

ABSTRAK

Kondisi ekonomi Indonesia yang terpuruk pada tahun-tahun belakangan ini menyebabkan penurunan di segala bidang termasuk bidang *property*. Untuk menghadapi kondisi tersebut diperlukan suatu strategi yang tepat bagi perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan kinerjanya dengan terlebih dahulu melakukan riset pasar sehingga perusahaan *property* tidak asal membangun tetapi benar-benar sesuai dengan kebutuhan pasar sehingga nantinya *property* yang dibangun dapat terjual dengan baik

Kota Baru Parahyangan merupakan salah satu “Kota” yang berada di bawah PT Belaputera Intiland (bagian dari *Lyman Group*). Dalam menghadapi kondisi yang demikian pentinglah bagi perusahaan yang mau berhasil dan keluar sebagai pemenang dalam kompetisi untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen Sehingga pada tahap pembangunan kedua Kota Baru Parahyangan akan diusulkan suatu strategi yang mungkin dapat diterapkan oleh perusahaan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga nantinya produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini dilakukan untuk dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan.

Penelitian dilakukan di Kota Baru Parahyangan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan responden pemilik rumah serta orang yang sedang dalam proses pembelian rumah dan yang belum melakukan pembelian rumah (hanya sebagai bahan bandingan). Pola yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan pola pengambilan sampel non probabilita (*non probability sampling* atau *non random sampling*). Sedangkan metode yang digunakan adalah metode sample bertujuan (*purposive sampling*) Metode pengolahan kuesioner penelitian dilakukan dengan *Statistika Deskriptif* dimana hasil kuesioner disajikan dalam bentuk analisis distribusi frekuensi.

Hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan adalah masih terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan tahap kedua Kota Baru Parahyangan baik dari *targeting* (untuk kelas menengah keatas) dan *positioning* (mempertegas positioning) serta segi produk (perbaikan beberapa fasilitas), harga (pemberian diskon dan penyeimbangan harga dengan pelayanan yang diberikan), tempat (perbaikan akses jalan, lingkungan sekitar lokasi, dan perbaikan Amdal), dan promosi (dibagi menjadi promosi jangka pendek dan jangka panjang).

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Pemasaran.....	2-1
2.1.1 Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan Konsumen	2-2
2.2 Konsep Strategi.....	2-2
2.3 Strategi Pemasaran.....	2-3
2.3.1 Strategi Persaingan.....	2-4
2.3.1 Strategi Bauran Pemasaran.....	2-7
2.4 Riset Pemasaran.....	2-12
2.4.1 Tujuan Riset Pemasaran.....	2-13
2.4.2 Klasifikasi Riset Pemasaran.....	2-13
2.4.3 Instrumen Riset Pemasaran.....	2-13
2.4.4 Pengambilan Sampel.....	2-14
2.4.5 Metode Kontak.....	2-15
2.5 Analisis Struktur Industri.....	2-16
2.6 Analisis SWOT.....	2-16

2.6	Konsep Kepuasan Konsumen.....	2-18
2.6.1	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	2-18

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Pendekatan Dalam Melakukan Penelitian.....	3-1
3.2	Bagan Alir Penelitian.....	3-2
3.2.1	Penelitian Pendahuluan.....	3-3
3.2.2	Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	3-3
3.2.3	Analisis Kinerja Proyek.....	3-9
3.2.4	Tinjauan Umum.....	3-9
3.2.5	Analisis SWOT.....	3-10
3.2.6	Formulasi Strategi Penelitian.....	3-11
3.2.7	Kesimpulan dan Saran.....	3-11

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.2	Struktur Perusahaan PT. Belaputera Intiland.....	4-2
4.3	Proyek Kota Baru Parahyangan.....	4-2
4.3.1	Produk.....	4-4
4.3.1.1	Data Teknis.....	4-4
4.3.1.2	Pemasaran.....	4-5
4.3.1.3	Konsumen.....	4-5
4.4	Data Dari Kuesioner.....	4-6
4.4.1	Identifikasi Atribut.....	4-6
4.4.2	Identifikasi Responden.....	4-7
4.4.3	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	4-8
4.4.4	Perhitungan Jumlah Sampel Minimal.....	4-9
4.4.5	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	4-9
4.4.6	Uji Validasi dan Reliabilitas Data.....	4-9
4.4.7	Hasil Kuesioner Penelitian.....	4-10

BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

5.1	Bisnis Properti.....	5-1
5.2	Kebutuhan Perumahan.....	5-2

5.3	Analisis Pasar.....	5-2
5.3.1	Analisis Penjualan.....	5-3
5.3.2	Analisis Nilai Transaksi.....	5-4
5.4	Analisis Kondisi Ekonomi.....	5-5
5.5	Analisis Kinerja Proyek.....	5-7
5.6	Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas.....	5-8
5.6.1	Uji Validitas.....	5-8
5.6.2	Uji Reliabilitas.....	5-8
5.7	Analisis Hasil Kuesioner.....	5-9
5.7.1	Kuesioner Bagian I.....	5-9
5.7.2	Kuesioner Bagian II.....	5-19
5.8	Analisis SWOT.....	5-55
5.8.1	Identifikasi Kekuatan.....	5-55
5.8.2	Identifikasi Kelemahan.....	5-56
5.8.3	Identifikasi Peluang.....	5-58
5.8.4	Identifikasi Ancaman.....	5-58
5.8.5	Penyusunan Strategi Alternatif.....	5-61
5.9	Formulasi Strategi Pemasaran.....	5-64
5.9.1	Diferensiasi.....	5-65
5.9.2	Segmentasi Pasar.....	5-66
5.9.3	Target Pasar.....	5-67
5.9.4	Memposisikan Produk dan Pelayanan.....	5-67
5.9.5	Produk (<i>Product</i>).....	5-70
5.9.6	Harga (<i>Price</i>).....	5-72
5.9.7	Lokasi (<i>Place</i>).....	5-74
5.9.8	Promosi (<i>Promotion</i>).....	5-75

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Bauran Pemasaran 4P	2-8
2.2	Sampel Probabilistik dan Non Probabilistik	2-15
3.1	Matriks SWOT	3-10
4.1	Atribut-Atribut Kebutuhan dan Keinginan Konsumen	4-7
5.1	Jenis Kelamin Responden	5-9
5.2	Kedudukan Terhadap Kota Baru Parahyangan	5-10
5.3	Distribusi Usia Responden	5-11
5.4	Distribusi Status Umum Responden	5-12
5.5	Distribusi Pekerjaan Responden	5-13
5.6	Distribusi Penghasilan Per Bulan Responden	5-14
5.7	Distribusi Domisili Responden	5-16
5.8	Distribusi Informasi Tentang Kota Baru Parahyangan	5-16
5.9	Distribusi Tentang Kelebihan Kota Baru Parahyangan	5-17
5.10	Distribusi Tentang Kekurangan Kota Baru Parahyangan	5-19
5.11	Distribusi Tipe Rumah yang Disukai	5-20
5.12	Distribusi Alasan Menyukai Tipe Rumah	5-21
5.13	Desain Rumah	5-22
5.14	Desain Interior	5-23
5.15	Konstruksi Bangunan	5-24
5.16	Utilitas Bangunan	5-25
5.17	Bahan Bangunan	5-26
5.18	Rancangan Tapak	5-27
5.19	Luas Rumah	5-28
5.20	Luas Tanah	5-29
5.21	Tempat Parkir	5-29
5.22	Taman	5-30
5.23	Distribusi Frekuensi Pilihan Kepemilikan	5-31
5.24	Harga Rumah	5-33
5.25	Harga Tanah	5-34
5.26	Harga KPR	5-34
5.27	Biaya Perawatan Rumah	5-36
5.28	Jarak Dengan Pusat Kota	5-37
5.29	Jarak Dengan Fasilitas Umum	5-38
5.30	Akses ke Lokasi	5-39
5.31	Lingkungan Sekitar Lokasi	5-40
5.32	Fasilitas Rekreasi	5-41

Tabel	Judul	Halaman
5.33	Fasilitas Ibadah	5-42
5.34	Fasilitas Keamanan	5-42
5.35	Fasilitas Pendidikan	5-43
5.36	Fasilitas Restoran	5-44
5.37	Kesiapan Pelayanan	5-45
5.38	Ketepatan dan Kecepatan Pelayanan	5-46
5.39	Kehandalan Karyawan Mengatasi Keluhan dan Masalah	5-47
5.40	Keahlian dan Keterampilan Teknis Karyawan	5-49
5.41	Keramahan Kepada Konsumen	5-50
5.42	Keamanan Kompleks Perumahan	5-50
5.43	Kemudahan Menghubungi Pihak Pengelola	5-52
5.44	Kegiatan Khusus Untuk Warga	5-52
5.45	Ranking Atribut Pemilihan Rumah Menurut Responden yang Sudah Membeli Rumah di KBP	5-53
5.46	Ranking Atribut Pemilihan Rumah Menurut Responden yang Belum/Msh Dlm Proses Membeli Rumah di KBP	5-54
	Matriks SWOT Rumusan Strategi Kota Baru	
5-47	Parahyangan	5-62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Konsep Inti Pemasaran	2-1
2.2	Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	2-8
2.3	Hirarki Produk	2-9
2.4	Elemen Struktur Industri	2-16
3.1	Bagan Alir Penelitian	3-1
3.2	Diagram Penelitian Pendahuluan	3-3
3.3	Diagram Tahap Kuesioner Penelitian	3-4
3.4	Diagram Tahap Penyusunan Kuesioner	3-6
4.1	Diagram Struktur Perusahaan	4-2
5.1	<i>Pie Chart "Jenis Kelamin"</i>	5-10
5.2	<i>Pie Chart "Kedudukan Responden Terhadap KBP"</i>	5-11
5.3	<i>Pie Chart "Usia"</i>	5-12
5.4	<i>Pie Chart "Status"</i>	5-13
5.5	<i>Pie Chart "Pekerjaan"</i>	5-14
5.6	<i>Pie Chart "Penghasilan"</i>	5-15
5.7	<i>Pie Chart "Domisili"</i>	5-16
5.8	<i>Pie Chart "Informasi"</i>	5-17
5.9	<i>Pie Chart "Kelebihan Kota Baru Parahyangan"</i>	5-18
5.10	<i>Pie Chart "Kekurangan Kota Baru Parahyangan"</i>	5-19
5.11	<i>Pie Chart "Tipe Rumah yang Disukai"</i>	5-20
5.12	<i>Pie Chart "Alasan Menyukai Tipe Rumah"</i>	5-21
5.13	<i>Pie Chart "Desain Rumah"</i>	5-22
5.14	<i>Pie Chart "Desain Interior"</i>	5-23
5.15	<i>Pie Chart "Konstruksi Bangunan"</i>	5-24
5.16	<i>Pie Chart "Utilitas Bangunan"</i>	5-25
5.17	<i>Pie Chart "Bahan Bangunan"</i>	5-26
5.18	<i>Pie Chart "Rancangan Tapak"</i>	5-27
5.19	<i>Pie Chart "Luas Rumah"</i>	5-28
5.20	<i>Pie Chart "Luas Tanah"</i>	5-29
5.21	<i>Pie Chart "Tempat Parkir"</i>	5-30
5.22	<i>Pie Chart "Taman"</i>	5-31
5.23	<i>Pie Chart "Pilihan Kepemilikan"</i>	5-32
5.24	<i>Pie Chart "Harga Rumah"</i>	5-33
5.25	<i>Pie Chart "Harga Tanah"</i>	5-34
5.26	<i>Pie Chart "Harga KPR"</i>	5-35
5.27	<i>Pie Chart "Biaya Perawatan Rumah"</i>	5-36

