

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk yang sangat pesat perlu diimbangi dengan pembangunan infrastruktur yang tepat. Peningkatan jumlah permintaan akan tempat hunian tempat tinggal meningkat. Menjadi masalah ketika tidak diimbangi oleh ketersediaan lahan yang memadai. Salah satu solusi yang dinilai tepat adalah hunian vertikal yang biasa dikenal dengan apartemen. Pertumbuhan pembangunan apartemen, khususnya dikota-kota besar di Indonesia saat ini semakin tidak terbendung.

Perusahaan di bidang properti khususnya apartemen dan kondominium, harus mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen dan selanjutnya untuk membentuk minat beli. Banyak para pelaku bisnis yang berusaha untuk mengembangkan produk atau jasa yang mereka tawarkan agar dapat diterima oleh masyarakat. Persaingan dalam dunia bisnis properti mendorong para pengusaha untuk memunculkan pemikiran-pemikiran baru yang dapat membangun produk dan jasa yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan.

Berbagai usaha dilakukan oleh para pengusaha pengelola unit apartemen untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penyewaan unitnya. Mulai dari model, tipe, harga, dan berbagai promosi yang dilakukan. Tingginya persaingan yang terjadi dalam pemasaran produk berimbas pada volume penyewaan unit. Oleh karena itu, pengusaha harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat supaya volume penyewaan properti tidak berkurang dan terus bertambah. Salah satu alat dari analisis strategi pemasaran yang dapat digunakan yaitu metode *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) dan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Metode SWOT dapat digunakan untuk memperoleh alternatif strategi yang didapat dari aspek internal serta aspek eksternal dan Metode QSPM dapat digunakan untuk mengevaluasi serta menentukan strategi yang terbaik secara objektif dari berbagai alternatif pada PT. MDN Karya Megah Seputra.

PT. MDN Karya Megah Seputra atau biasa dikenal MDN PRO memfokuskan dalam mewujudkan pengembangan aset properti berupa unit apartemen di Apartemen

Springlake Summarecon Bekasi dalam bentuk pembelian dan penyewaan yang mengedepankan kualitas dan tarif kompetitif. Perusahaan juga berpengalaman dalam mengoperasikan usaha ini melalui metode berbasis *digital marketing*. Oleh karena itu, perusahaan sungguh berkomitmen kepada pemilik (*owner*) maupun konsumen dalam memberikan pelayanan ekstra dan semaksimal mungkin. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2020 dan berdiri sebagai Perseroan Terbatas (PT) pada tanggal 10 November 2020.

Properti adalah sebuah produk yang dihasilkan atau dibuat oleh sebuah perusahaan properti. Produk tersebut dapat berupa perumahan, apartemen, ruko, toko, rumah kantor, gedung perkantoran (*office building*), pusat perbelanjaan berupa *mall*, *plaza*, atau *trade center* termasuk dalam *commercial building*. Dalam penelitian ini, PT. MDN Karya Megah Seputra akan lebih fokus pada produk properti yaitu apartemen. Saat ini, PT. MDN Karya Megah Seputra mengelola beberapa unit properti di Apartemen Springlake Summarecon Bekasi. Berikut ini adalah Tabel 1.1 yaitu tabel jumlah ketersediaan unit pada PT. MDN Karya Megah Seputra:

Tabel 1.1 Jumlah ketersediaan unit pada PT. MDN Karya Megah Seputra

| No. | Tower | Jumlah Unit | Tipe | Keterangan |
|-----|----------|-------------|------------------------------|---------------------|
| 1. | Azolla | 1 | 2 Bedroom (1) | <i>Full furnish</i> |
| 2. | Basella | 2 | 2 Bedroom (2) | <i>Full furnish</i> |
| 3. | Caldesia | 4 | 2 Bedroom (3), Studio (1) | <i>Full furnish</i> |
| 4. | Davalia | 3 | Studio (2), 2 Bedroom (1) | <i>Full furnish</i> |
| 5. | Elodia | 1 | Studio (1) | <i>Full furnish</i> |
| 6. | Fressia | 3 | Studio (2), 2 Bedroom (1) | <i>Full furnish</i> |

