

## Analisis strategi pemasaran perumahan panorama hill Sumedang

Mila Merriment Bagau<sup>1</sup>, Fitri Destiani Faradilah<sup>2</sup>, Leonardo Nelson Makai<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Koperasi Indonesia

<sup>1</sup>[milanderdimenbagau@gmail.com](mailto:milanderdimenbagau@gmail.com), <sup>2</sup>[futridestianif26@gmail.com](mailto:futridestianif26@gmail.com), <sup>3</sup>[leonardomakai@gmail.com](mailto:leonardomakai@gmail.com)

---

**Info Artikel :**

Diterima :  
15 Juni 2022  
Disetujui :  
20 Juni 2022  
Dipublikasikan :  
25 Juni 2022

---

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran pada PT.Rahayu Putra Eks khususnya perumahan Panorama Hill Sumedang berdasarkan analisis SWOT. Permasalahan penelitian adalah semakin ketat persaingan dan selektif konsumen dalam memilih produk yang tersedia di pasar, perusahaan harus mencari strategi yang tepat dalam memperhatikan lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi, mewawancarai staff marketing dan memperoleh data keadaan real di area Perumahan Panorama Hill Semedang. Hasil penelitian diperoleh bahwa strategi SO (strengths dan opportunities), yaitu dengan mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan untuk dapat meningkatkan penjualan dalam kondisi pertumbuhan pasar yang semakin tinggi, strategi ST (strengths dan threats) dengan cara meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dalam menghadapi persaingan dari pesaing lama yang semakin berkembang ke arah yang baik dan dalam menghadapi pesaing baru yang menghasilkan produk lebih inovatif. Kemudian, Strategi WO (weaknesses dan opportunities) yaitu dengan cara memahami apa yang diinginkan oleh konsumen dan meningkatkan pemahaman mengapa konsumen layak membeli produk yang kita tawarkan mengingat potensi pasar yang sangat baik serta pertumbuhan pasar yang semakin tinggi. Sedangkan Strategi WT (weaknesses dan threats) adalah dengan memperbaiki strategi bisnis ke arah yang lebih baik dengan membuat strategi-strategi yang berbeda dari pesaing.

**Kata Kunci:** Strategi pemasaran, Analisis SWOT, PT Panorama Sumedang

---

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine marketing strategies at PT. Rahayu's former son, especially Panorama Hill Sumedang housing based on SWOT analysis. The problem of research is increasingly stringent in selective competition and consumers in choosing products available on the market, companies must look for the right strategies in paying attention to the company's internal and external environment. Data collection of this study uses interviews and observations, interviewing marketing staff and getting a real situation in the Panorama Hill residential area in Semedang. The results of the study found that strategies so (strength and opportunity), namely by maintaining product quality produced to be able to increase sales in higher market growth conditions, ST power and threats by improving the quality of products produced in the face of competition from old competitors Developing in a good direction and in the face of new competitors that produce more innovative products. Then, the WO strategy (weakness and opportunity) is to understand what consumers want and improve understanding why consumers deserve to buy products we offer considering excellent market potential and higher market growth. While the WT strategy (weakness and threat) is to improve business strategies in a better direction by making different strategies from competitors.*

**Keywords:** Marketing strategy, SWOT analysis, PT Panorama. Sumedang



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

---

## PENDAHULUAN

Meningkatnya pertumbuhan penduduk di wilayah perkotaan mengakibatkan terjadinya peningkatan di beberapa sektor, salah satunya adalah kebutuhan terhadap tempat tinggal, baik dalam bentuk perumahan maupun nonperumahan (Riskiyah dkk, 2015). Di sisi lain, semakin lama ketersediaan lahan untuk tinggal semakin sempit, mengakibatkan harga tanah dan rumah semakin tinggi. Tingginya harga rumah di perkotaan menyebabkan keterbatasan daya beli bagi masyarakat yang memiliki kemampuan finansial rendah sehingga mereka cenderung memilih perumahan bersubsidi.

Namun, bagi kalangan menengah ke atas, keinginan mendapatkan hunian terbaik terkadang tidak begitu memperhitungkan tingginya biaya yang dikeluarkan.

Kebutuhan akan perumahan bagi penduduk Sumedang dan sekitarnya mendorong para pengembang perumahan (properti) untuk memberikan alternatif solusi perumahan yang lebih layak dan terjangkau. Pengembang mulai mencari daerah-daerah yang strategis dan nyaman untuk dibangun perumahan-perumahan. Kawasan Sumedang yang merupakan salah satu kecamatan di Kab Sumedang dianggap potensial karena masih memiliki lahan yang cukup luas untuk proyek perumahan dengan topografi berbukitan.

