# **BAB III**

**ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING**

Suatu bisnis atau industri mempunyai karakteristik yang berbeda-beda dari sisi ekonomi, lingkungan, pasar, dan prospek jangka panjangnya. Banyak sekali perubahan yang terjadi dalam perkembangan industri saat ini yang berdampak pada kelangsungan dan kesuksesan bisnis itu sendiri. Semakin berkembangnya teknologi, kreativitas, dan inovasi maka akan semakin besar pula tantangan baru dalam industri. Untuk itu analisis industri dan pasar sangat dibutuhkan untuk menentukan strategi apa yang akan digunakan dan apa yang harus dilakukan untuk jangka panjang. Analisis ini juga dilakukan untuk menghadapi perkembangan yang ada serta meminimalisir resiko ketidakpastian dalam bisnis. Setelah melakukan analisis ini, nantinya untuk acuan dan pertimbangan untuk menjalankan bisnis.

1. ***Trend* dan Pertumbuhan Industri**

Perkembangan industri/bisnis di Indonesia saat ini semakin maju dan berkembang berkat kemajuan teknologi-teknologi yang juga semakin canggih dan moderen. Hampir sebagian besar lini bisnis saat ini sudah mengandalkan mesin yang terkomputerisasi dan tersistem dengan baik serta presisi dalam melakukan berbagai macam pekerjaan. Teknologi lain seperti kemajuan internet juga mampu mendorong bisnis di Indonesia cepat untuk mencapai sasaran dan target pasarnya, sekali klik semua pesan yang ingin disampaikan kepada calon konsumen langsung tepat sasaran dan siapapun bisa melihat dan mengakses hal tersebut.

Pada bab 1 sudah dijelaskan bahwa perkembangan industri properti saat ini sudah semakin banyak. Hal ini disebabkan karena tingkat pertumbuhan penduduk Indonesia yang semakin banyak, pertumbuhan industri semakin maju, serta teknologi semakin berkembang. Faktor ini adalah sebab industri properti juga semakin berkembang. Pembangunan dimana-dimana, para *developer* besar berlomba-lomba menghadirkan hunian yang layak untuk masyarakat baik kelas bawah, menengah, ataupun atas.

Akibat kemajuan teknologi yang semakin canggih, pembangunan yang ada di Indonesia terutama di kota-kota besar semakin cepat selesai. Banyak teknologi moderen yang digunakan kontraktor untuk mempercepat pembangunannya seperti: semen khusus yang cepat kering hanya dalam hitungan jam, alat-alat perkakas otomatis yang bekerja lebih cepat dari tenaga manusia, dan masih banyak lagi.

*Trend* dan perkembangan properti semakin lama semakin banyak dan menjamur karena saat ini penduduk Indonesia semakin banyak, pertumbuhan industri di tempat Teluk Asri berdiri semakin banyak, dan itu berdampak pada banyaknya masyarakat desa yang migrasi ke daerah-daerah strategis untuk mencari pekerjaan. Tahun 2016 sampai saat ini berbagai pengembang besar sudah melakukan ekspansi di Karawang, Jawa Barat. Gencarnya infrastruktur dan puluhan kawasan industri membuat para pengembang besar berlari menuju daerah tersebut.

PT. Agung Podomoro Land (APL) sudah sukses membangun proyek *Grand* Taruma seluas 48 hektar dan Taruma *City* seluas 5,6 hektar yang terdiri dari 1.200 unit rumah dan 424 unit ruko. Pengembang besar lain seperti PT. Summarecon Agung Tbk. Membangun kota mandiri *Summarecon Emerland* seluas 43 hektar, dan masih banyak lagi pengembang yang melakukan ekspansi kesana. Data ini menunjukkan bahwa perkembangan industri properti di karawang semakin lama semakin baik. <https://industri.kontan.co.id/news/prospek-bersinar-pengembang-ekspansi-ke-karawang> (diakses 1 Maret 2019).

