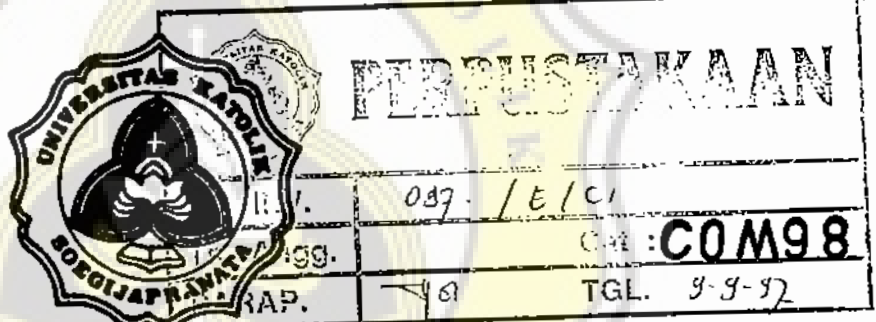


Em.  
658.8.  
jen.  
a  
- 97.

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN PADA PERUMAHAN PLAMONGAN INDAH  
SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang



Oleh :

Nama : JENIAWATY  
NIM : 93.30.1750  
NIRM : 93.6.111.02016.50249  
Jurusan : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
1997**

Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : JENIAWATY  
NIM : 93.30.1750  
NIRM : 93.6.111.02016.50249  
Fakultas : EKONOMI  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI  
PERSAINGAN PADA PERUMAHAN FLAMONGAN INDAH  
SEMARANG

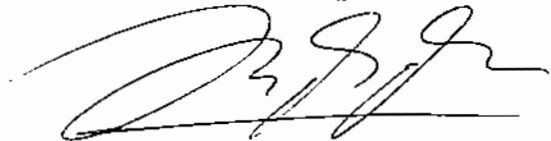
Disetujui  
pada tanggal : 22 Juni 1997

Pembimbing I



( Drs. Soegiono, MSIE )

Pembimbing II

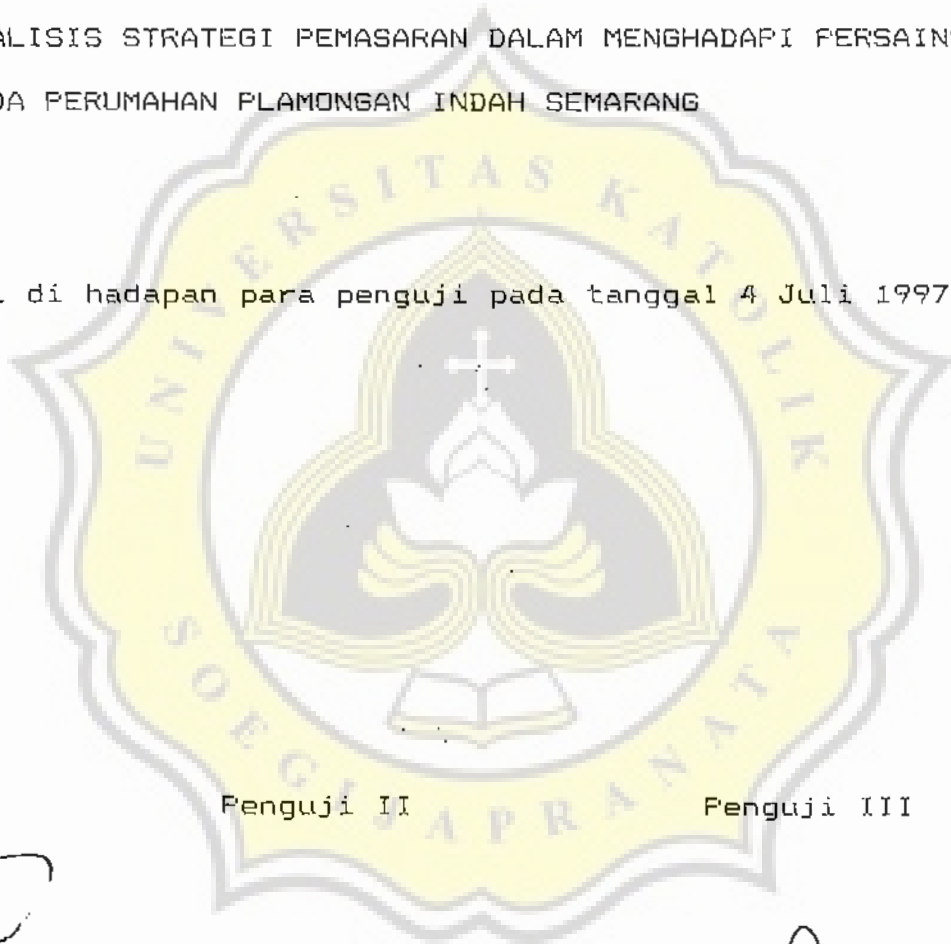


( B. Karno Budi. P, SE,MM )

