

Strategi PT. Lippo Karawaci Tbk dalam menghadapi persaingan bisnis real estate

Ario Pramadhi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20452717&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Real Estate Lippo Karawaci yang terletak di Selatan kota Tangerang saat ini menghadapi persaingan dengan banyaknya pengembang menawarkan produk perumahannya di wilayah Jabotabek. Pengembang tersebut masuk dengan menawarkan pemukiman dengan skala kota dan konsep kota yang beraneka ragam. Tingkat pasokan yang cukup tinggi ini menyebabkan pesaing banyak menawarkan produk dengan harga murah. Pembeli juga mempunyai alternatif pilihan yang lebih banyak hingga ada tuntutan akan perumahan dengan fasilitas dan kondisi yang lingkungannya lebih baik.

Selain itu peraturan pemerintah mengenai lingkungan berimbang juga merupakan hal yang harus dipertimbangkan mengingat selama ini segmen pasar yang dituju oleh real estate Lippo Karawaci merupakan segmen menengah keatas.

Analisa SWOT yang dilakukan mengidentifikasi adanya peluang untuk segmen menengah kebawah dan adanya peluang untuk menciptakan produk perumahan dengan fasilitas yang lengkap. Ancaman ada pada segmen menengah keatas dengan tingginya pasokan pada segmen ini. Semakin terbatasnya kredit sektor properti juga merupakan ancaman bagi pembiayaan. Dari hasil analisa dapat dilihat bahwa real estate Lippo Karawaci mempunyai kekuatan seperti reputasi yang baik, lingkungan yang ramah, fasilitas yang lengkap dan lainnya. Kelemahan dibandingkan kompetitor adalah masih tingginya harga produk perumahan yang ditawarkan, lahan yang semakin terbatas dan akses ke pusat kota yang selalu terjadi kemacetan.

Alternatif- alternatif strategi didapat dengan menggunakan matriks TWOS yang mencocokkan peluang atau ancaman yang ada dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Lippo Karawaci. Dari alternatif-alternatif strategi tersebut akan dipilih strategi bersaing dengan menggunakan matriks perencanaan strategi secara kumulatif (QSPM). Pembangunan rumah susun merupakan salah satu strategi yang dapat dipertimbangkan untuk segmen rumah sederhana. Untuk segmen menengah kebawah pembangunan rumah skala kecil dilokasi baru dapat memberikan keunggulan bersaing dalam harga karena harga tanah yang masih relatif lebih murah dilokasi yang baru. Sedangkan untuk segmen menengah keatas inovasi atau promosi penjualan dapat dijadikan strategi untuk lebih menarik konsumen karena tingkat persaingan yang lebih ketat di segmen ini.

Penyediaan rumah sederhana dan sangat sederhana dengan pembangunan rumah susun memerlukan pemikiran lebih lanjut terutama mengenai sistem pembelian agar semakin terbuka kesempatan bagi masyarakat kurang mampu untuk memilikinya. Alternatif pendanaan dengan subsidi silang yang tinggi dari pengembangan. Juga perlu ada penataan lingkungan sehingga keberadaan rumah susun dapat tetap menjaga keindahan, ketertiban dan kebersihan lingkungan sekitar.

Selain itu usaha meningkatkan inovasi, infrastruktur, fasilitas dan lingkungan yang berkesinambungan, sehingga memberikan rasa nyaman dan benar-benar menciptakan sebuah kota mandiri yang jauh dari pusat kota adalah merupakan hal yang sangat penting mengingat semakin tingginya tingkat persaingan di dalam bisnis real estate. Karena dengan usaha tersebut maka permintaan konsumen terhadap sebuah konsep kota mandiri akan terpenuhi.