1. **Analisis Pesaing**

Waktu berjalan sangat cepat dan banyak sekali perubahan yang terjadi pada lingkungan, pasar, gaya hidup, teknologi, dan ekonomi. Kreativitas dan inovasi harus tetap dipertahankan agar bisnis dapat bertahan lama di pasar serta dapat mengungguli pesaing-pesaing yang ada. Keberhasilan suatu bisnis terjadi jika perusahaan mampu membaca dan menganalisis kekurangan dan kelebihan pesaing sebagai acuan kita untuk dapat menentukan strategi apa yang akan dilakukan untuk memenangkan persaingan di industri properti.

Perusahaan membutuhkan data dan informasi dari para pesaing yang terdekat yang ada di sekitar tempat usaha itu berdiri. Hal ini dilakukan untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang akan diterapkan perusahaan agar efektif dan efisien. Data ini bersumber dari harga, promosi, desain rumah, lokasi, dan fasilitas umum dari pesaing. Hal ini dilakukan untuk melihat apa kekurangan pesaing agar dapat kita atasi dan apa kelebihan pesaing yang dapat kita contoh.

Mengetahui data dan informasi tersebut, maka dilakukan observasi ke beberapa bisnis properti sejenis. Dalam observasi tersebut, ditetapkan beberapa kriteria sebagai pertimbangan yaitu, harga, promosi, desain rumah, lokasi, dan fasilitas umum. Kriteria ini sebagai acuan untuk menentukan kekurangan dan kelebihan dari pesaing. Berikut adalah hasil pengamatan pesaing dari Teluk Asri yang dapat dilihat pada Tabel 3.1 di halaman selanjutnya

**Tabel 3.1**

**Perbandingan Pesaing**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PESAING** | **KEUNGGULAN** | **KELEMAHAN** |
| Sukaati *Residences* | 1. Tipe 36/70. Luas tanah 70m², luas bangunan 36m² 2. 2 kamar tidur, 1 kamar mandi, 1 lantai 3. Sertifikat hak milik 4. *Line* telepon 5. Taman 6. *Carport* 7. *One Gate System* 8. *Online CCTV* 24 Jam 9. *TV Satelite* 10. *Accses Door Lock* 11. Keamanan 24 Jam 12. Dekat Pasar 13. Dekat Rumah Sakit 14. Dekat Pintu TOL 15. Dekat Sekolah 16. Harga Rp 355.000.000 | 1. Tidak ada *AC* 2. Tidak ada garasi 3. Tidak ada kolam renang 4. Tidak ada PAM 5. Tidak terintegrasi pusat perbelanjaan 6. Tidak ada *jogging track* 7. Tidak ada tempat ibadah 8. Tidak ada *club house* 9. Tidak ada futsal *indoor* |
| **Lanjutan Tabel 3.1 Perbandingan Pesaing** | | |
| *Cluster River Garden* | 1. Tipe 45/50. Luas Tanah 50m², luas bangunan 45m² 2. 2 kamar tidur, 2 kamar mandi, 2 lantai 3. Sertifikat Hak Milik 4. Taman 5. *Carport* 6. Terintegrasi dengan pusat perbelanjaan 7. Dekat dengan *jogging track,* wahana hiburan, sekolah Al-Azhar, dan RSUD Karawang 8. 5 menit dari pintu TOL Karawang Barat 9. Keamanan 24 jam 10. *Acceses card* 11. Tempat ibadah 12. *Club house* 13. Futsal *indoor* 14. Air PAM 15. Harga Rp 700.000.000 | 1. Tidak ada *AC* 2. Tidak ada garasi 3. Tidak ada telepon 4. Tidak ada *CCTV* 5. Tidak ada *TV Satelite* |

Sumber: *Observasi Penulis, Maret 2019*

1. **Analisis PESTEL (*Political, Economy, Social, Technology, Environment,* dan *Legal*)**

Analisis PESTEL adalah analisis eksternal perusahaan untuk dapat melihat kesempatan yang ada di pasar serta ancaman yang harus dihindari agar berubah menjadi peluang untuk Teluk Asri kedepannya. Analisis ini dibuat untuk dapat menggali potensi yang bisa digali dari bisnis ini. Berikut adalah hasil analisis PESTEL terhadap Teluk Asri yang telah dilakukan

