



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bersaing Bisnis Properti Pada PT.
Laguna Alamabadi

Skripsi

Oleh

Rahmania Wardhani

2013320196

Bandung

2017



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

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Bersaing Bisnis Properti Pada PT.
Laguna Alamabadi

Skripsi

Oleh

Rahmania Wardhani

2013320196

Pembimbing

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

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Rahmania Wardhani
Nomor Pokok : 2013320196
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bisnis Properti Pada PT. Laguna Alamabadi

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 12 Juli 2017.
Dan dinyatakan **LULUS**



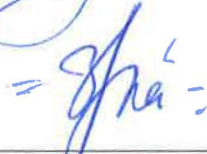
Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 

Sekretaris

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

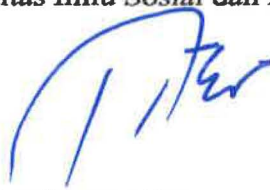
: 

Anggota

Fransiska Anita Subari, S.S., M.M.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Surat Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmania Wardhani

NPM : 2013320196

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing Bisnis Properti Pada PT.
Laguna Alamabadi

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 apa pun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui apabila pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 22 Juni 2017



Rahmania Wardhani

ABSTRAK

Nama : Rahmania Wardhani

NPM : 2013320196

Judul : Analisis Strategi Bersaing Bisnis Properti Pada PT. Laguna Alamabadi

Kebutuhan akan tempat tinggal saat ini akan selalu menjadi kebutuhan utama masyarakat. Kebutuhan tersebut menjadikan permintaan mengenai tempat tinggal akan terus ada. Dengan tingkat permintaan yang terus meningkat ini akan mendorong pelaku bisnis untuk berusaha memanfaatkan peluang tersebut. Semakin banyak pelaku bisnis properti, semakin ketat pula persaingan didalam industrinya. Sehingga perusahaan akan dituntut untuk merencanakan dan melakukan strategi supaya dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi bersaing perusahaannya. Dalam penelitian ini peneliti berusaha untuk menyampaikan Analisis Strategi Bersaing Bisnis Properti Pada PT. Laguna Alamabadi. Sebagai perusahaan yang sudah cukup lama bergerak di bidang properti, peneliti berusaha untuk mengetahui strategi apa yang sudah diterapkan perusahaan saat ini, faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan dalam menjalankan usahanya, serta strategi apa yang dapat diterapkan perusahaan untuk dapat mempertahankan posisi bersaingnya.

Untuk mengetahui strategi yang telah digunakan PT. Laguna Alamabadi selama ini peneliti menggunakan Analisis *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP). Setelah itu peneliti akan berusaha mengetahui faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan dalam menjalankan usahanya menggunakan analisis PESTEL, *Five-Force Model*, dan Analisis Internal perusahaan. Yang terakhir peneliti berusaha untuk memberikan strategi yang tepat supaya perusahaan dapat mempertahankan posisi bersaingnya. Uraian analisis terakhir ini peneliti akan menggunakan Matriks SWOT, Matriks Internal-External, dan QSPM. Analisis Matriks SWOT dapat memberikan gambaran mengenai kemungkinan strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Sementara Matriks IE merupakan perhitungan bobot dan skor untuk mengetahui dimana prosisi perusahaan dalam industrinya saat ini. Untuk mengetahui strategi yang tepat diantara strategi alternatif, peneliti akan menentukan berdasarkan hasil perhitungan hasil QSPM.

Berdasarkan hasil analisis STP, dapat disimpulkan bahwa PT. Laguna Alamabadi saat ini menggunakan strategi fokus pada biaya rendah. Untuk mengetahui posisi bersaing perusahaan, berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal, matriks SWOT dan hasil matriks IE, PT. Laguna Alamabadi saat ini berada pada kuadran II. Artinya saat ini perusahaan masih dapat tumbuh dan berkembang dalam melakukan usahanya. Mengenai strategi yang paling tepat menurut hasil perhitungan QSPM, peneliti mendapatkan hasil bahwa perusahaan saat ini dapat menerapkan strategi penetrasi pasar. Strategi ini dianggap paling tepat karena didukung oleh kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta peluang dan ancaman dari lingkungan perusahaan.