Dalam membeli rumah, masyarakat tidak hanya melihat faktor harga, namun mereka mulai mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti faktor lokasi, faktor bangunan, dan faktor lingkungan. Alasan masyarakat mempertimbangkan faktor harga karena hal tersebut berkaitan dengan pendapatan dan kemampuan. Bagi mereka yang memiliki pendapatan besar, mungkin harga tidak akan menjadi masalah, tapi mereka lebih mempertimbangkan faktor lokasi dan kualitas produk, dalam hal ini ialah faktor bangunan. Sedangkan faktor lingkungan merupakan faktor tambahan yang tidak bisa diabaikan karena faktor ini merupakan salah satu faktor yang menentukan apakah perumahan tersebut layak untuk dihuni seperti keamanan, kebersihan, kelengkapan fasilitas umum dan sebagainya.

Selain itu perusahaan juga harus mengerti apa arti penting dari pemasaran yaitu bukan hanya sekedar menjual produk tetapi perusahaan harus mampu memahami konsep inti dari pemasaran yang meliputi kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands). Dengan adanya pemasaran dapat membantu memberikan informasi mengenai barang atau jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan sasaran pasar. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu, sedangkan keinginan adalah kehendak yang kuat akan pemuasan yang spesifik terhadap kebutuhan – kebutuhan yang lebih mendalam. Sementara permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Fungsi – fungsi pemasaran: a.) Fungsi pertukaran, b.) fungsi distribusi pisik, c.) fungsi prantara. Peter Drucker seorang ahli manajemen, mengatakan bahwa tujuan pemasaran adalah membuat agar penjual berlebih – lebihan dan mengetahui serta memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau pelayanannya cocok dengan konsumen dan laku dengan sendirinya. Hal itu bukan berarti bahwa penjualan dan promosi menjadi tidak penting, tetapi keduanya lebih merupakan bagian dari bauran pemasaran (marketing mix) yang lebih luas, atau seperangkat alat pemasaran yang harus dimanfaatkan untuk meraih dampak maksimum dari pasar (Dr. Sudaryono Manajemen Pemasaran hal 50 - 51).

Dengan semakin ketatnya persaingan dan semakin selektifnya konsumen dalam memilih produk yang tersedia di pasar, perusahaan membutuhkan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai kecenderungan perkembangan pasar persaingan dan keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan dengan menyediakan fasilitas yang nyaman bagi konsumen. Pasar yang berubah dengan cepat dan berbagai hambatan persaingan membutuhkan keterampilan para eksekutif dalam menetapkan teknik atau cara pemasaran produk perumahan secara strategis.

Hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan dalam memenangkan persaingan adalah strategi pemasaran yang diterapkan. Pemasaran berkenaan dengan mengenali dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui proses pertukaran. Proses pertukaran semestinya merupakan aktifitas mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Tentunya penanganan proses pertukaran memerlukan waktu dan juga keahlian yang baik.

Hal yang perlu diperhatikan dalam oleh perusahaan salah satunya ialah membangun komunikasi yang efektif dengan konsumen. Untuk membangun sebuah komunikasi menyeluruh atau komprehensif, perusahaan harus mendesain model komunikasi yang mampu memengaruhi konsumen. Bentuk pengaruh itu berupa kesadaran bahwa produk yang dihasilkan atau dipasarkan berkualitas, pada umumnya komunikasi pemasaran dirancang untuk membuat konsumen peduli, bahkan tertarik dengan produk perusahaan, memunculkan komitmen atau loyalitas konsumen, menciptakan sikap positif konsumen terhadap produk, memberikan makna simbolik produk, atau memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi konsumen. (Dr. Sudaryono Manajemen Pemasaran Hal. 171)

Komunikasi pemasaran adalah komunikasi yang dilakukan anatara produsen, perantara, pemasaran, dan konsumen, merupakan kegiatan untuk membantu konsumen mengambil keputusan dibidang pemasaran dengan menyadarkan semua pihak untuk berfikir, berbuat, bersikap lebih baik. (Dr. Sudaryono Manajemen Pemasaran Hal. 179). Cara efektif berkomunikasi dengan konsumen yaitu: 1.)

membuat pesan sesederhana mungkin, 2.) memfokuskan pada gaya hidup mereka, 3.) Menekankan pada nilai yang ditawarkan, 4.) menceritakan pengalaman orang lain, 5.) menggunakan kalimat yang menyentuh emosi, ^.) terus lakukan komunikasi. (Dr. Sudaryono Manajemen Pemasaran Hal. 195 – 197).

Hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan ialah strategi menangkap peluang, mengapa hal ini sangat penting karena perusahaan harus bisa melihat peluang dalam bisnis agar mudah tercapai tujuan perusahaan dan mempermudah perusahaan dalam menghadapi masalah – masalah atau persaingan atau kompetitor. Beberapa strategi dalam rangka menangkap peluang usaha antara lain sebagai berikut: 1.) Pilihan dan strategi berbasis besar. Mencari keunggulan dalam biaya atau unggul dalam persaingan, 2.) Pilihan dan strategis berbasis biaya. Mengharuskan perusahaan untuk menjadi produsen dengan biaya paling murah dibanding produk pesaing terdekat, 3.) pilihan dan strategis berbasis diferensiasi. Pemusatan keunikan produk perusahaan, 4.) pilihan dan strategi focus. Target golongan pasar yang khusus atau berfokus pada pasar yang belum digarap. (Dr. Sudaryono Manajemen Pemasaran Hal. 280).

Selain itu, untuk mengelola perusahaan secara profesional, diperlukan alat ukur yang dapat menunjukkan kinerja yang sudah dilakukan. Alat ukur yang digunakan haruslah memperhatikan keseimbangan antara sisi keuangan dan nonkeuangan, antara jangka pendek dan jangka panjang, serta melibatkan faktor internal dan eksternal. Salah satu alat ukur yang paling populer dan paling banyak digunakan saat ini adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2017).

Bertitik tolak dari kondisi perbandingan yang ada, maka perusahaan harus mencari strategi yang tepat dengan memperhatikan lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dimiliki. Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah analisis strategi pemasaran yang PT. Rahayu Putra Eks khusus perumahan Panorama Hill menggunakan analisis SWOT. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan PT. Rahayu Putra Eks khusus perumahan Panorama Hill Sumedang menggunakan analisis SWOT.

## **METODE PENELITIAN**

Berdasarkan jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu, data yang didapat langsung dari staf marketing Perumahan Panorama Hill Sumedang. Sedangkan data sekunder yaitu data pendukung lainnya yang digunakan dalam penelitian ini, berupa data daftar harga dana spesifikasi produk Panorama Hill, dan informasi internal perusahaan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Metode observasi ini peneliti gunakan untuk memperoleh data keadaan real di area Perumahan Panorama Hill seperti lokasi, keadaan bangunan, dan lingkungan di sekitar perumahan. Sedangkan teknik wawancara dilakukan karena di dalam penelitian ini diperlukan data-data tentang bagaimana strategi PT. Rahayu Putra Eks khusus perumahan Panorama Hill dalam memasarkan produknya. Tipe wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur karena apa yang ditanyakan kepada informan bersifat informasi lintas waktu yang berkaitan dengan masa lampau, masa sekarang, dan masa yang akan datang dan juga pertanyaan yang diajukan tidak terikat dan kaku oleh suatu susunan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.

Adapun alat analisis yang digunakan untuk menganalisis perumusan strategi pemasaran pada PT. Rahayu Putra Eks khusus Perumahan Panorama Hill adalah matriks SWOT. Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Matriks SWOT adalah kerangka / alat penting yang membantu untuk mengembangkan empat jenis strategi: Strategi SO (Strength and Opportunity). Strategi ini digunakan untuk menangkap dan memanfaatkan peluang industri yang ada dengan memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Strategi WO (Weakness and Opportunity). Strategi ini ditujukan untuk memperbaiki atau membenahi kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan supaya dapat memanfaatkan atau mengambil peluang yang ada di industri. Strategi ST (Strength and Threat). Strategi ini ditujukan untuk mengurangi atau meminimalisir ancaman industri suatu perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan internal suatu perusahaan. Strategi WT (Weakness and Threat). Strategi ini digunakan untuk memperbaiki kelemahan yang ada pada suatu perusahaan untuk meminimalisir ancaman. Strategi ini merupakan strategi untuk bertahan dalam peta persaingan. Dari keempat komponen dasar tersebut, Strength (kekuatan) dan

Weakness (Kelemahan) adalah faktor internal organisasi/perusahaan itu sendiri, sedangkan Opportunities (Peluang) dan Threats (Ancaman) merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan perusahaan ataupun Organisasi. Oleh sebab itu, Analisis SWOT juga sering disebut dengan Analisis Internal Eksternal (Internal-External Analisis) dan Matriks SWOT juga sering dikenal dengan Matrix IE (IE Matrix). Alasan penggunaan ini dikarenakan masing-masing strategi memiliki karakteristik hasil analisis yang berbeda-beda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Perumahan Panorama Hill

