

Analisis strategi bersaing jasa penyewaan gedung wisma 46 dalam pasar internasional. Studi kasus PT. Swadharma Frimautama

Edson Yudisthira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73091&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam menghadapi era globalisasi di mana peran pemerintah semakin kecil dan peran swasta semakin besar, dituntut adanya usaha serius dari pemerintah untuk dapat menciptakan iklim kompetisi yang sehat bagi semua pihak dalam semua bidang industri khususnya industri properti. Fundamental bisnis properti yang rapuh dalam periode sebelum krisis (1995-1997) memberikan dampak yang fatal terhadap pasar properti, khususnya pasar perumahan sebagai sub sektor terbesar, menyusul terjadinya krisis multi dimensi secara nasional di Indonesia.

Kendati iklim politik pada tahun 2001 memperlihatkan kecenderungan membaik, namun pasar properti komersial belum menunjukkan pertumbuhan yang signifikan bahkan cenderung mengalami stagnasi kecuali untuk sektor pusat perbelanjaan dan hotel bintang 3 yang cenderung mengalami peningkatan. Tingkat hunian perkantoran sewa di kawasan CBD pada tahun 2001 sedikit meningkat tetapi lebih rendah dari kenaikan tingkat hunian di luar kawasan CBD.

Gedung Wisma 46 yang terletak di kawasan CBD ikut terpengaruh oleh kondisi tersebut karena pasar over supply, permintaan turun dan sewa meningkat. Dengan berpedoman pada peningkatan tingkat hunian di kawasan CBD yang diperkirakan sedikit meningkat di tahun 2002, PT. Swadarma Primautama harus bersaing dengan perusahaan? sejenis lainnya untuk menang dalam pembagian pasar karena banyaknya penyewa yang pindah.

Tesis ini bertujuan untuk menganalisis posisi persaingan dan strategi pemasaran PT. Swadharma Primautama (SPU), khususnya dalam tenant market. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif untuk mengidentifikasi kedua faktor lingkungan internal dan eksternal yang mungkin berpengaruh dalam industri ini. Data penelitian diambil dari studi literatur, studi lapangan dan pengisian kuesioner oleh 20 responden yang memiliki keahlian dan pengetahuan serta keterampilan dalam industri properti (purposive sampling). Kepada pare responden diberikan kuesioner terdiri dari faktor-faktor internal kekuatan bisnis dan faktor-faktor eksternal daya tarik industri dengan skala 1-100.

Analisis data pada kekuatan bisnis PT.SPU dan daya tarik industrinya menghasilkan rata-rata bobot nilai 3,658 (faktor internal) dan 3,474 (faktor eksternal). Dengan menempatkan rata-rata bobot nilai kekuatan bisnis dan daya tarik pasar pada matrik GE, menghasilkan posisi pada ruang V, mengindikasikan bahwa kekuatan bisnis perusahaan terletak pada tingkat rata-rata (average) dan daya tarik industri cukup menarik. Menurut David (2001:216), posisi ini membutuhkan strategi hold and maintain, sebagai pertimbangan perusahaan untuk menang dalam pembagian pasar.