Kata Kunci: strategi bersaing, bisnis properti, SWOT, matriks Internal-Eksternal, QSPM

ABSTRACT

Name : Rahmania Wardhani

NPM : 2013320196

Title : Analisis Strategi Bersaing Bisnis Properti Pada PT. Laguna Alamabadi

Recently, the requirement of housing places is really high around of the society. The requirement is also increasing the housing demand which always needed. This condition also stimulates the businesses to take the advantage of this opportunities. This flow is also enhancing the competition in the same industry. Thus, the company will be required to plan and do some strategies in order to maintain and improve the company's competitive position. In this study, the researcher is trying to continue to analyze the Competitive Business Strategy of PT. Laguna Alamabadi. For companies that have many experiences in the property businesses, the researcher is trying to find out the strategy which has been applied to the company, the internal and external factors to influence the company business, and the factors can be applied to maintain in the competitive position.

To know the strategies that have been used by PT. Laguna Alamabadi, the researcher using Segmenting, Targeting, and Positioning (STP) Analysis. The second step is finding out the external factors that affect the running company business in using PESTEL, Five-Force Model, and Internal Analysis Company. And the last step is giving the best strategy for the company to maintain their competitive position. The description of this last analysis will be using the SWOT Matrix, Internal-External Matrix, and QSPM. SWOT Matrix Analysis can provide an overview of possible strategies that can be done by the company. While IE Matrix is the calculation of the weight and score to know which the company's position in the recent industry. To know the best strategy and can be applied by PT. Laguna Alamabadi, the researcher will determine the results of QSPM calculation.

Based on the results of STP analysis, it can be concluded PT. Laguna Alam Abadi currently uses a low-cost focus strategy. To find out the competitive position of the company, based on the result of the internal and external analysis, SWOT matrix and result of IE matrix, PT. Laguna Alamabadi is currently in quadrant II, which means that the company can still grow and spread their business. The most appropriate strategy according to QSPM calculation results, the company can implement market penetration strategy. This strategy is most appropriate because of supported by the strengths and weaknesses of the company and the environmental opportunities and the threats.

Keywords: competitive strategy, business property, SWOT, Internal-Eksternal matrix, QSPM

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian dengan judul “Analisis Strategi Bersaing Bisnis Properti Pada PT. Laguna Alamabadi” disusun untuk memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Penyusunan penelitian ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, dukungan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Theresia Gunawan, MM., M.Phil. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, arahan, dan dukungan selama mengerjakan penelitian ini.
2. Pihak manajemen, pemasaran, dan Pimpinan Proyek PT. Laguna Alamabadi yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan izin untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Pius Sugeng Prasetyo, Drs., M.Si., Ph.D. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ibu M. Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, dan Bapak Roni Tua, S.IP., MT. selaku dosen wali

4. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang bermanfaat selama kuliah di UNPAR.
5. Papa, Mama, Wieda, dan adek Dhanty yang selalu memberikan do'a, bantuan, serta dorongan dalam menyelesaikan penelitian ini. Khusus nya papa yang telah mengajarkan sedikit ilmu mengenai bisnis properti.
6. Rizky Gunawan yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini serta selalu mendengarkan cerita selama proses penyelesaiannya. Terima kasih.
7. Teman seperjuangan Putri Intan Permatasari, Bernadette Vanessa Maryll, dan Kintan Pavitari yang selalu mendukung satu sama lain dan selalu berusaha mengajarkan kedewasaan selama ini.
8. Sahabat dari masa SMA Byanka Rayanfitiari, Amalina Hasyiyati, dan Dewi Irawati Hendrawan yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan bantuan selama menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman FISIP dan teman-teman jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
10. Seluruh pihak yang membantu penelitian dan belum disebutkan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan ilmu, sarana, dan kemampuan penulis. Maka dari itu, diperlukan kritik dan saran dari berbagai pihak yang membaca penelitian ini. Akhir kata,

semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua khususnya dalam bidang bisnis properti.