Panorama Hill merupakan kompleks perumahan yang terletak di daerah perbukitan tepatnya di Jl. Raya Jatinagor KM 24,2 Bandung 45362 Kab. Sumedang, Kac. Tanjung Sari Jawa Barat. Perumahan yang dibangun oleh PT. Rahayu Putra Eks ini menawarkan desain rumah minimalis modern area cluster dua pintu keluar masuk, 2 lantai, kamar tidur, carport, kamar mandi, dapur, RTH. Fasilitas tersebut dibangun untuk memanfaatkan lahan yang luas dan view pemandangan yang bagus, Perumahan Panorama Hill ini memiliki beberapa tipe yaitu tipe 112, 128, 138, 140, 147, 159, 182, 181, 150 dan 212 dengan kisaran harga dari Rp 700 juta hingga Rp 1 Miliaran. Selain fasilitas pemandangan dan spot foto, Panorama Hill juga menyediakan fasilitas, listrik 1300 Watt, air bersih dan PPN, BPHTB, AJB, BN. (Browser perusahaan).

Perumahan Panorama awalnya merupakan bisnis keluarga yang berdiri pada tahun 1997-2002 dan mulai dibangun pada tahun 2000 oleh pak Sahala Hutabarat setelah di kembangkan menjadi perusahaan. Perusahaan dikembangkan oleh anaknya yang bernama Bu Marisa Hutabarat sebagai direktur utama, Bu Meiman Telaumbanua sebagai direktur, Bu Marina Hutabarat sebagai komisaris utama dan Bu Mergie Klaessen Hutabarat sebagai komisaris.

PT. Rahayu Putra Eks sendiri telah sukses mengembangkan areal perumahan seperti Perumahan Land dan Panorama Hill. Perumahan Panorama Land berdiri pada tahun 2015, dan Perumahan Panorama Hill berdiri pada tahun 2019 lalu mulai aktif pada tahun 2022 yang keseluruhannya berada di wilayah Sumedang. PT Rahayu Putra Eks sendiri memiliki maksud dan tujuan kegiatan usaha seperti berikut: a.) meliputi perdagangan import dan ekspor, antar pulau/daerah serta lokal, untuk barang2 hasil produksi sendiri dan hasil produksi perusahaan lain serta bertindak sebagai agen, levelensir, supplier, dan komisioner, serta pembangunan yg berhubungan dgn usaha real estate yaitu penjualan dan pembelian bangunan2 rumah, gedung perkantorn, gedung pertokoan, unit2 ruangan apart, ruangan kondominium, jalan jembatan, bangunan perairan, jalan kereta api, dan landasan-ladangan. b.) dalam bidang jasa -menjalankan usaha2 di bidang jasa antara lain jasa konsultan kecuyali jasa dalam bidang hukum, jasa pengadaan security, jasa angkutan darat dan perbengkelan. c.) dalam bidang pembangunan -menjalankan usaha2 dibidang pembangunan, bertindak sebagai pengembang yang meliputi perencanaan, pelaksana, pemborongan pada umumnya (general contractor) antara lain pembangunan kawasan perumahan (real estate), kawasan industri (industrial estate), gedung-gedung, apartement, kondominium, perkantoran, pertokoan, beserta fasilitas2nya termasuk pengurangan, pemerataan, pemasangan instalasi-instalasi listrik, gas, air minum, telekomunikasi, air conditioner dan bidang teknik sipil, electro, mesin.

Adapun visinya sebagai pengembang perumahan adalah membuat lokasi bukit di Ngalian menjadi salah satu daya tarik masyarakat untuk berkunjung ke Panorama Hill. Untuk mencapainya, pengelola melakukan usaha-usaha yang merupakan misi organisasi yaitu menjadikan Panorama Hill sebagai tempat hunian yang nyaman baik dari segi penataan rumah dengan model minimalis modern maupun lingkungan sekitar yang asri dengan fasilitas Taman Oktagon, Kampong Indian, Pujasera, dan Kolam renang yang sedang dalam tahap pengerjaan dengan target market membangun rumah untuk kalangan menengah ke atas.

### Strategi Pemasaran

PT. Rahayu Putra Eks memasarkan Perumahan Panorama Hill mempunyai strategi pemasaran yang telah dijalankan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi data yang di peroleh strategi pemasaran Perumahan ialah sebagai berikut.

#### Strategi Produk

Semua produk perumahan Panorama Hill merupakan hunian modern minimalis di alam perbukitan. Desain rumah yang ditawarkan ialah konsep rumah modern minimalis di area cluster dengan 2(1 pintu depan dan 1 pintu belakang) pintu akses keluar masuk. Layanan lainnya berupa

fasilitas listrik sebesar 1300 W. Sumber airnya berasal dari air artesis ditambah dengan fasilitas umum berupa taman di setiap unit rumah. Area perumahan seluas ± 6 hektar ini berada di daerah perbukitan dengan lingkungan yang masih hijau, udara bersih dan segar, serta bebas banjir sehingga menciptakan suasana hunian yang nyaman dan aman. Keunggulan lain dari perumahan ini adalah suasana malam hari yang tetap semarak dengan adanya variasi lampu-lampu LED di sepanjang jalan lingkungan perumahan.