Sumber : Data dari perusahaan (2021)

Berikut ini adalah Tabel 1.2 yaitu tabel data tamu sewa unit apartemen:

Tabel 1.2 Data tamu sewa unit apartemen

| Tower | Periode Sewa | Tahun 2021 (Tamu) | | | | | | | | | | | |
|----------|--------------|----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Agu | Sep | Okt | Nov | Des |
| Azolla | Harian | 4 | - | 4 | 6 | 10 | 18 | 19 | 2 | - | 7 | 7 | 9 |
| | Mingguan | 2 | 1 | 1 | - | - | 1 | 2 | - | - | - | - | - |
| | Bulanan | 1 | 1 | - | 2 | - | - | 1 | 1 | 1 | - | - | - |
| Basella | Harian | - | - | 7 | 3 | - | - | - | - | 1 | 10 | 14 | 19 |
| | Mingguan | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | Bulanan | 1 | 1 | - | 1 | 1 | 1 | 1 | - | - | - | - | - |
| Caldesia | Harian | 3 | - | 16 | 11 | 6 | - | 19 | 7 | 4 | 5 | 16 | 20 |
| | Mingguan | 1 | 2 | - | - | 1 | - | 1 | - | - | - | 1 | 1 |
| | Bulanan | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | - |
| Davalia | Harian | 1 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 10 | 1 | 5 | 13 | 11 | 10 |
| | Mingguan | - | - | - | - | - | - | 1 | - | - | - | 2 | 1 |
| | Bulanan | - | - | 1 | - | 2 | 2 | 1 | - | - | - | - | 1 |
| Elodia | Harian | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 2 | - | - |
| | Mingguan | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | Bulanan | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | - | - | - | - | 1 | 1 | 1 |
| Fressia | Harian | - | 3 | 8 | 15 | 12 | 20 | 18 | 20 | 21 | 19 | 20 | 21 |
| | Mingguan | - | - | - | - | 1 | 1 | 2 | 1 | - | 2 | 1 | - |
| | Bulanan | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | - | 1 | - | - | 1 |
| Total | | 19 | 15 | 43 | 47 | 40 | 51 | 77 | 34 | 36 | 60 | 75 | 84 |

Sumber : Data dari perusahaan (2021)

Dari data Tabel 1.2 diatas adalah total tamu sewa unit apartemen pada PT. MDN Karya Megah Seputra. Dalam data tamu sewa unit ini, menunjukkan bahwa total tamu sewa unit tertinggi pada bulan Desember 2021 dan total tamu sewa unit terendah pada bulan Februari 2021.

Pada tabel total tamu sewa unit apartemen pada PT. MDN Karya Megah Seputra periode 2021 ini, perusahaan mengalami ketidakstabilan pada volume penyewaan

unit-unit yang dikelola serta pada bulan Februari 2021 mengalami penurunan volume penyewaan unit yang signifikan. Mengenai hal tersebut diharuskan perusahaan dapat memperluas jaringan-jaringan pemasaran unit yang bertujuan untuk meningkatkan volume penyewaan unit-unit yang dikelola oleh perusahaan.

Berikut ini adalah Tabel 1.3 yaitu tabel target dan pencapaian PT. MDN Karya Megah Seputra:

Tabel 1.3 Target dan pencapaian PT. MDN Karya Megah Seputra

| Bulan | Target | Pencapaian | % Pencapaian |
|-----------|----------------|----------------|--------------|
| Januari | Rp. 50.000.000 | Rp. 8.905.928 | 17,81% |
| Februari | Rp. 50.000.000 | Rp. 5.530.816 | 11,06% |
| Maret | Rp. 50.000.000 | Rp. 29.735.825 | 59,47% |
| April | Rp. 50.000.000 | Rp. 33.734.069 | 67,47% |
| Mei | Rp. 50.000.000 | Rp. 28.384.142 | 56,77% |
| Juni | Rp. 50.000.000 | Rp. 37.445.115 | 74,89% |
| Juli | Rp. 50.000.000 | Rp. 46.447.353 | 92,89% |
| Agustus | Rp. 50.000.000 | Rp. 26.088.377 | 52,18% |
| September | Rp. 50.000.000 | Rp. 27.117.463 | 54,23% |
| Oktober | Rp. 50.000.000 | Rp. 39.909.536 | 79,82% |
| November | Rp. 50.000.000 | Rp. 46.169.752 | 92,34% |
| Desember | Rp. 50.000.000 | Rp. 49.716.578 | 99,43% |

