di Kota Kediri, Jawa Timur melainkan juga di Kota Pare, Jawa Timur.

Meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi dibanding pesaing, tetapi PT. ASDM juga sudah dikenal dengan memberikan inovasi berupa thematic playground, penggunaan

surya panel pada setiap rumah yang dibangun, one gate system, dan penyediaan jalanan utama dengan metode paving stone dengan saluran air yang tertutup. Fasilitas modern yang diberikan kepada para konsumen ini sesuai dengan salah satu misi perusahaan yaitu memfasilitasi penghuni dengan berbagai fasilitas penunjang di dalam kompleks perumahan. Misi ini dapat tetap di pertahankan hingga saat ini sehingga PT. ASDM dapat bertahan selama 6 tahun.

Tidak hanya berdasarkan misi yang kuat, perusahaan harus menggunakan strategi bersaing yang tepat untuk tetap bertahan dalam menghadapi persaingan antar industry sejenis. Karena seiring perkembangan zaman perubahan lingkungan akan terus terjadi dan tidak mungkin untuk di hindari dan persaingan akan semakin ketat. Dengan adanya kondisi ini lah penulis tertarik untuk membahas sejauh mana strategi yang digunakan oleh salah satu unit bisnis PT. ASDM dalam menghadapi persaingan, apakah perusahaan sudah melakukan strategi secara efektif atau tidak. Tentunya dengan hal ini bertujuan untuk PT. ASDM bersaing dengan unggul diantara para pesaingnya.

1.2 Identifikasi Masalah

PT. ASDM adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang property dan menyungung tema modern. Saat ini, banyak bermunculan perusahaan perusahaan sejenis yang menjadi competitor PT. ASDM. Hal ini menyebabkan persaingan antar industry sejenis di Kota Kediri menjadi ketat. Oleh karena itu, dibutuhkan stategi yang tepat untuk bisa bersaing dengan perusahaan lainnya. Strategi tersebut dibutuhkan agar PT. ASDM bisa memiliki nilai tambah yang lebih dibandingkan dengan para pesaing. Walaupun banyaknya pesaing yang muncul, PT.ASDM tetap diminati oleh para konsumennya karena PT. ASDM memiliki aspek pembeda dengan perusahaan lain. Berdasarkan latarbelakang yang telah penulis utarakan sebelumnya, maka penulis merumuskan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Apa strategi yang digunakan oleh PT. Agung Sari Dewi Mandiri selama ini?
2. Bagaimana efektifitas strategi yang sudah digunakan perusahaan?
3. Apa rancangan strategi yang dapat PT. ASDM terapkan yang masa yang akan datang?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi apa yang sudah digunakan oleh PT. ASDM selama ini.
2. Untuk mengetahui efektifitas dari strategi yang sudah digunakan oleh PT. ASDM
3. Untuk menentukan dan memberikan saran berupa strategi bersaing yang terbaik yang harus dilakukan oleh perusahaan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sebelumnya sudah di paparkan, penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat, sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan, pengetahuan baik secara praktik maupun teoritis mengenai bagaimana menjalankan dan mengembangkan suatu bisnis, khususnya dengan penggunaan strategi yang tepat. Serta dapat menambah ilmu terhadap strategi bersaing.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan pada hasil akhir dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi PT. ASDM agar menjadi perusahaan yang dapat lebih unggul dibanding dengan para kompetitor nya

3. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan untuk lebih mengetahui bagaimana perusahaan dapat menjalankan bisnisnya dengan menggunakan strategi

berisaing yang efektif serta penelitian ini dapat membantu sebagai referensi yang dapat digunakan sebagai bahan pemahaman konsep perencanaan strategi bersaing perusahaan

1.4 Kerangka Pemikiran

Dalam mengevaluasi strategi apa yang digunakan oleh PT. ASDM, tentunya penulis harus menganalisis terlebih dahulu tentang strategi yang dijalankan perusahaan hingga saat ini. Karena dengan begitu, dapat memastikan strategi yang di gunakan perusahaan apakah sudah menunjukkan efektifitasnya. Penulis menganalisa melalui analisis lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Baik dari sisi operasional perusahaan, pemasaran dan keuangannya. Dan dari segi eksternal perusahaan bisa menggunakan analisis PESTLE (politik, ekonomi, social, teknologi, legal, ekologi) serta penggunaan teori Porter's five forces yang dapat dilihat dari segi ancaman pendatang baru, persaingan sesama industry, potensi pengembangan produk dari segi substitusi dan kekuatan tawar menawar pemasok dan pembeli. Analisa SWOT juga dapat digunakan untuk mengetahui strength, weakness, opportunities dan threat PT.ASDM.

Dari semua teori yang sudah di uraikan diatas, akan dapat lebih membantu penulis untuk mengetahui dampak yang di dapatkan dari penerapan strategi yang dilakukan oleh PT.ASDM, yang pada akhirnya dapat dilihat apakah strategi tersebut sudah dilakukan secara efektif atau belum. Serta dapat membantu penulis memberikan saran atau usulan mengenai strategi yang tepat agar perusahaandapat terus bersaing secara unggul disbanding para competitor.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