Gambar	Judul	Halaman
5.28	<i>Pie Chart</i> "Jarak Dengan Pusat Kota"	5-37
5.29	<i>Pie Chart</i> "Jarak Dengan Fasilitas Umum"	5-38
5.30	<i>Pie Chart</i> "Akses ke Lokasi"	5-39
5.31	<i>Pie Chart</i> "Lingkungan Sekitar Lokasi"	5-40
5.32	<i>Pie Chart</i> "Fasilitas Rekreasi"	5-41
5.33	<i>Pie Chart</i> "Fasilitas Ibadah"	5-42
5.34	<i>Pie Chart</i> "Fasilitas Keamanan"	5-43
5.35	<i>Pie Chart</i> "Fasilitas Pendidikan"	5-44
5.36	<i>Pie Chart</i> "Fasilitas Restoran"	5-45
5.37	<i>Pie Chart</i> "Kesiapan Pelayanan"	5-46
5.38	<i>Pie Chart</i> "Ketepatan dan Kecepatan Pelayanan"	5-47
5.39	<i>Pie Chart</i> "Kehandalan Karyawan Mengatasi Keluhan dan Masalah"	5-48
5.40	<i>Pie Chart</i> "Keahlian & Keterampilan Teknis Karyawan"	5-49
5.41	<i>Pie Chart</i> "Keramahan Kepada Konsumen"	5-50
5.42	<i>Pie Chart</i> "Keamanan Komplek Perumahan"	5-51
5.43	<i>Pie Chart</i> "Kemudahan Menghubungi Pihak Pengelola"	5-52
5.44	<i>Pie Chart</i> "Kegiatan Khusus Untuk Warga"	5-53
5.45	Tiga Strategi Generik	5-69
5.46	Analisis Kwadran	5-62
5.47	Harga Jual Berbagai Tipe Rumah	5-73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Perhitungan Reliability & Validity untuk Pertanyaan 3a-3f Kuesioner Bagian II	L1-1
2	Perhitungan Reliability & Validity untuk Pertanyaan 4a-4d Kuesioner Bagian II	L2-1
3	Perhitungan Reliability & Validity untuk Pertanyaan 6a-6d Kuesioner Bagian II	L3-1
4	Perhitungan Reliability & Validity untuk Pertanyaan 7a-7b Kuesioner Bagian II	L4-1
5	Perhitungan Reliability & Validity untuk Pertanyaan 8a-8b Kuesioner Bagian II	L5-1
6	Perhitungan Reliability & Validity untuk Pertanyaan 9a-9e Kuesioner Bagian II	L6-1
7	Perhitungan Reliability & Validity untuk Pertanyaan 10a-10h Kuesioner Bagian II	L7-1
8	Kuesioner	L8-1
9	Data Mentah Kuesioner Bagian I (Responden yang Sudah Membeli Rumah)	L9-1
10	Data Mentah Kuesioner Bagian I (Yang Belum/ Dalam Proses Membeli Rumah)	L10-1
11	Gambar Berbagai Tipe Rumah di Kota Baru Parahyangan	L11-1
12	Master Plan Kota Baru Parahyangan	L12-1