1. *Politic* (Politik)

Faktor politik sangat berpengaruh dalam jalannya bisnis properti di Indonesia. Hal ini berpengaruh ke dalam aspek hukum yang berlaku di Indonesia. Keadaan politik suatu negara memperlihatkan kestabilan dari negara tersebut apakah negara itu baik atau tidak untuk dijalankan suatu bisnis. Kondisi politik suatu negara yang cenderung stabil mengundang para investor asing ataupun lokal untuk menanamkan modalnya di negara tersebut. Sedangkan kondisi politik yang tidak stabil membuat para investor asing maupun lokal berfikir dua kali untuk menginvestasikan uangnya.

Keadaan semacam ini berpengaruh dalam jalannya bisnis Teluk Asri terutama dalam hal legalitas yang berlaku di lapangan. Khususnya di Indonesia, siapapun yang berkuasa saat itu untuk memimpin suatu negara, masing-masing akan berbeda terapannya meskipun mempunyai landasan hukum yang sama. Hal ini dapat berdampak baik juga dapat berdampak buruk untuk Teluk Asri tergantung bagaimana Teluk Asri dapat mensiasati para penguasa politik.

1. *Economy* (Ekonomi)

Kondisi ekomoni adalah salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam jalannya bisnis Teluk Asri. Sebagai contoh bahwa kondisi tempat Teluk Asri berdiri adalah daerah yang maju akan infrastruktur dan berbagai macam kawasan industri terletak disana. Adanya pembangunan masal disana berdampak positif bagi kondisi ekonomi di daerah tersebut. Otomatis perkembangan taraf hidup suatu masyarakat akan berbanding lurus dengan perkembangan infrastruktur.

Keadaan ekonomi seperti ini sangat menguntungkan bagi pebisnis properti karena sebagian besar orang di daerah tersebut memiliki penghasilan yang baik. Itulah mengapa faktor ekonomi mempunyai peranan penting dalam jalannya bisnis Teluk Asri. Jika kondisi ekonomi dibalik dari penjelasan diatas Teluk Asri juga tidak akan sukses menjalankan bisnisnya dan akan kesulitan merealisasikan visi misinya.

1. *Social* (Sosial)

Sosial budaya sangat mempengaruhi pola pikir, pola sikap, dan pola tindak dari masing-masing individu terhadap segala macam kondisi. Faktor ini bisa berpengaruh besar juga bisa pengaruh kecil untuk Teluk Asri tergantung bagaimana cara pandang seseorang tentang pentingnya properti bagi mereka. Memiliki sebuah properti sama halnya dengan memiliki sebuah *Iphone* dengan *Xiaomi*.

Manusia memiliki pandangan dan pola pikir yang tidak sama. Sebagai contoh: orang-orang membeli *Iphone* selain memang untuk fungsi yang baik juga sebagai *prestige* bagi mereka. Tetapi orang-orang membeli *Xiaomi* hanya untuk fungsi yang cukup untuk melakukan aktivitas mereka tanpa memikirkan *prestige*. Sama halnya dengan rumah, tergantung pandangan seseorang untuk memiliki rumah bertujuan untuk apa. Apakah itu untuk investasi sekaligus tempat tinggal semata atau memang untuk memuaskan gengsinya. Maka dari itu, faktor sosial juga berpengaruh untuk Teluk Asri.

1. *Technology* (Teknologi)

Pengaruh teknologi di zaman ini sangat berdampak bagi bisnis di Indonesia. Bisnis bidang apapun saat ini menggunakan teknologi moderen untuk mempermudah dan mempercepat pekerjaan. Dalam kaitannya dengan ini, Teluk Asri menggunakan teknologi yang sudah berkembang untuk mempercepat proses pemasaran dan juga pekerjaan dalam proses produksi rumah. Teknologi menjadi peluang untung Teluk Asri dalam memperluas pasar dan menghasilkan produk yang berkualitas baik.

