

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan kondisi saat ini, pertumbuhan bisnis dalam bidang produksi dan jasa mengalami peningkatan yang cukup pesat. Hal ini mempengaruhi faktor berkembang dan majunya suatu perusahaan dalam bidang tersebut. Di mana kondisi saat ini munculnya perusahaan pesaing dengan produksi dan jasa yang sejenis. Sehingga akan terjadi persaingan dalam merebutkan pangsa pasar dan konsumen. Melalui hal tersebut, perusahaan harus mengetahui sasaran pasar agar produksi dan jasa yang ditawarkan dapat sampai pada target pasar. Di era saat ini, perkembangan bisnis pada bidang jasa semakin meningkat akan persaingan, perubahan, dan ketidakpastian bisnis yang dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya: a) persaingan semakin ketat, b) penggunaan jasa yang meningkat, c) perkembangan teknologi yang sangat pesat. Melalui kondisi tersebut, maka perusahaan membutuhkan strategi dan inovasi terbaru untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan. Salah satu faktor penting yang memengaruhi kesuksesan dan kegagalan perusahaan ialah strategi yang dibangun.

Permasalahan strategi dalam perusahaan merupakan bagian yang sangat penting. Pemasaran yang dilakukan dengan strategi yang baik akan menempatkan produk pada posisi yang tepat dalam menguasai pasar. Hal tersebut dilakukan perusahaan untuk mengarahkan usahanya dalam memuaskan konsumen dan memperoleh keuntungan. Berdasarkan kondisi saat ini, lingkungan mengalami perkembangan jumlah penduduk, sehingga dibutuhkan sarana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini tentu merupakan sebuah peluang untuk pengusaha/pengembang perusahaan produksi dan jasa. Salah satu bisnis jasa yang sedang berkembang pada saat ini ialah bisnis dalam bidang jasa properti

Tabel 1.1. Persentase Pertumbuhan Properti di Asia Pasifik Pada Tahun 2021

No	Nama Negara	Presentase
1	India	466 %
2	Indonesia	308 %
3	Taiwan	103 %

Sumber: Ekonomi.bisnis.com

Dari data di atas, menurut Real Capital Analytics (RCA) dalam laporan Asia Pasific Capital Trends yang dikutip Mingtiadi, selama semester I/2021, volume transaksi properti Indonesia merupakan yang tertinggi di Asia Pasifik yaitu 138 % dibandingkan dengan periode 2020. Sedangkan, khusus untuk kuartal II/2021, presentase volume transaksi real estat Indonesia menjadi yang kedua tertinggi setelah India. Sepanjang april hingga juni 2021, pertumbuhan volume transaksi properti di Indonesia tercatat 308 %, kalah dengan India yang mencapai 466 %.

Dari hasil perkembangan pertumbuhan properti dapat disimpulkan bahwa setiap manusia tidak pernah lepas dari segala masalah yang berhubungan dengan tempat tinggal, karena tempat tinggal merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi setelah sandang dan pangan. Dari hal tersebut, kebutuhan rumah pada setiap tahun mengalami kenaikan yang signifikan. Pada website republika menyebutkan, saat ini asumsi tingkat kepemilikan rumah di Indonesia hanya 50% dan diperkirakan pada 10 tahun ke depan kebutuhan rumah bertambah menjadi 70%. Berdasarkan pernyataan tersebut muncul sebuah perusahaan- perusahaan baru di bidang jasa properti, salah satu perusahaan properti tersebut ialah PT Aliya Properti. Yang berlokasi di daerah Bekasi Timur, menurut katadata.co.id trend pencarian properti di kota bekasi masih 5% dari JABODETABEK.

Tabel 1.2. Persentase Pencarian Properti di JABODETABEK

No	Nama Kota	Persentase Pencarian
1	Jakarta	24 %
2	Bogor	2 %
3	Depok	11 %
4	Tangerang	3 %
5	Bekasi	5 %

Sumber: Katadata.co.id via Rumah.com

PT Aliya Properti merupakan perusahaan penyedia layanan jasa dalam bidang properti yang senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan, serta harga yang ditawarkan juga cukup bersaing dengan penyedia jasa properti lain. Pada tahun 2017 PT Aliya Properti didirikan oleh sepasang suami istri yang bernama Ulinuha S.TP dan Endang Widiastuti A.Md yang juga merupakan *CEO* dari perusahaan tersebut. PT Aliya Properti juga merupakan perusahaan yang menjalankan usaha dalam bidang pengembangan perumahan, dan bertindak sebagai pengembang perorangan dan pelaksanaan proyek.