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN  
PADA PERUMAHAN PLAMONGAN INDAH SEMARANG

Telah diuji di hadapan para penguji pada tanggal 4 Juli 1997



Penguji I

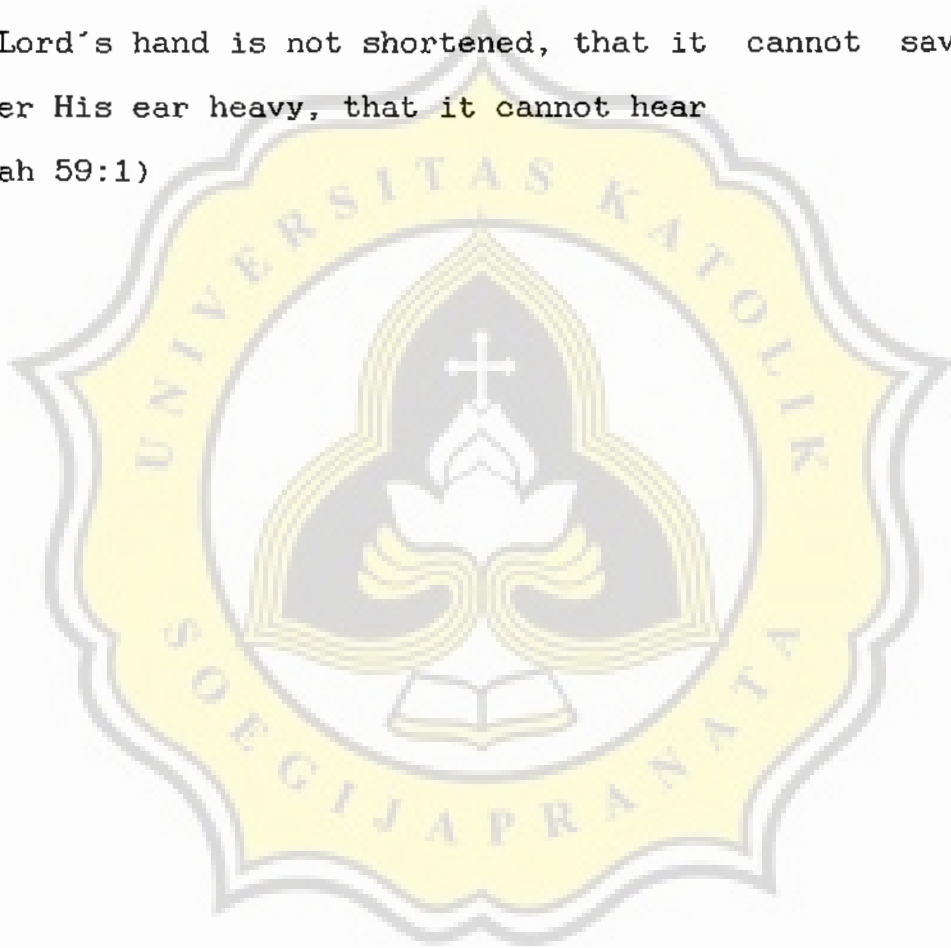
Penguji II

Penguji III

(Drs. Sugiono, MSIE) (Komala Inggarwati, SE, MM) (Rudy Elyadi, SE, MM)

## HALAMAN MOTTO

The Lord's hand is not shortened, that it cannot save;  
neither His ear heavy, that it cannot hear  
(Isaiah 59:1)



## HALAMAN PERSEMBAHAN



Untuk orang-orang terpenting  
dan terhebat dalam hidupku :  
papa, mama, Ina, Linda dan  
seseorang yang selalu ada  
dalam hati.

## ABSTRAKSI

Rumah merupakan kebutuhan primer sesudah pangan dan sandang. Kebutuhan masyarakat terhadap sarana papan ini masih sangat besar sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun.