1. *Environment* (Lingkungan)

Lingkungan adalah aspek yang juga berpengaruh untuk kemajuan Teluk Asri. Lingkungan tempat Teluk Asri berdiri adalah lingkungan yang strategis karena terletak di dekat puluhan kawasan industri dan pembangunan infrastruktur yang terkoneksi mudah untuk ke Jakarta. Perkembangan besar ini juga menjadi nilai positif karena harga tanah di sekitar Teluk Asri akan terus melambung tinggi. Atas dasar ini, Teluk Asri cocok dijadikan investasi jangka panjang karena daerah ini akan berkembang terus menerus.

1. *Legal* (Hukum)

Faktor terakhir dalam analisis PESTEL adalah *legal* (hukum). Hukum adalah faktor terpenting dalam bisnis di Indonesia. Berkaitan dengan faktor politik, faktor hukum ini adalah bagian yang mempunyai benang merah dengan politik. Berbagai macam perizinan dan surat-surat itu sangat berpengaruh dengan hukum. Perusahaan yang tidak memiliki badan hukum yang jelas, perizinan yang jelas, surat-surat yang jelas, nantinya akan bermasalah di kemudian hari. Tentunya hukum ini bisa menjadi ancaman untuk Teluk Asri juga menjadi peluang untuk Teluk Asri.

Ancaman itu terjadi jika kita menjalankan bisnis tidak sesuai dengan norma hukum yang berlaku, Teluk Asri bertindak tidak sesuai dengan prosedur, itu akan membahayakan perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan dapat mengikutinya dengan baik dan dapat mensiasatinya dengan bijak, hal ini akan menjadi peluang untuk kemajuan bisnis Teluk Asri di masa yang akan datang.

1. **Analisis Pesaing: Lima Kekuatan Persaingan Model Porter (*Porter Five Forces Business Model*)**

Menurut Fred R. David (2017:229), “lima kekuatan Porter tentang analisis kompetitif adalah pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi di banyak industri.” Berikut adalah lima model kekuatan dalam persaingan yang dapat dilihat pada Gambar 3.1

**Gambar 3.1**

***Porter’s Five Forces Model* (Model Lima Kekuatan Porter)**

Potensi pengembangan produk-produk pengganti

Daya tawar konsumen

Daya tawar

pemasok

Persaingan antar perusahaan saingan

Gambar 3 1

Potensi masuknya pesaing baru

Sumber : *Fred R. David (2017 :229), Strategic Management*

1. Persaingan Antar Perusahaan

Persaingan antar perusahaan saingan yaitu perusahaan lain yang menawarkan atau menjual produk sejenis dalam bisnisnya. Persaingan antar perusahaan merupakan kekuatan yang sangat berdampak pada bisnis Teluk Asri. perusahaan harus memberikan keunggulan kompetitif pada segala macam aspek baik desain, fasilitas, lokasi, maupun harga dari bisnis itu sendiri agar dapat bertahan di pasar.

Persaingan dalam industri properti sangatlah ketat, perusahaan pemain akan berlomba-lomba menghadirkan produk unggulannya dalam aspek manapun. Teluk Asri mempunyai beberapa saingan seperti Sukaati *Residences* dan *Cluster River Garden.* Kedua pesaing ini memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Mereka memberikan masing-masing keunggulan kompetitif yang sangat berbeda, terlihat dari perbedaan harga yang cukup signifikan.

1. Potensi Masuknya Pesaing Baru

Pada industri properti banyak sekali pesaing baru bermunculan dengan menghadirkan inovasi yang bervariasi dengan maksud untuk mencuri pasar *market leader*-nya. Untuk itu dibutuhkan pemasaran yang baik dan produk yang terus bervariasi mengikuti zaman agar *brand image* perusahaan akan tetap ada di benak konsumen.

Teluk Asri dalam aktivitas bisnisnya terus melakukan pemasaran melalui media sosial yang gencar pada saat ini, bekerja sama dengan perusahaan *advertising* agar produknya dikenal di pasar, dan terus melakukan observasi terhadap pasar dengan maksud untuk mengetahui perkembangan pasar dalam inovasi produk. Ancaman pesaing baru akan dapat diatasi jika perusahaan selalu memperbarui produk, melakukan observasi pasar untuk perbandingan, dan terus gencar dalam promosi produk.