Adapun perumahan panorama hill siap menerima beberapa permintaan dari konsumen bila ingin memperbaharui atau mengubah posisi ruangan atau permintaan lainnya, seperti: kolam renang, luas bangunan dll.

### Strategi Harga

Harga yang ditentukan oleh Perumahan Panorama Hill untuk masing-masing tipe rumah berbeda tergantung luas bangunan, luas rekuens sesuai tanahnya dan Harga jual termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan biaya Akte jual (AJB)/balik dan biaya yang timbul akibat peraturan pemerintah. Biaya Pecahan Sertifikat, mendapakan biaya untuk instalasi listrik sesuai spesifikasi, pemasangan pompa air listrik, Harga per unit perumahan disajikan di dalam tabel berikut:

Type	Tanah	Harga(Rp)	DP 20%
70	112	749,000,000	149,800,000
70	128	813,000,000	162,600,000
70	138	853,000,000	170,600,000
70	140	861,000,000	172,200,000
70	147	889,000,000	177,800,000
70	159	937,000,000	187,400,000
110	182	1,201,000,000	240,200,000
110	181	1.205,000,000	241,000,000
70	150	901,000,000	180,200,000
110	212	1,321,000,000	264,200,000

**Tabel 1.** Harga Jual Panorama Hill Januari 2022

#### Keterangan :

- Booking fee Rp 5.000.000 ( masuk dalam harga jual )
- Biaya penambahan luas bangunan Rp 4.500.000/m<sup>2</sup>
- Harga sewaktu-waktu dapat berubah-ubah
- Harga termasuk sertifikat, IMB, listrik dan air bersih
- Termasuk biaya PPN, BPHTB, AJB, BN
- Estimasi KPR mengikuti suku bunga bank

### **Strategi Tempat (lokasi)**

Perumahan Panorama Hill terletak di daerah perbukitan tepatnya di Jl,Raya Jatinagor KM 24,2 Bandung 45362 Kab.Sumedang, Kac.Tanjung Sari merupakan wilayah di Kac.Sumedang yang mulai berkembang pesat dengan makin banyaknya lokasi pendidikan dan berdekatan dengan tol sehingga perumahan panorama hill sendiri berada di lokasi yang sangat strategis, dapat dikatakan strategis karena 5 menit ke Kawasan pendidikan ITB,UNPAD dan Kampus lainnya, 10 menit ke exit Tol cileuyi dan cisumdawu, dan 5 menit ke Mall JATOS.

Dengan lokasinya di perbukitan dan lebih tinggi dari daerah sekitarnya, perumahan ini memiliki keunggulan bebas banjir. Letak perumahan ini juga tidak terlalu dekat dengan kepadatan aktifitas kota sehingga keadaan lingkungannya masih tergolong hijau dan sejuk. Lokasi perumahan di atas perbukitan juga memungkinkan untuk mendapatkan view dan pemandangan penerangan malam hari perkotaan dari kejauhan.

### **Strategi Distribusi**

Strategi distribusi adalah strategi pelayanan perumahan kepada konsumen berdasarkan cara pembayaran yang dilakukan Perumahan Panorama Hill melakukan strategi distribusi dengan membuka kantor pemasaran perumahan Panorama Hill. Dengan adanya kantor pemasaran, maka perusahaan dapat memberikan pelayanan dan informasi lengkap mengenai produk yang terdapat di Panorama Hill.

Cara pembayaran dilakukan secara KPR maka PT ini bekerja sama dengan beberapa Bank seperti BCA, BRI, BNI Mandiri, BSI, BJB dan BTN namun yang lebih di utamakan Bank BJB dan Bank BTN. Adapun beberapa opsi pembayaran yaitu: 1.) cash keras ( langsung bayar ). 2.) cash bertahap ( cicilan ) selama 5-20 tahun.

Selain itu, yang termasuk dalam distribusi yaitu pemasok yang menunjang pembangunan Perumahan Panorama Hill. Dalam hal ini, pihak perusahaan bekerjasama dengan PT Pelangi yang menjadi pemasok dalam pembangunan perumahan. Dipilih PT Pelangi karena memiliki bahan-bahan yang berkualitas untuk keperluan pembangunan perumahan dan bahan yang dibutuhkan sangat lengkap tersedia di PT Pelangi.