Bandung, 19 Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------------------------|-----|
| ABSTRAK | i |
| <i>ABSTRACT</i> | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| | |
| BAB II KERANGKA TEORI | 10 |
| 2.1 Definisi Strategi..... | 10 |
| 2.1.1 Strategi Generik | 12 |
| 2.1.2 Strategi Besar (<i>Grand Strategy</i>) | 15 |
| 2.2 Definisi Manajemen Strategi..... | 17 |
| 2.3 Definisi Strategi Bersaing | 20 |
| 2.4 Lingkungan Eksternal Perusahaan..... | 21 |
| 2.4.1 Lingkungan Makro | 22 |
| 2.4.2 Lingkungan Mikro | 24 |
| 2.5 Lingkungan Internal perusahaan | 31 |
| 2.6 Definisi Manajemen Pemasaran | 36 |
| 2.6.1 Strategi STP | 37 |
| 2.6.2 Bauran Pemasaran..... | 42 |
| 2.7 Definisi SWOT | 47 |
| 2.7.1 Matriks SWOT | 48 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.8 Matriks Internal-Eksternal | 49 |
| 2.9 Definisi QSPM | 57 |
| 2.10 Penelitian Terdahulu | 58 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 61 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 61 |
| 3.2 Metode Penelitian | 61 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 62 |
| 3.3.1 Penelitian Lapangan (<i>Survey</i>) | 62 |
| 3.3.2 Penelitian Kepustakaan | 64 |
| 3.3.3 Dokumentasi | 64 |
| 3.4 Jenis Data | 65 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 66 |
| 3.5.1 Membuat Matriks SWOT | 66 |
| 3.5.2 Membuat Matriks Internal dan Eksternal | 68 |
| 3.5.3 Membuat Analisa QSPM | 74 |
| 3.6 Model Penelitian | 78 |
| 3.7 Objek Penelitian | 79 |
| BAB IV OBJEK PENELITIAN | 80 |
| 4.1 Sejarah Perusahaan | 80 |
| 4.2 Profil Perusahaan | 82 |
| 4.2.1 VISI | 83 |
| 4.2.2 MISI | 83 |
| 4.3 Struktur Organisasi | 83 |
| 4.4 Uraian Tugas | 84 |
| 4.5 Lokasi | 87 |
| 4.6 Proyek PT. LAA | 88 |
| BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN | 89 |
| 5.1 Strategi PT. LAA Saat Ini | 89 |
| 5.1.1 Analisis STP | 89 |
| 5.1.2 Strategi Perusahaan | 93 |
| 5.2 Analisis Lingkungan Eksternal | 94 |
| 5.2.1 Analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi) | 94 |
| 5.2.2 Five-Forces Model | 105 |
| 5.2.3 Analisis Kondisi Lingkungan Eksternal PT Laguna Alamabadi | 110 |
| 5.3 Analisis Lingkungan Internal | 111 |
| 5.3.1 Analisis Kondisi Lingkungan Internal PT. Laguna Alamabadi | 123 |
| 5.4 Analisis Matriks SWOT PT. Laguna Alamabadi | 125 |
| 5.5 Formulasi Strategi (Internal-Eksternal Matriks) | 135 |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 5.5.1 Internal-Eksternal Matriks..... | 138 |
| 5.6 Strategi yang disarankan..... | 146 |
| 5.6.1 Analisis QSPM..... | 146 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 151 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 151 |
| 6.2 Saran..... | 156 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 2.1 : Matriks Strategi Besar (<i>Grand Strategy</i>) | 17 |
| Gambar 2.2 : Gambar <i>Five-Forces Porter</i> | 30 |
| Gambar 3.1 : Matriks Internal-Eksternal | 73 |
| Gambar 4.1 : Stuktur Organisasi Perusahaan | 84 |
| Gambar 5.1 : Internal-Eksternal Matriks (IE Matriks) | 138 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 : Tabel Strategi Generik..... | 12 |
| Tabel 2.2 : Penelitian Terdahulu..... | 58 |
| Tabel 3.1: Matrix SWOT | 68 |
| Tabel 3.2: Tabel Matriks Internal | 70 |
| Tabel 3.3: Tabel Matriks Eksternal..... | 72 |
| Tabel 3.4 Tabel QSPM..... | 77 |
| Tabel 4.1: Proyek PT. LAA..... | 88 |
| Tabel 5.1: Matriks SWOT | 125 |
| Tabel 5.2: IFE-EFE Matriks | 135 |
| Tabel 5.3: Matriks QSPM | 146 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---------------|-----|
| Lampiran..... | 163 |
|---------------|-----|