Sumber : Data dari perusahaan (2021)

Dari data tabel 1.3 diatas adalah target dan pencapaian pada PT. MDN Karya Megah Seputra periode 2021. Berdasarkan data target dan pencapaian diatas menunjukkan bahwa pencapaian tertinggi pada bulan Desember 2021 mencapai 99,43% dan pencapaian terendah pada bulan Februari 2021 mencapai 11,06%.

Perusahaan menetapkan target sebesar Rp. 50.000.000 per bulannya pada periode 2021, hal tersebut dikarenakan dalam periode 2021 perusahaan memiliki biaya

tetap (*fixed cost*) sebesar Rp. 30.500.000, dalam biaya tetap yang dimiliki perusahaan ini meliputi gaji dan insentif karyawan, sewa unit operasional, sewa bulanan kantor, dan pajak. Perusahaan juga memiliki biaya variabel (*variabel cost*) sebesar Rp. 2.450.000, dalam biaya variabel yang dimiliki perusahaan ini meliputi tagihan PAM, PLN, dan Wi-Fi, biaya transportasi, biaya perlengkapan kebersihan, dan biaya konsumsi karyawan. ingin menutup seluruh beban usaha perbulannya sekitar Rp. 30.000.000 sampai Rp. 35.000.000. Perusahaan menyewakan unit-unit yang dikelola dengan harga Rp. 350.000 per harinya dan unit yang dikelola sebanyak 14 unit, jadi total harga jual sebesar Rp. 4.900.000. Dalam menentukan nominal penjualan yang sudah masuk pada titik impas atau biasa disebut *Break Even Point* (BEP) dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

Rumus 1.1 Menentukan *Break Even Point* (BEP)

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya Tetap (fixed cost)}}{\left\{ \frac{\text{Kontribusi margin per bulan}}{\text{harga per hari}} \right\}}$$

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp.30.500.000}}{\left\{ \frac{\text{Rp.4.900.000} - \text{Rp.2.450.000}}{\text{Rp.4.900.000}} \right\}}$$

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp.30.500.000}}{\left\{ \frac{\text{Rp.2.450.000}}{\text{Rp.4.900.000}} \right\}}$$

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp.30.500.000}}{\{0,5\}}$$

$$\text{BEP} = \text{Rp. 61.000.000}$$

Perusahaan menetapkan target dalam periode 2021 sebesar Rp. 50.000.000, sedangkan kondisi perusahaan dalam menentukan titik impas atau biasa disebut *Break Event Point* (BEP) sebesar Rp. 61.000.000. *Break Even Point* (BEP) adalah titik keseimbangan hasil dari pendapatan dan modal yang dikeluarkan, sehingga tidak terjadi kerugian atau keuntungan. Mengenai hal tersebut perusahaan diharuskan untuk meningkatkan target dalam periode 2021 sebesar Rp. 61.000.000, hal tersebut dikarenakan agar kondisi perusahaan dapat mencapai titik keseimbangan, kemudian perusahaan harus meningkatkan jaringan pemasaran unit-unit yang dikelola.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis perlu mengidentifikasi permasalahan yang terdapat di PT. MDN Karya Megah Seputra adalah:

1. Total tamu sewa unit tertinggi pada PT. MDN Karya Megah Seputra adalah bulan Desember 2021 sebanyak 84 tamu sedangkan total tamu sewa unit terendah adalah bulan Februari 2021 sebanyak 15 tamu, sehingga perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar total tamu sewa unit dapat meningkat.
2. Pencapaian tertinggi dalam periode 2021 adalah bulan Desember mencapai 99,43% dan pencapaian terendah dalam periode 2021 adalah bulan Februari mencapai 11,06%.
3. Target yang ditentukan dalam periode 2021 sebesar Rp. 50.000.000, sedangkan perusahaan dalam kondisi titik impas atau *Break Event Point* (BEP) sebesar Rp. 61.000.000. Mengenai hal tersebut diharuskan perusahaan untuk meningkatkan target dalam periode 2021.