### **Strategi Promosi**

Promosi berguna untuk mengkomunikasikan produk kepada masyarakat. Diharapkan dengan adanya promosi suatu produk dapat dikenal oleh masyarakat dan menimbulkan ketertarikan konsumen untuk membelinya. Agar produk perumahannya dikenal oleh masyarakat Panorama Hill melakukan beberapa promosi diantaranya dengan cara on the spot, canvasin, iklan di media cetak, iklan di media elektronik. Dalam mempromosikan di media cetak ataupun elektronik perumahan panorama hill membuat konten dan membuat browser semarik mungkin agar dapat menarik minat konsumen selain itu pada konten maupun browser perumahan panorama hill melampirkan spesifikasi terbaik yaitu : 1) 3 kamar tidur,2 kamar mandi,ruang keluarga, dan dapur. 2) carport, taman, lantai granit. 3) lantai dan dinding kamar mandi kramik. 4.) rangka atap baja ringan 5.) plafon gypsum 6.) dinding bata merah, plester aci. 7.) listrik 1300 watt. 8.) kloset duduk, kusen aluminium, sumber air artesis 9.) sertifikat hak milik (SHM). Memberikan penawaran harga yang dapat disesuaikan dengan konsumen untuk mendekatkan perusahaan dengan para konsumen, Perumahan Panorama Hill mengadakan 2x sosialisasi karena dia baru aktif di bulan maret.

### **Analisis SWOT**

Kekuatan faktor internal yaitu: 1) Memiliki brand name yang cukup unik di pasaran dan mudah diingat. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah pemesanan perumahan Panorama Banjaran; 2) Kualitas produk yang dijual kepada konsumen selalu diperhatikan. PT. Rahayu Putra Eks selalu memberikan produk dengan kualitas terjamin dan superior; 3) Kepemilikan sumber daya keuangan yang memadai sangat membantu PT. Rahayu Putra Eks dalam menjalankan segala aktivitasnya sebagai developer dan dalam mengembangkan produk perumahannya; 4) Pelayanan yang baik merupakan salah satu kunci yang diterapkan Perusahaan Perumahan Panorama Hill dalam menjalankan seluruh aktivitasnya sebagai salah satu developer di Sumedang dan sebagai salah satu strategi yang digunakan dalam mencapai visi yang telah ditetapkan perusahaan. Respon yang baik dan cepat merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan Perumahan Panorama Hill dalam memikat konsumen dan mempertahankan konsumen; 5) Pengalaman yang telah lama dalam bisnis perumahan

membuat salah satu daya tarik dan kekuatan yang dimiliki oleh Perusahaan Panorama Hill dalam memikat konsumen. Selama 20 tahun ini telah banyak menyelesaikan proyek dalam bisnis developer baik dalam skala kecil ataupun skala besar. Ini juga didukung oleh adanya Surat Keputusan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia yang telah menyetujui pendirian perusahaan, Surat Izin Perdagangan Besar dari pemerintah kota Sumedang; 6) Konsep perumahan yang modern, minimalis, unik dan asri merupakan konsep perumahan yang ditawarkan oleh PT. Rahayu Putra Eks dan hal ini menjadi salah satu kekuatan dari PT. Rahayu Putra Eks dalam menawarkan produk perumahannya kepada masyarakat; 7) Perumahan yang berada di daerah perbukitan memberikan view yang indah dan sejuk. Suasana malam hari tetap mewah dan semarak dengan adanya variasi lampu-lampu LED di sepanjang jalan perumahan 8) Pembayaran uang muka bisa diangsur sebanyak 12 kali. 9) Promosi rutin yang dilakukan Perumahan Hill, sehingga masyarakat semakin mengenal Perumahan Panorama Hill; 10) Memiliki bonus jika membeli perumahan type di atas 47. 11) Akses perumahan yang dekat dengan kampus dan pintu keluar masuk tol sehingga membuat konsumen dapat tertarik untuk membeli.

Kelemahan Faktor Internal yaitu: 1) Segmentasi pasar yang terbatas, hanya untuk kalangan menengah ke atas; 2) Pilihan type rumah yang kurang beragam paling kecil type 47, dan seterusnya keatas. 3) kurangnya promosi secara langsung kepada konsumen. 4) kurangnya bimbingan kepada karyawan baru dalam memasarkan Perumahan Panorama Hill. 5) Uang muka tidak dikembalikan 100% jika tidak jadi melakukan pembelian hunian;

Peluang Faktor Eksternal, yaitu: 1) Potensi pasar yang sangat baik untuk dikembangkan di Kab.Sumedana dan sekitarnya; 2) Pertumbuhan pasar dan permintaan konsumen yang semakin tinggi membuat bisnis developer semakin diperhitungkan; 3) Produk yang unik, kualitas produk yang superior yang ditawarkan oleh Perumahan Panorama Hill salah satu peluang besar bagi Perumahan Panorama Hill untuk dapat bersaing dalam bisnis developer; 4) Perumahan Panorama Hill selalu menjaga hubungan baik dengan pemasok dan sudah mendapatkan kepercayaan dari pemasok; 5) Adanya kerjasama dengan beberapa Bank (BTN, BJB dan BCA) sehingga memudahkan masyarakat untuk memiliki perumahan.