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada keadaan saat ini, tingginya tingkat pertumbuhan penduduk menjadikan kebutuhan akan tempat tinggal terus meningkat. Meningkatnya kebutuhan manusia yang meningkat tersebut membuat para pelaku bisnis berkesempatan untuk mendapatkan keuntungan. Selain itu, banyaknya permintaan akan tempat tinggal juga dapat menjadikan harga tanah atau rumah terus meningkat sehingga membuat masyarakat banyak melakukan investasi. Hal tersebut menambah peluang bagi para pelaku bisnis untuk mendapatkan keuntungan karena semakin banyak masyarakat yang melakukan pembelian di sektor properti. Melihat kesempatan yang ada, membuat para pelaku bisnis memulai usahanya pada bidang properti. Banyaknya pesaing yang baru tentu akan menjadi sorotan para pelaku bisnis properti yang sudah ada. Karena semakin banyak pesaing yang muncul, semakin tinggi pula persaingan di dalamnya. Bagi pelaku bisnis properti yang sudah lama ada, hal ini menjadi tantangan perusahaan khususnya untuk mempertahankan dan mengembangkan lahan bisnisnya. Ditambah lagi, banyaknya prediksi lokasi, tipe, dan harga yang diminati konsumen serta kebijakan yang membuat permintaan tempat tinggal akan terus meningkat membuat para pelaku bisnis saling bersaing untuk merebutkan pangsa pasarnya.

Seperti yang dijelaskan oleh perusahaan konsultan properti Cushman & Wakefield Indonesia, pada tahun 2016 peningkatan perumahan akan terasa di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Di dalam riset Kajian Pasar Properti 2015 dan proyeksi 2016, Cushman menyampaikan tipe rumah yang paling diminati sepanjang 2015 berada di rentang harga Rp600 juta sampai dengan Rp1,2 miliar, dengan ukuran bangunan $45 m^2$ hingga $120 m^2$ dan luas lahan sebesar $60 m^2 - 115 m^2$. *Head of Research & Advisory* Cushman & Wakefield Indonesia Arief Rahardjo mengatakan, pasar perumahan mengalami perbaikan di akhir 2015 dan 2016 dengan ditetapkannya aturan baru mengenai peningkatan *Loan to Value* atau LTV. Pada aturan yang sudah diluncurkan, batasan LTV sebesar 80% ditetapkan bagi kredit kepemilikan properti pertama, sedangkan transaksi kredit rumah kedua dan ketiga sejumlah 70% dan 60%. Adanya rencana pengembangan infrastruktur seperti tol baru, *Light Rapid Transit* (LRT), dan *Mass Rapid Transit* (MRT) tentunya meningkatkan harga tanah cukup pesat. Secara keseluruhan, harga tanah pada 2016 dapat meningkat 21% secara tahunan menjadi Rp11,7 juta per m^2 dari sebelumnya Rp9,7 juta per m^2 (Cushman, 2016).

Hasil kajian Pusat Studi Properti Indonesia (PSPI) juga menyebutkan bahwa ada beberapa hal yang bisa membuat sektor properti bertumbuh pada 2016 dan seterusnya. Pertama, kebijakan relaksasi pemerintah untuk sektor kredit properti melalui *Loan to Value* (LTV) yang berlaku efektif Juli 2015 akan sangat terasa pada kuartal I/2016. Kedua, kredit properti tumbuh 15% lebih tinggi dibanding tahun lalu, termasuk kredit konstruksi, real estate, dan kredit pemilikan rumah

atau apartemen. Ketiga, rendahnya tingkat inflasi dan suku bunga (BI Rate) yang diperkirakan bakal turun. Percepatan realisasi pembangunan infrastruktur ikut membantu bangkitnya sektor properti. Pada gilirannya, perekonomian pun ikut terdongkrak menjadi sekitar 5,3% hingga 6% (PSPI, 2016).