Kebutuhan masyarakat terbesar adalah di kawasan perkotaan sebagai akibat arus urbanisasi yang deras selama sepuluh tahun terakhir. Hal ini dapat terlihat dari hasil proyeksi Bappenas yang mengatakan bahwa pada tahun 2000, jumlah penduduk perkotaan akan menjadi 40% dari total penduduk Indonesia. Dan pada tahun 2010, jumlah penduduk perkotaan diperkirakan mencapai 55% dari jumlah penduduk Indonesia.

Bisnis real estat makin diminati dewasa ini. Hal ini membuat banyak pengusaha yang terjun dalam bisnis ini. Dari tahun 1990 - 1996, terjadi peningkatan jumlah pengusaha real estat yang terdaftar dalam keanggotaan REI Jawa Tengah.

Peningkatan jumlah pengusaha yang terjun dalam bisnis ini membuat semakin ketatnya persaingan dalam industri. Persaingan yang ketat ini membuat perusahaan harus dapat menetapkan dan menjalankan strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produknya dan bersaing dengan pesaingnya.

Penetapan strategi pemasaran harus berdasarkan pertimbangan yang tepat. Untuk itu perusahaan harus mengetahui faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi perusahaan.

Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal yang dimiliki perusahaan. Dengan mengetahui faktor internal ini, perusahaan akan dapat menghadapi peluang dan ancaman yang timbul dari pihak eksternal perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan permasalahan penelitian yaitu bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan, ditinjau dari aspek produk, harga dan promosi, dalam menghadapi persaingan dengan memperhatikan faktor eksternal, dan internal perusahaan yang menunjukkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran, ditinjau dari aspek produk, harga dan promosi, yang dilakukan oleh Perumahan Plamongan Indah dalam menghadapi persaingan dengan memperhatikan faktor eksternal dan internal perusahaan yang menunjukkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT fungsional. Data dan informasi yang dianalisis adalah pemasaran.

Dalam analisis ini akan dilihat apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan.

Lingkungan eksternal yang dianalisis dalam penelitian ini adalah

- a. Demografi dengan memperhatikan jumlah penduduk, komposisi usia penduduk yang diperkirakan memiliki kebutuhan untuk membeli rumah.
- b. Geografi dengan memperhatikan penyebaran penduduk.
- c. Ekonomi dengan melihat perkembangan pendapatan regional per kapita, laju inflasi dan perkembangan tingkat suku bunga.
- d. Pemerintah dengan memperhatikan peraturan dan kebijakan pemerintah yang berpengaruh terhadap perusahaan.
- e. Sosial budaya dengan memperhatikan budaya masyarakat akan arti sebuah rumah.
- f. Pesaing dengan melihat jumlah pesaing dalam industri.

Cara menganalisis lingkungan internal adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan lembar pertanyaan dan diminta untuk memberikan jawaban pada pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam lembar kuesioner. Responden yang diminta untuk mengisi lembar kuesioner adalah manajer pemasaran, manajer produksi dan manajer personalia. Sebagai pembanding, peneliti mengambil tiga orang di luar perusahaan dan yang mengerti tentang Perumahan Plamongan Indah yaitu staff karyawan REI Jawa Tengah.

Analisis yang digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan dalam industri dan pertimbangan strategi pemasaran yang akan diambil adalah matriks daya tarik industri/kekuatan usaha yang diperkenalkan oleh General Electric. Dalam matriks ini terdapat strategi-strategi pemasaran yang disarankan kepada perusahaan.

Daya tarik industri dalam penelitian ini dicerminkan oleh pertumbuhan anggota REI Jawa Tengah dari tahun 1994 - 1996. Kekuatan usaha dapat dilihat dari pertumbuhan pangsa pasar yang dapat dikuasai perusahaan.

Analisis lingkungan eksternal menunjukkan banyak peluang dalam industri. Peluang yang ada tersebut antara lain peningkatan jumlah penduduk yang diperkirakan memiliki kebutuhan untuk membeli rumah, pemusatan penduduk di daerah perkotaan dan meningkatnya jumlah penduduk perkotaan dari tahun ke tahun, peningkatan pendapatan regional per kapita, prediksi penjualan perumahan yang menunjukkan bahwa lima tahun mendatang penjualan rumah akan terus meningkat, kebiasaan tinggal di rumah susun yang belum membudaya di masyarakat dan masih terdapat permintaan yang belum terpenuhi.

Yang menjadi ancaman bagi perusahaan adalah kebijakan pemerintah memberikan subsidi kredit bagi rumah susun sederhana dan semakin banyaknya pesaing dalam industri.