Faktor Ancaman, yaitu: 1) Perubahan selera konsumen yang terus terjadi membuat Perumahan Panorama Hill harus mampu memikirkan suatu strategi untuk mempelajari dan menganalisa selera konsumen pada saat sekarang ini. Walaupun produk yang ditawarkan berkualitas tetapi tidak sesuai dengan selera konsumen itu akan menjadi suatu hal yang sia-sia dan akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan; 2) Strategi bisnis yang mudah ditiru oleh pesaing menjadi salah satu hal yang harus dipikirkan bagi Perumahan Panorama Hill karena untuk dapat terus bersaing perusahaan harus mampu menciptakan strategi yang unik, kuat, dan mampu bersaing dalam lingkungan persaingan yang semakin tinggi; 3) Perubahan ekonomi dan sosial menjadi salah satu ancaman bagi perusahaan karena apabila perusahaan tidak dapat menganalisa dan memprediksi laju dan pertumbuhan ekonomi akan sangat berbahaya bagi perusahaan. Seperti perubahan harga BBM, inflasi, sehingga mempengaruhi harga perumahan. 4) berada di lokasi yang gajinya berada di bawah UMR.

### Strategi SWOT

Strategi SO Perumahan Panorama Hill yang dapat dirumuskan antara lain: 1) Mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan untuk dapat meningkatkan penjualan dalam kondisi pertumbuhan pasar yang semakin tinggi; 2) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen dan memberikan respon yang cepat kepada konsumen agar konsumen lebih percaya dan loyal lagi terhadap perusahaan; 3) Mengembangkan produk-produk yang unik sesuai dengan permintaan pasar; 4) Menjalin hubungan yang lebih baik lagi dengan pemasok bahan baku dan lainnya, agar proses pengembangan produk berjalan dengan lancar; 5) Memanfaatkan pengalaman yang ada untuk lebih memahami kondisi pasar dan menciptakan produk yang lebih inovatif; 6) Mempertahankan promosi dalam bentuk konten melalui social media secara rutin, agar masyarakat semakin kenal; 7) Mempertahankan angsuran uang muka yang bisa dibayar sebanyak 12 kali, agar pembeli semakin mudah untuk mendapatkan hunian yang diinginkan.

Strategi ST merupakan strategi yang digunakan dalam menganalisa kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST Perumahan Panorama Hill yang dapat dirumuskan antara lain: 1) Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dalam menghadapi persaingan dari pesaing lama yang semakin berkembang ke arah yang baik dan dalam menghadapi pesaing baru yang menghasilkan produk lebih inovatif; 2) Memahami perubahan kondisi ekonomi dan sosial dengan baik,

karena perubahan yang terjadi pada aspek ini akan mempengaruhi penjualan produk. Strategi WO, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. 3) Memahami perubahan selera konsumen dengan baik agar perusahaan dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen; 4) Menciptakan strategi perusahaan yang lebih baik, dengan memanfaatkan brand name perusahaan yang cukup kuat di pasaran dan pengalaman yang ada, serta kawasan yang luas.

Strategi WO Perumahan Panorama Hill yang dapat dirumuskan antara lain: 1) Lebih memahami apa yang diinginkan oleh konsumen, dan meningkatkan pemahaman mengapa konsumen layak membeli produk yang kita tawarkan, mengingat potensi pasar yang sangat baik, dan pertumbuhan pasar yang semakin tinggi; 2) Lebih memvariasikan type perumahan agar konsumen banyak pilihan, begitu juga dengan harga agar segmentasi pasar lebih luas. 3) lebih meningkatkan sosialisasi kepada konsumen agar konsumen dapat mengenal produk yang di tawarkan oleh Perumahan Panorama Hill 4) menyediakan tempat bimbingan bagi karyawan baru.