Kemudian prediksi pada tahun selanjutnya yakni pada tahun 2017, bisnis properti akan terus mengalami peningkatan khususnya pada permintaan di perumahan kelas menengah kebawah. Hal ini pun di benarkan oleh pengamat dan praktisi properti Ali Traghanda selaku Direktur Indonesia Properti Watch (IPW) yang mengatakan awal tahun 2016 diprediksikan bahwa industri properti di Indonesia akan membaik setelah mengalami perurunan penjualan di tahun 2014 sampai 2015. Prediksi tersebut benar terjadi karena terlihat dari kuartal ketiga tahun 2016 nilai penjualan properti naik sebesar 8,1% dan unit penjualan naik sebesar 11,3% di JaBoDeTaBek dan Banten. Sementara itu, beliau pun memprediksikan pada tahun 2017 penjualan properti akan mengalami lonjakan positif pada kuartal kedua. Indikator kenaikannya tersebut dapat terlihat dari beberapa hal yakni, program tax amnesty akan selesai pada kuartal pertama, dengan begitu dana reatriasi akan segera masuk dan akan digunakan untuk investasi properti, kemudian menurunnya suku bunga KPR yang diprediksikan pada tahun 2017 akan terus menurun sehingga akan mendorong seseorang untuk membeli properti, lalu saat ini juga pemerintah sedang menggalakan pembangunan infrastruktur yang selama ini dikenal sebagai tulang punggung perkembangan properti.

Banyaknya bantuan dari pemerintah untuk mengembangkan properti ditanah air juga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan properti. Segmen yang banyak diminati tahun 2017 merupakan segmen menengah kebawah karena banyaknya peminat pada segmen ini masih sangat tinggi. Di tahun 2016 lalu, 43 persen mayoritas penjualan terjadi pada perumahan menengah dengan perkiraan harga 500 juta hingga 1 miliar rupiah. Banyaknya peminat perumahan di segmen menengah tersebut diprediksikan akan banyaknya pengembang perumahan yang meluncurkan produk yang menasar pada segmen ini. Meskipun akan memberikan keuntungan bagi perusahaan pengembang, pemerintah juga harus memperhatikan dan mengendalikan harga tanah untuk pembangunan rumah sederhana supaya harga tanah di Indonesia stabil.

Wilayah Indonesia khususnya pulau Jawa akan menjadi sentral tingginya harga properti. Area yang berpotensi menjadi *sunrise* properti adalah proyek yang dilalui oleh *Transit Oriented Development* seperti LRT, MRT, dan juga jalan tol sebagai akses yang memudahkan kegiatan masyarakat. Wilayah-wilayah yang dekat dengan sarana seperti itu adalah Bekasi, Bogor, Cibubur, Cawang, Cimanggis, Sentul, Lebak Bulus. Prediksi harga tanah di wilayah tersebut diperkirakan akan naik sebesar 15 persen pada tahun 2017. (Tranghanda, 2016)

Seperti yang telah disampaikan diatas bahwa peluang bisnis properti sangat besar untuk tahun 2016 dan seterusnya. Harga tanah yang semakin meningkat dapat dikarenakan lokasi yang dekat dengan pengembangan infrastruktur seperti tol baru, *light rapid transit* (LRT), dan *mass rapid transit* (MRT) yang sudah mulai direncanakan oleh pemerintah. Selain itu juga kebijakan relaksasi

pemerintah untuk sektor kredit properti melalui *loan to value* (LTV) akan membantu pertumbuhan bisnis properti di Indonesia. Perencanaan dan kebijakan pemerintah akan membuat para pelaku bisnis tertarik untuk menggeluti bisnis properti karena akan banyaknya permintaan konsumen mengenai tempat tinggal. Akibatnya, persaingan diantara bisnis properti akan semakin tinggi karena banyaknya perusahaan yang berusaha untuk mendapatkan pangsa pasarnya. Ditambah lagi, terdapat prediksi meningkatnya perumahan berada pada perumahan menengah kebawah dapat mempengaruhi perusahaan properti yang berfokus pada penjualan rumah kelas menengah kebawah. Maka dari itu perusahaan perlu menentukan dan melakukan strategi untuk mempertahankan posisi bersaing perusahaan.