1. Potensi Pengembangan Produk Pengganti

Produk pengganti menjadi ancaman yang besar bagi perusahaan jika perusahaan hanya tetap menghadirkan produk yang sama tanpa memperbaharui inovasi produknya. Produk subtitusi biasanya ada karena harga produk yang ditetapkan mahal. Ancaman pengganti Teluk Asri rendah karena tidak ada produk pengganti yang lebih baik dibandingkan *landed house*.

Adapun produk pengganti rumah sebagai tempat tinggal tetap adalah apartemen, tetapi apartemen tidaklah menjadi investasi yang baik dibandingkan rumah yang berdiri diatas tanah secara langsung. Apartemen hanya memiliki sertifikat hak guna bangunan, sementara *landed house* memiliki hak guna bangunan dan juga tanah.

1. Daya Tawar Pemasok

Teluk Asri tidak secara langsung berhubungan dengan pemasok. Pemasok di sini diartikan sebagai bahan material untuk pembangunan rumah dan komplek Teluk Asri. Teluk Asri menggunakan kontraktor dalam proses pembangunannya. Teluk Asri menyerahkan semua proyek ini ke *main contractor* yang menang tender saat pengajuan proposal kerja sama dengan Teluk Asri. Seluruh pemasok bahan baku yang dibutuhkan diserahkan dan diatur oleh kontraktor sesuai permintaan Teluk Asri.

1. Daya Tawar Konsumen

Daya tawar konsumen akan tinggi jika ada banyak produk pengganti yang lebih murah, jika kedudukan pembeli adalah yang terpenting bagi penjual, jika pembeli membeli dalam jumlah yang banyak, jika pembeli mengetahui informasi tentang produk tersebut, jika penjual sulit menjual barang yang dijajakan. Dalam hal ini, ancaman bagi Teluk Asri adalah produk pengganti dari pesaing. Konsumen akan beralih jika ada pesaing menghadirkan barang sejenis yang lebih murah dan lebih memiliki fasilitas dan desain yang kekinian. Untuk itu Teluk Asri akan terus menjaga kualitas, desain, dan fasilitas umum dengan harga yang relatif terjangkau daripada pesaingnya.

1. **Analisis Faktor-faktor Kunci Sukses (*Competitive Profile Matrix/CPM*)**

Menurut Fred R. David (2017:236) , *“The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitiors and its particular streghts and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position”*. (*CPM* adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pemain di dalam sebuah industri), karena dalam analisis *CPM* ini perusahaan mengidentifikasikan para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki. Berikut adalah analisis *CPM* dari Teluk Asri yang dapat dilihat pada Tabel 3.2

**Tabel 3.2**

***Competitive Profile Matrix* Teluk Asri**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Competitive Profile Matrix* Teluk Asri** | | | | | | | |
| ***Critical Success Factor*** | ***Weight*** | **Teluk Asri** | | **Sukaati *Residences*** | | ***Cluster River Garden*** | |
| ***Rating*** | ***Score*** | ***Rating*** | ***Score*** | ***Rating*** | ***Score*** |
| Lokasi | 0,45 | 4 | 1,8 | 3 | 1,35 | 4 | 1,8 |
| Fasilitas Umum | 0,30 | 3 | 0,9 | 2 | 0,6 | 4 | 1,2 |
| Promosi | 0,15 | 4 | 0,6 | 4 | 0,6 | 4 | 0,6 |
| Desain | 0,07 | 3 | 0,21 | 3 | 0,21 | 4 | 0,28 |
| Harga | 0,03 | 3 | 0,09 | 4 | 0,12 | 2 | 0,06 |
| **Total** | **1** |  | **3,6** |  | **2,88** |  | **3,94** |