Oleh karena itu, sesuai apa yang sudah diuraikan, penulis akan membahas skripsi ini dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE SWOT DAN METODE QSPM DI PT. MDN KARYA MEGAH SEPUTRA”.

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah ditentukan, maka dapat dibuat rumusan masalah. Rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi yang tepat dalam memasarkan unit-unit yang dikelola untuk meningkatkan volume penyewaan unit di PT. MDN Karya Megah Seputra dengan menggunakan metode SWOT dan metode QSPM?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

Untuk menentukan strategi yang tepat untuk diterapkan dalam memasarkan unit-unit yang dikelola pada PT. MDN Karya Megah Seputra dengan menggunakan metode SWOT dan metode QSPM.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah untuk mencegah meluasnya pembahasan. Adapun batasan masalah yang penulis tetapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di PT. MDN Karya Megah Seputra dan penulis memfokuskan penelitian pada pemasaran unit-unit yang dikelola untuk meningkatkan volume penyewaan unit.
2. Data yang diambil berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan adalah data sewa tamu sewa unit apartemen dan data target dan pencapaian perusahaan, berdasarkan riwayat periode 2021.
3. Penyelesaian masalah, penulis menggunakan metode SWOT dan metode QSPM.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian yang dilakukan, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan baik bagi pembisnis, bagi masyarakat dilingkungan perguruan tinggi, maupun bagi penulis sendiri.

1. Diharapkan dapat menambah wawasan, sehingga dalam kenyataannya dilapangan atau setelah bekerja dapat bermanfaat, selain itu juga bagi diri sendiri.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan pengetahuan dan dapat menjadi bahan referensi khususnya mengenai analisis SWOT dan analisis QSPM bagi mereka yang membutuhkan.
3. Menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha sejenis dalam menentukan strategi yang tepat dengan menggunakan analisis SWOT dan analisis QSPM.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di PT. MDN Karya Megah Seputra yang berlokasi di Jl. Bulevar Ahmad Yani, RT.005/RW.003, Kel. Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi, Prov. Jawa Barat, 17143. Sebuah perusahaan yang berfokus pada penyewaan aset properti berupa unit apartemen di Apartemen Springlake Summarecon Bekasi.

1.8 Metodologi Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap proses kerja.

2. Metode Wawancara

Dalam metode ini secara langsung bertemu dan melakukan tanya jawab kepada direktur dan karyawan-karyawan perusahaan.

3. Studi Pustaka

Dalam metode ini mengambil data-data sebagai bahan acuan teori dari buku, jurnal, dan literatur yang berhubungan dengan penelitian dan pembahasan skripsi ini.

1.9 Sistematika Penulisan

Penyusunan laporan skripsi ini terdiri dari beberapa bab dan masing-masing bab tersebut berisi uraian singkat dan memperjelas selama mengadakan penelitian. Hal ini dimaksudkan agar pembahasan lebih sistematis dan spesifik sesuai dengan topik. Penelitian skripsi ini terdiri dari 5 bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang dilakukannya penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan dan mengemukakan tentang teori dan studi literatur yang digunakan penulis dalam menyelesaikan skripsi.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang metode apa yang digunakan mengenai penelitian tersebut.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menganalisis dan membahas mengenai inti permasalahan tentang strategi pemasaran penyewaan unit apartemen.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian. Serta saran yang dapat menjadi pertimbangan dan dapat bermanfaat bagi perkembangan kemajuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang catatan sumber dan referensi yang digunakan untuk menyusun laporan penelitian.