Strategi bersaing akan membantu perusahaan mengembangkan dan meningkatkan usahanya serta dapat memecahkan masalah perusahaan khususnya dalam masalah persaingan secara kompetitif. Dengan menjabarkan strategi bersaing, perusahaan akan lebih terstruktur, efisien, dan kompetitif dalam persaingan.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik meneliti strategi yang digunakan oleh PT. Laguna Alamabadi (selanjutnya disebut PT. LAA). PT. LAA merupakan pelaku bisnis pengembang perumahan yang berfokus pada penjualan kelas menengah kebawah. Prediksi meningkatnya permintaan rumah kelas menengah kebawah berarti akan mempengaruhi usaha PT. LAA. Dengan banyaknya peluang mengenai tingginya tingkat permintaan akan tempat tinggal tersebut, PT. LAA sadar akan banyaknya para kompetitor yang akan atau sudah bergerak dalam

bisnis properti. Hal tersebut menjadikan persaingan dalam bisnis properti akan meningkat dan semakin ketat. Maka dari itu, peneliti tertarik meneliti mengenai strategi yang sesuai untuk diterapkan oleh PT. LAA supaya perusahaan dapat bertahan dalam kondisi persaingan properti saat ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik meneliti strategi bersaing bisnis dibidang properti pada PT. LAA. Menurut Porter (1998) yang dikutip dalam jurnal Analisis Strategi Bersaing bahwa suatu perusahaan akan mempunyai keunggulan bersaing apabila perusahaan itu dalam kondisi yang menguntungkan dari lima faktor persaingan pokok, yaitu masuknya pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, serta persaingan di antara para pesaing yang ada.

PT. LAA memiliki cara lain untuk meningkatkan bisnisnya. Mereka melakukan cara-cara untuk dapat unggul dalam persaingan dengan strategi bersaing yang kompetitif. Perusahaan tersebut melihat sisi keunggulan bersaing secara umum yakni pemilihan lokasi yang strategis dimana lokasi tersebut menjadi pertimbangan nomor satu konsumen dalam membeli rumah. Pemilihan lokasi yang strategis saja tidak cukup untuk dapat unggul dalam persaingan. PT. LAA juga fokus dalam membangun bangunan yang kuat sehingga punya nilai yang tahan lama.

Untuk mengetahui lebih lanjut strategi bersaing PT. LAA, berikut beberapa pokok permasalahan yang akan dibahas:

1. Strategi apa yang sudah diterapkan oleh PT. LAA untuk menghadapi kompetitor?
2. Apakah ada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi PT. LAA dalam menjalankan usahanya?
3. Strategi apa yang sebaiknya digunakan oleh PT. LAA untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi bersaingnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan adanya pokok permasalahan yang terjadi, maka tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui strategi apa yang sudah diterapkan oleh PT. LAA untuk menghadapi kompetitor.
2. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi PT. LAA dalam menjalankan usahanya.
3. Untuk mengetahui strategi apa yang sebaiknya digunakan oleh PT. LAA untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi bersaingnya.

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi peneliti
 1. Memperluas wawasan peneliti mengenai strategi yang kompetitif dalam persaingan pada perusahaan properti.

2. Menambah pengetahuan peneliti mengenai kebijakan-kebijakan yang berlaku dalam jual-beli properti.
 3. Menambah pengetahuan mengenai proses transaksi dan cara pembayaran jual-beli khususnya dalam jual-beli perumahan.
 4. Dapat meningkatkan kemampuan peneliti dalam menganalisis strategi yang digunakan perusahaan dalam meningkatkan penjualan produk.
- Bagi perusahaan
 1. Dapat memberikan pemikiran dan menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk bersaing secara kompetitif.
 2. Perusahaan dapat meningkatkan produk yang ditawarkan dengan menggunakan strategi yang telah di analisis oleh peneliti.
 3. Perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian sebagai bahan evaluasi perusahaan dalam menentukan langkah yang akan dilakukan selanjutnya.
 - Bagi pihak lain
 1. Untuk mahasiswa

Sebagai informasi mengenai gambaran strategi bersaing dengan menggunakan analisis yang dapat membantu pihak yang membutuhkan.
 2. Untuk pemerintah

Sebagai referensi gambaran kebijakan seperti apakah yang tepat dalam bisnis properti.
 3. Untuk industri perbankan

Industri perbankan diharapkan dapat membuat inovasi baru mengenai proses pembayaran jual-beli properti sehingga lebih memudahkan konsumen, penjual, dan pihak terkait lainnya.