Sumber: *Teluk Asri*

Tabel *Competitive Profile Matrix (CPM)* diatas terdiri dari *critical success factor, weight, rating,* dan *score.* Dimana *critical success factor* adalah kriteria faktor yang menunjang sukses atau tidaknya suatu bisnis. *Weight* adalah bobot dari masing-masing faktor sukses suatu bisnis, bobot ini harus total berjumlah satu. Nilai tertinggi bobot diartikan bahwa faktor tersebut lebih besar pengaruhnya daripada faktor yang lain. *Rating* ditunjukkan pada nilai 1 sampai 4. Dimana nilai 4 menunjukkan nilai yang paling baik dan 1 menunjukkan nilai yang paling buruk. *Score* adalah hasil perkalian dari bobot dikali dengan *rating*. Jumlah *score* yang paling besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut lebih unggul dibanding perusahaan saingan. Berikut adalah posisi Teluk Asri dari pesaing berdasarkan di atas

1. Lokasi

Lokasi mempunyai bobot paling tinggi yaitu 0,45 dari 1 karena hasil kuisioner menunjukkan bahwa dalam mencari sebuah hunian pribadi hal yang pertama kali dilihat adalah lokasi yang strategis. Lokasi yang strategis menunjang aktivitas penghuni menjadi lebih mudah dalam segala hal. Selain itu, lokasi yang strategis dan berkembang akan menaikan investasi jangka panjang dengan waktu yang singkat. Posisi Teluk asri dalam hal lokasi memiliki *rating* 4 sama dengan *Cluster River Garden* karena lokasinya tidak jauh. Sedangkan Sukaati *Residences* memiliki *rating* 3 dengan alas an letaknya tidak sestrategis Teluk Asri dan *Cluster River Garden.*

1. Fasilitas Umum

Fasilitas umum adalah prioritas kedua dalam seseorang mencari hunian pribadi yang memiliki bobot 0,30 dari 1. Teluk Asri menempati *rating* 3 dibawah *Cluster River Garden* dan di atas Sukaati *Residences*. Alasan mengapa Teluk Asri mendapatkan nilai 3 karena fasilitas umum dari Teluk Asri memadai. Seperti adanya taman, lapangan serbaguna, *jogging track*, yang cukup memenuhi dan menunjang kebutuhan penghuni. Sementara untuk *Cluster River Garden* memiliki fasilitas umum yang sangat lengkap oleh karena itu mendapatkan nilai 4. Sukaati *Residences* mendapatkan nilai 2 karena fasilitas umum yang ada di perumahan tersebut kurang memadai.

1. Promosi

Promosi menempati urutan ke tiga yang terpenting bagi pelanggan untuk mendapatkan rumah hunian pribadi yaitu memiliki bobot 0,15 dari 1. *Cluster River Garden* dan Sukaati *Residences* mendapatkan nilai 4 karena kedua pesaing ini sudah lama ada. Mereka memiliki kekuatan finansial yang kuat sehingga dapat melakukan promosi besar-besaran. Teluk asri juga memiliki nilai 4 karena secara garis besar bisnis yang baru muncul harus lebih baik promosinya untuk mengalahkan pesaingnya.

1. Desain

Desain memiliki bobot 0,07 dari 1 yang menempati urutan ke 4 terpenting setelah lokasi, fasilitas umum, dan promosi. Teluk Asri memiliki pilihan desain yang tidak jauh berbeda dengan Sukaati *Residences*, maka dari itu nilai yang didapatkan Teluk Asri dan Sukaati *Residences* sama. *Cluster River Garden* memiliki nilai paling tinggi karena perumahan ini memiliki desain yang baik tetapi tidak terlalu beda secara signifikan dengan Teluk Asri.