Dalam hal ini, PT Aliya Properti menyediakan beberapa rumah siap huni dengan desain bangunan modern minimalis yang mengutamakan kenyamanan lingkungan, dan memiliki bentuk bangunan yang unik. Selain itu, fasilitas juga sudah disediakan bagi para penghuninya, seperti: 1) sudah tersedia pagar, toren, dan exhaust, 2) terdapat area carport dan laundryroom pada setiap rumah produksinya. Selain itu, PT Aliya Properti juga menyediakan jasa investasi dan renovasi rumah atau tanah yang hanya berlokasi di Bekasi Timur. Dalam menjalankan bisnisnya PT Aliya Properti juga mengalami beberapa masalah, salah satunya yaitu dalam hal penjualan. Karena lokasi dan tempat berdirinya usaha bisnis ini tidak terlepas dari beberapa jenis usaha yang serupa di sekitaran perusahaan tersebut.

Tabel 1.3. Daftar Nama Pesaing Terdekat Beserta Penjualannya

No	Nama Agen Properti	Penjualan
1	Gemilang Properti	45 Rumah
2	Reni BTR Properti	55 Rumah
3	Putriland Properti	24 Rumah
4	Langit Properti	26 Rumah

Sumber: Peneliti (2022)

Agar perusahaan semakin berkembang pada kondisi saat ini dan bisa menjual produk atau jasa sesuai dengan target yang ditentukan serta bisa menghadapi tantangan persaingan, maka diperlukan alternatif strategi untuk pemasaran produknya. Dalam hal mencapai tujuan perusahaan, dilakukan penelitian untuk mengetahui serta mempelajari strategi yang telah dijalankan untuk menemukan strategi yang tepat bagi perusahaan dalam kondisi persaingan ini. Karena PT Aliya Properti merupakan perusahaan yang

paling muda di antara kompetitor atau pesaing di wilayah Bekasi Timur dan belum adanya strategi pemasaran yang tetap, maka dibutuhkan suatu rekomendasi yang terukur sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Walaupun pada dasarnya promosi sudah dilakukan sama seperti agent properti lain seperti potongan harga, pemberian bonus untuk setiap pembelian rumah tertentu, pemasangan banner atau spanduk, dan penayangan iklan di beberapa media iklan seperti olx, rumah.com, rumah 123, urban, facebook dan media sosial seperti instagram, tiktok, youtube, dan website. Tetapi penjualan tetap belum sesuai dengan target yaitu minimal 2 unit rumah yang tejual dalam 1 bulan dan minimal 10 orang dalam satu minggu yang datang survey untuk melihat rumah yang tersedia.

Untuk dapat mencapai apa yang diinginkan oleh perusahaan, maka perlu diperhatikan lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Karena faktor tersebut sangat berpengaruh pada kebijakan perusahaan dalam kelangsungan kegiatan usahanya maka dengan latar belakang di atas, penulis sangat tertarik sekali untuk melakukan penelitian dalam bidang pemasaran bisnis properti ini, penulis mengambil judul :

“ PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN (Studi Kasus Pada PT. Aliya Properti - Bekasi) “

Penelitian ini akan menggunakan analisis SWOT, *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), *Threat* (ancaman), dan analisis QSPM, analisis SWOT dipilih karena analisis ini sangat bermanfaat dalam proses perencanaan strategi, melalui analisis SWOT diharapkan perusahaan mampu memahami semua kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman perusahaan. Dengan begitu perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan pasar. Penelitian ini akan dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut : analisis SWOT dibuat dengan cara mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal, untuk menentukan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pertumbuhan penjualan pada PT. Aliya Property.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dan dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut :

1. Tidak menentukannya jumlah orang untuk survey setiap minggunya
2. Terbatasnya jumlah SDM atau karyawan yang bekerja
3. Kurangnya efektifitas dalam penjadwalan penayangan iklan
4. Kurangnya kecepatan dan kesigapan dalam merespon calon pembeli
5. Meningkatnya pesaing terdekat dengan satu investor yang sama

1.3. Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Data yang dipergunakan untuk analisis adalah data dari tahun 2018-2021
2. Naik turunnya suku bunga perbankan dianggap tidak berpengaruh terhadap penjualan rumah PT. Aliya Properti
3. Kenaikan harga dianggap tidak berpengaruh terhadap penjualan rumah PT. Aliya Properti
4. Penelitian dilakukan di PT. Aliya Properti

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal dalam hal pemasaran produk di PT. Aliya Properti?
2. Bagaimanakan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan analisis SWOT sehingga dapat meningkatkan volume penjualan?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah diatas, maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dalam hal pemasaran produk PT. Aliya Properti.
2. Untuk menentukan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan analisis SWOT dan analisis QSPM sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Penulis, sebagai bahan peningkatan kemampuan dalam menganalisis masalah dan penerapan ilmu yang telah dipelajari.
2. Dapat memberikan tambahan referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian lebih lanjut.
3. Manfaat bagi manajemen properti adalah terciptanya strategi pemasaran yang sesuai dengan pasar atau segmen yang dituju untuk meningkatkan penjualan pada rumah produksi PT. Aliya Properti.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.

