

Strategi pemasaran yang tepat pada "Perumahan Pesona Khayangan" dalam menghadapi ketatnya persaingan pada milenium ketiga

Na'im Machzyumi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71705&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada tahun 2000 diperkirakan sektor properti khususnya perumahan akan mulai bangkit kembali dan dengan persaingan yang semakin ketat. Dalam era persaingan bisnis sektor properti yang semakin ketat, kinerja perusahaan yang unggul sangat diperlukan guna menciptakan rasa aman dan memberi kepuasan kepada konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam dan lengkap dari obyek yang diteliti dengan melakukan pengamatan serta wawancara langsung di lapangan. Sedangkan dalam pengumpulan data, tehnik atau metode yang digunakan adalah studi pustaka dan studi lapangan.

Dari hasil penelitian dan analisis terhadap Perumahan Pesona Khayangan, terlihat bahwa kekuatan bisnis Perumahan Pesona Khayangan terletak pada bidang performance estat manajemen yang baik serta kebijakan harga jual yang cukup kompetitif. Sedangkan daya tarik industri properti khususnya perumahan terletak pada pasar, pertumbuhan pasar dan struktur persaingan. Kemampuan daya saing Perumahan Pesona Khayangan terletak pada kualitas dari produk yang dihasilkan. Namun kekuatan tersebut tidak berarti bahwa Perumahan Pesona Khayangan akan lebih unggul dari perusahaan pengembang lain.

Dari hasil survey yang dilakukan ternyata kelebihan yang dimiliki oleh Perumahan Pesona Khayangan tersebut tidak ditunjang oleh strategi pemasaran yang handal, di antaranya terlihat bahwa Perumahan Pesona Khayangan tidak memanfaatkan keunggulan tersebut melalui sarana promosi baik melalui pemasangan iklan, penyebaran brosur, memanfaatkan media elektronik, mendirikan kantor perwakilan yang representatif untuk memudahkan calon pembeli melihat produk perumahan maupun mengikuti pameran-pameran. Kondisi ini apabila tidak diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan, niscaya keunggulan yang dimiliki tersebut akan menyebabkan perusahaan akan tertinggal di tengah persaingan yang ketat dan kondisi perekonomian yang labil.

Dari hasil analisis GE matrik, posisi persaingan Perumahan Pesona Khayangan yaitu Tumbuh dan Bangun yang berarti posisi tersebut berada pada area usaha yang cukup menarik dan berpeluang untuk dikembangkan. Berdasarkan hal tersebut strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh Perumahan Pesona Khayangan dikaitkan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk beberapa tahun mendatang adalah strategi pengembangan pasar dengan menawarkan tipe tanah dan bangunan yang lebih kecil mengingat daya beli masyarakat saat ini lemah.

.....The Right Marketing Strategy of ?Pesona Khayangan Estate? To Anticipate the Tight Competition in the Third Millennium In this year of 2000, the property sector, especially in housing estate, is estimated to recover and tightly competitive. In order to face the tight competition, it is really necessary for the company to build a good performance by creating the customers satisfaction and secure.

The method used in this research is a case study with the objective is to obtain a deep and complete figure of the object (Pesona Khayangan Estate) through observing and conducting interview. Library research and

field work are used to collect the data.

Based on the research and analysis of Pesona Khayangan Estate, the business strength of Pesona Khayangan Estate is on the good performance of management estate and the competitive pricing policy. The attraction of property industry especially for housing is on the market, market growth and competition structure. The competition ability for Pesona Khayangan Estate is on the quality of the product. However, it does not mean that with this advantage of Pesona Khayangan Estate will be more qualified than the other developers.

Based on the research results, the Pesona Khayangan Estate's advantage is not supported by a good marketing strategy. The weakness of its marketing strategy can be explained that Pesona Khayangan Estate has not conducted an appreciate promotion through advertising, brochures, electronics, and there is also no representative office to service the prospective buyer, and they did not conduct any exhibitions. If the management does not pay any attention for this matter; we believe that the Company will be affected by the tight competition and unstable economic condition, even though it has several advantages.

From the analysis of GE matrix, the competitive position of Pesona Khayangan Estate is categorized as Grow and Develop, which means that the position is on the attractive business area and have on opportunity to be developed. Based on the above analysis, the development strategy to be done by Pesona Khayangan Estate related to strength, weakness, opportunity and threat, for the next few years is marketing development strategy by offering smaller size of land and building, considering the lower purchasing power of the public.