Strategi WT, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi Perumahan Panorama Hill yang dapat dirumuskan antara lain: 1) Memperbaiki strategi bisnis ke arah yang lebih baik dengan membuat strategi-strategi yang berbeda dari pesaing; 2) Meningkatkan promosi dan aspek pemasaran lainnya untuk meningkatkan penjualan produk. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu strategi yang penting bagi suatu usaha dalam mempromosikan produk yang ditawarkan dan dalam tujuan untuk meningkatkan penjualan produk. Para pesaing lama dan pesaing baru Perumahan Panorama

## KESIMPULAN

Perumahan Panorama Hill dalam segi internal memiliki kekuatan antara lain Perumahan Panorama Hill Jatinangor yang cukup kuat di pasaran akses perumahan dekat dengan pintu keluar masuk jalan tol, kualitas produk terjamin, dan kepemilikan sumber daya keuangan yang memadai, pelayanan, pengalaman, suasana dan lingkungan perumahan, promosi, dan sistem transaksi. Di sisi lain, perumahan ini juga memiliki kelemahan misalnya Segmentasi pasar yang terbatas, pilihan type rumah yang kurang beragam, dan penyediaan prosuk hanya untuk kelas menengah ke atas. Sedangkan dari segi eksternal, Perumahan ini merupakan potensi pasar yang sangat baik, permintaan konsumen yang semakin tinggi, produk yang unik, hubungan baik dengan pemasok, dan kerjasama dengan beberapa bank. Selain itu, ancaman bagi perumahan ini berupa pesaing yang menawarkan produk yang lebih murah yang jumlahnya semakin bertambah. Strategi SO Perumahan Panorama Hill yang dapat dirumuskan misalnya dengan mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan untuk dapat meningkatkan penjualan dalam kondisi pertumbuhan pasar yang semakin tinggi. Strategi ST Perumahan Panorama Hill dapat dirumuskan misalnya dengan cara meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dalam menghadapi persaingan dari pesaing lama yang semakin berkembang ke arah yang baik dan dalam menghadapi pesaing baru yang menghasilkan produk lebih inovatif. Strategi WO Perumahan Panorama Hill yang dapat dirumuskan antara lain dengan cara memahami apa yang diinginkan oleh konsumen, dan meningkatkan pemahaman mengapa konsumen layak membeli produk yang kita tawarkan, mengingat potensi pasar yang sangat baik, dan pertumbuhan pasar yang semakin tinggi. Sedangkan Strategi Perumahan Panorama Hill yang dapat dirumuskan antara lain dengan memperbaiki strategi bisnis ke arah yang lebih baik dengan membuat strategi-strategi yang berbeda dari pesaing. Adapun saran yang diusulkan kepada Pengelola Perumahan Panorama Hill adalah perlunya strategi promosi yang lebih luas misalnya bekerja sama dengan stasiun televisi nasional sehingga potensi lokasi perbukitan dan view menarik yang dimiliki oleh perumahan ini diketahui lebih luas dan mampu menarik masyarakat untuk memiliki hunian di perumahan ini baik untuk tempat tinggal maupun investasi dan melakukan pendekatan kepada konsumen secara langsung sehingga konsumen dapat mengetahui dan memahami seperti apa Perumahan Panorama Hill.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin Linov. HR. (2021). Komunikasi Pemasaran: Pengertian, Tujuan & Manfaat untuk Perusahaan. <https://Www.Linovhr.Com>. <https://www.linovhr.com/komunikasi-pemasaran/#/top>
- Dr. Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi (F. Sigit (ed.)). C.V ANDI OFFSET.

- Flyer. (2022). Cluster Panorama Hill Hunian Eksklusif Di Kawasan Pendidikan. Panorama Hill Jatinagor.
- Gustina & Urai Sulia Sukmawati. (2019). Analisis strategi pemasaran pt. tarunagraha persada perumahan panorama banjaran semarang.
- Hadi, A. (2021). Apa yang Dimaksud dengan Analisis SWOT serta Tujuan dan Contohnya? Tirtto.Id. <https://tirtto.id/apa-yang-dimaksud-dengan-analisis-swot-serta-tujuan-dan-contohnya-gkAA>
- Jiwa, P. A. S. (2018). Pengertian, Manfaat, dan Cara Analisis SWOT dalam Berbisnis. Klikasuransiku.Com. <https://klikasuransiku.com/detailArt/id=148/cat=3#:~:text=Menurut Albert S. Humphrey%2C seorang peneliti dari Stanford,dari sebuah organisasi%2Fpengusaha dalam aspek potensi dan ancaman.>
- Kotler, P. & A. B. S. (1999). Manajemen Pemasaran di Indonesia, Jilid satu. Selemba Empat.
- Limakrisna, Nandan & Susilo, W. H. (2012). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis. Mitra Wacana Media.
- Qurani, B. (2021). Analisa Swot: Pengertian, Teori, Matriks, Dan Contohnya. Binaqurani.Sch.Id.<https://binaqurani.sch.id/analisa-swot-pengertian-teori-matriks-dan-contohnya/>
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yadi, H. & K. (2014). Penerapan Analisis Swot Manajemen Pemasaran Bisnis Developer (Studi : Perumusan Strategi Pemasaran PT. Sinar Mulya Sejahtera Pekanbaru). Jom FISIP, 1 No.2. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/186358>