1. Harga

Harga menjadi urutan paling akhir untuk menentukan faktor kunci sukses dari bisnis ini yaitu memiliki bobot 0,03 dari 1. Teluk asri mendapatkan nilai 3 karena terletak di tengah-tengah antara *Cluster River Garden* dan Sukaati *Residences*. Harga jual yang diberikan Teluk Asri berkisar di harga Rp 415.000.000, sementara *Cluster River Garden* berkisar di harga Rp 700.000.000 dan Sukaati *Residences* di harga Rp 355.000.000. Harga yang paling unggul adalah Sukaati *Residences* sementara yang paling mahal yaitu *Cluster River Garden.*

1. **Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (*SWOT Analysis*)**

Menurut Fred R. David (2017:251) SWOT Matrix adalah sebuah alat pemaduan atau pemasangan yang penting yang dapat membantu manajer untuk mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO – *Strength and Opportunity* (Kekuatan dan Peluang), WO – *Weakness and Opportunity* (Kelemahan dan Peluang), ST – *Strength and Threat* (Kekuatan dan Ancaman), WT – *Weakness and Threat* (Kelemahan dan Ancaman). Berikut adalah analisis SWOT dari Teluk Asri yang dapat dilihat pada Tabel 3.3 di halaman selanjutnya

**Tabel 3.3**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Internal**      **Eksternal** | ***Strength(S)*** | ***Weakness(W)*** |
| 1. Harga yang terjangkau 2. Kualitas bangunan lebih baik 3. Lokasi strategis 4. Desain rumah moderen 5. Promosi kredit 0% langsung *developer* selama 30x tanpa uang muka | 1. Luas *cluster* lebih kecil dibandingkan pesaing 2. Kurang fasilitas seperti *club house*, futsal, dan lain-lain |
| ***Opportunities(O)*** | **Strategi SO** | **Strategi WO** |
| 1. Teknologi yang semakin berkembang 2. Infrastruktur dan kawasan industri semakin berkembang 3. Internet cepat memudahkan pemasaran untuk menjangkau lebih luas | 1. Menargetkan pemasaran ke karyawan industri (S1,O2) 2. Menerapkan *smart home system* pada unit Teluk Asri (S2,S4,O1) 3. Melakukan promosi dengan slogan infrastruktur dan investasi yang baik (S3,O2) 4. Membuat materi pemasaran melalui sosial media dan *website* (S5,O3) | 1. Membuat materi pemasaran dengan informasi bahwa Teluk Asri menggunakan Teknologi terkini pada rumahnya (W1,O1,O3) 2. Membuat penataan komplek yang baik sehingga dapat dibuat taman, lapangan serba guna, dan *jogging track* (W2,O2) |
| ***Threat(T)*** | **Strategi ST** | **Strategi WT** |
| 1. Adanya inovasi desain rumah dari pesaing 2. Adanya pesaing yang sudah berpengalaman dan memiliki modal besar 3. Selera masyarakat yang selalu berubah-ubah | 1. Menetapkan harga yang lebih terjangkau (S1,T2) 2. Membangun rumah dengan teknologi masa kini (S2,S4,T1) 3. Berinovasi mengikuti *trend* pasar (S3,T3) 4. Memberikan kredit langsung dengan angsuran lebih panjang (S5,T2) | 1. Mendesain rumah yang tidak kalah teknologinya dengan pengembang besar (W1,T1,T3) 2. Membuat desain tata ruang komplek berdasarkan survei pasar (W2,T2) |

**SWOT Matrix Teluk Asri**

Sumber: *Teluk Asri*

Berikut adalah penjelasan dari tabel di atas pada halaman sebelumnya

1. *Strengths* (Kekuatan)
2. Harga yang terjangkau
3. Kualitas bangunan lebih baik
4. Lokasi strategis
5. Desain rumah moderen
6. Promosi kredit 0% langsung *developer* selama 30x tanpa uang muka
7. *Weakness* (Kelemahan)
8. Luas *cluster* lebih kecil dibandingkan pesaing
9. Kurang fasilitas seperti *club house*, futsal, dan lain-lain
10. *Opportunities* (Peluang)
11. Teknologi yang semakin berkembang
12. Infrastruktur dan kawasan industri semakin berkembang
13. Internet cepat memudahkan pemasaran untuk menjangkau lebih luas
14. *Threats* (Ancaman)
15. Adanya inovasi desain rumah dari pesaing
16. Adanya pesaing yang sudah berpengalaman dan memiliki modal besar
17. Selera masyarakat yang selalu berubah-ubah