

Strategi bersaing dengan konsep kompetensi inti pada bisnis pengembangan perkotaan : studi kasus pada PT. Lippo Karawaci Tbk, Tangerang

Nurahma Hajat, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=77083&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi bersaing dengan konsep kompetensi yang bertumpu pada sumberdaya perusahaan, merupakan strategi yang dapat membuat perusahaan tetap unggul. Ini semua disebabkan karena strategi ini sulit ditiru pesaing akibat sumber keunggulannya berasal dari dalam perusahaan yang tidak dimiliki pesaing.

Menjamurnya perusahaan pengembang perkotaan dan perumahan, menyebabkan kelompok perusahaan ini sulit bertahan. PT Lippo Karawaci Tbk, Tangerang yang termasuk dalam kelompok usaha ini, harus cepat mengantisipasi keadaan. Atas dasar pertimbangan di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mencari keunggulan bersaing yang mengacu pada sumberdaya perusahaan, yang sulit ditiru pesaing.

Penelitian ini merupakan studi kasus karena hanya membahas satu masalah dalam hal penelitian ini, strategi bersaing. Permasalahan yang diajukan : Pertama, sumberdaya apa saja yang dimiliki PT Lippo Karawaci Tbk; Kedua, kompetensi inti apa saja yang dimiliki PT Lippo Karawaci Tbk; Ketiga, bisnis apa saja yang dapat dikembangkan berdasarkan kompetensi inti yang dimiliki PT Lippo Karawaci Tbk.

Pengumpulan data penelitian, dilakukan dengan observasi dan mewawancarai para direktur di lingkungan PT Lippo Karawaci Tbk. Data dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

Pertama, sumberdaya PT Lippo Karawaci Tbk terdiri dari : sumberdaya kasat mata, dibagi menjadi sumberdaya fisik (lokasi, produksi dan produk serta pemasaran) dan keuangan; sumberdaya tidak kasat mata dibagi sumberdaya teknologi (pengelolaan air limbah dan bersih, desain rumah, komputerisasi bidang manajemen) dan sumberdaya reputasi (konsep penjualan dan klub pemasaran; pusat perbelanjaan terluas di Jakarta; apartemen tertinggi di Jakarta; pelopor desain Mediteranean dan Town House); sumberdaya manusia (keteraturan manajemen, keunggulan karyawan pemasaran, kehandalan petugas keamanan).

Kedua, kompetensi inti PT Lippo Karawaci Tbk, adalah : konsep penjualan (preproject selling), kerjasama dengan perusahaan lain.

Ketiga, pengembangan bisnis berdasar kompetensi inti PT Lippo Karawaci Tbk : perpanjangan waktu pembayaran uang muka dan cicilan (konsep penjualan); mendirikan toko, perpustakaan umum, pusat kursus, bengkel mobil, rent a car, pasar onderdil dan tradisional (aliansi strategis); mendirikan sarana olahraga, peribadatan, taman rekreasi, penitipan bayi, asrama mahasiswa/karyawan, pusat jajan, pengembangan jalur angkutan se-Jabotabek, pengadaan taksi (fasilitas pendukung keberadaan kota baru); pembayaran telepon di kawasan Lippo Karawaci (pelayanan purna jual); peningkatan bonus dan jumlah tenaga penjual, membuka usaha jual beli rumah (SDM pemasaran); pembelian saham perusahaan yang lebih rendah harga tanahnya dari kawasan Lippo Karawaci (akuisisi saham).