Kinerja pemasaran, personalia, produksi dan keuangan menunjukkan keadaan normal menuju kepada kekuatan perusahaan.

Kondisi pemasaran perusahaan yang merupakan kekuatan adalah nama dan citra perusahaan, kualitas yang baik, letak geografis yang strategis, pemberian jasa dan

fasilitas tambahan untuk membuat konsumen merasa puas, penetapan harga, intensitas promosi, penyampaian informasi kepada konsumen dan efektifitas iklan.

Kelemahan di bidang pemasaran adalah biaya yang tinggi, pembelian potongan harga, tenaga penjualan yang kurang terampil dalam melayani konsumen dan kurangnya pengadaan acara pada lokasi perumahan.

Kondisi Perumahan Plamongan Indah yang didapat dari matriks daya tarik industri/kekuatan usaha menunjukkan kondisi yang semakin membaik. Strategi pemasaran yang disarankan kepada Perumahan Plamongan Indah adalah *protect and refocus strategy*.

Melihat masih terdapat banyaknya peluang yang ditimbulkan oleh lingkungan eksternal maka Perumahan Plamongan Indah mengembangkan lokasi perumahannya ke arah timur dengan luas lahan sekitar 70 hektare. Orientasi perusahaan harus ditekankan pada penjualan rumah pada lokasi yang lama. Hal ini dapat dilakukan dengan pemberian diskon dan hadiah untuk menarik minat konsumen.

Segmen pasar perumahan yang menarik adalah tipe rumah menengah ke bawah. Karena masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah lebih besar daripada masyarakat berpenghasilan tinggi.

Harga yang ditetapkan harus dapat bersaing dengan pesaingnya yang disertai dengan kualitas rumah yang baik dan fasilitas yang memadai. Hal ini dapat menimbulkan citra yang baik terhadap Perumahan Plamongan Indah sehingga minat beli konsumen lebih besar.

Promosi untuk produk di lokasi lama tetap dijalankan. Promosi tersebut digabungkan dengan promosi produk tahap pengembangan. Pengeluaran yang dilakukan untuk mendukung kegiatan promosi harus dilakukan secara efisien dan efektif.

Perusahaan harus berusaha untuk melakukan efisiensi biaya agar dapat bersaing dengan pesaingnya. Efisiensi biaya ini dapat dilakukan antara lain dengan pemesanan bahan baku dalam jumlah besar, mengurangi atau menghilangkan biaya perbaikan rumah dan penyatuan kantor pemasaran pada lokasi perumahan.

Kekuatan - kekuatan yang dimiliki perusahaan harus dapat dipertahankan. Perusahaan juga harus mengurangi kelemahan - kelemahan yang dimilikinya.



## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kemurahan dan kemuliaan-Nya, sehingga peneliti berhasil menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul : " ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PADA PERUMAHAN PLAMONGAN INDAH SEMARANG"

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi salah satu syarat yang diperlukan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu tercapainya penyelesaian penelitian ini, baik langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih ini terutama ditujukan kepada :

1. Drs. Alex Emyll, MSP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Drs. Soegiono, MSIE, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, dorongan dan masukan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ben. Karno Budi Prasetyo, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan berbagai masukan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.

4. Drs. Theo. Sudimin, MS, selaku dosen wali yang telah memberikan informasi dan dorongan kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Manajer PT. Kini Jaya Indah Semarang yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan memberikan data-data yang diperlukan.
6. Staf karyawan REI DPD Jawa tengah.
7. Yang tercinta Ayah, Ibu, dan Adik yang telah membantu memberikan dorongan moral dan material.
8. Michael, Wea dan Yenny, serta rekan-rekan yang telah membantu sehingga terselesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah ikut serta membantu memberikan informasi tambahan yang peneliti perlukan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Semarang, Juni 1997

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>Bab I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan .....	5
<b>Bab II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1. Pengertian Strategi.....	7
2.1.2. Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.3. Strategi Pemasaran.....	8
2.1.4. Bauran Pemasaran.....	9
2.2. Kerangka Pikir.....	14
2.3. Definisi Operasional.....	14

Bab III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Alasan Pemilihan Lokasi.....	18
3.2. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.3. Metode Analisis Data.....	20

Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	23
4.1.1. Wawasan PT. Kini Jaya Indah.....	23
4.1.2. Anggaran Dasar PT. Kini Jaya Indah .....	23
4.1.3. Maksud dan Tujuan.....	23
4.1.4. Mekanisme Kerja.....	24
4.1.5. Lokasi Proyek Kerja.....	24
4.1.6. Struktur Organisasi.....	24
4.2. Analisis Hasil Penelitian.....	32
4.2.1. Analisis Lingkungan Eksternal...	32
4.2.2. Analisis Lingkungan Internal....	45
4.3. Strategi Pemasaran .....	55

Bab V : PENUTUP

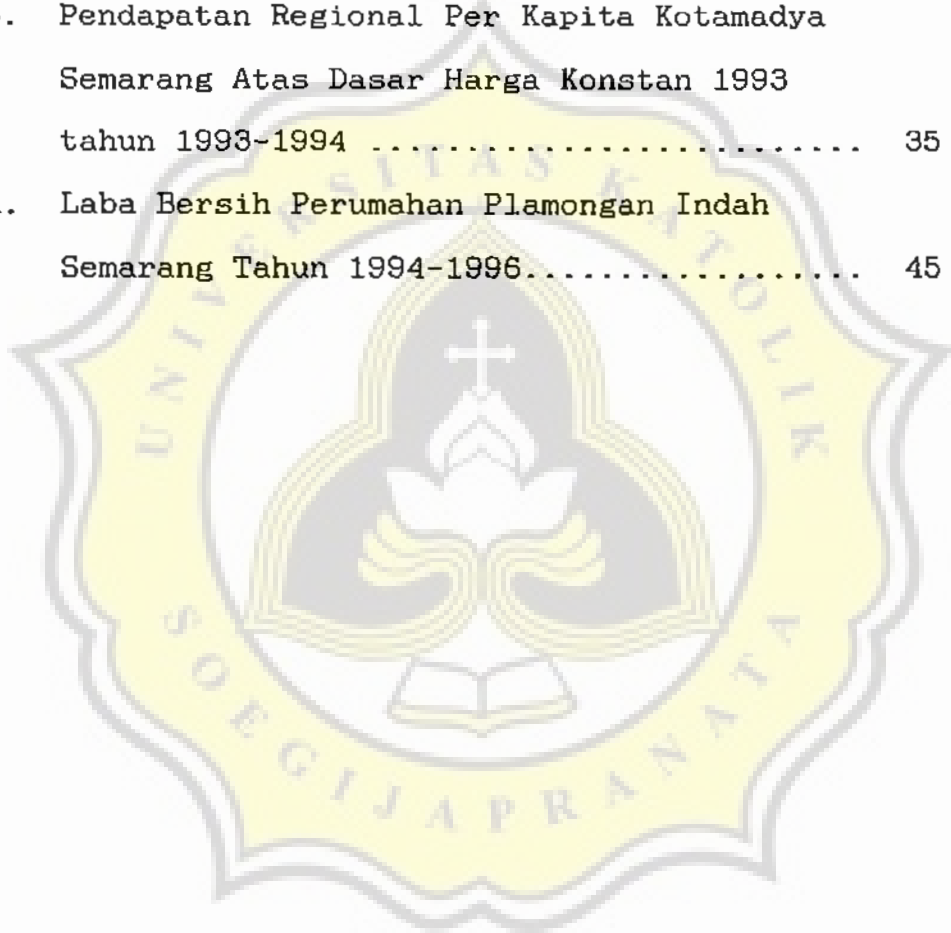
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Kodya Semarang Tahun 1991-1995 .....	32
Tabel 4.2. Jumlah dan Perbandingan Usia 20 Tahun ke Atas di Kotamadya Semarang Tahun 1991-1995	33
Tabel 4.3. Pendapatan Regional Per Kapita Kotamadya Semarang Atas Dasar Harga Konstan 1993 tahun 1993-1994 .....	35
Tabel 4.4. Laba Bersih Perumahan Plamongan Indah Semarang Tahun 1994-1996.....	45



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pertumbuhan Jumlah Anggota REI Jawa Tengah Tahun 1990-1996 .....	2
Gambar 3.1. Matriks Daya Tarik Industri/Kekuatan Usaha	22
Gambar 4.1. Laju Inflasi Tahun 1989-1997 .....	36
Gambar 4.2. Prediksi penjualan Rumah dan Suku Bunga di Indonesia .....	37
Gambar 4.3. Pertumbuhan Jumlah Anggota REI Jawa Tengah Tahun 1990-1996 .....	42
Gambar 4.4. Pangsa Pasar Anggota REI Tahun 1996 .....	43

