

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

PT. ANUGRAH INDAH BERSAMA LAMPUNG atau biasa disingkat PT. Aibla merupakan salah satu perusahaan property yang terpercaya dibidang pengembangan perumahan, pembangunan (kontraktor) serta konsultan yang memberikan kepuasan kepada anda untuk berinvestasi . Perusahaan ini berdiri sejak tanggal 11 Maret 2019 yang dipimpin oleh Bapak Rasiman, yang beralamat di Jl. Lapas Narkotika Gg. Idup, Way Hui, Lampung Selatan. Perusahaan kami memberi layanan dari mulai lokasi rumah yang strategis, desain yang inovatif dan kreatif serta konsumen di berikan kemudahan dalam membayar dengan uang muka dan angsuran yang mudah . Kami berkomitmen untuk membangun rumah hunian yang nyaman dan menyenangkan bagi penghuninya. Kami memberikan pelayanan yang baik serta membuat hunian yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri.

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung berkedudukan di Kabupaten Lampung Selatan, telah diterima dan di catat di dalam Sistem Administrasi Badan Hukum.

Adapun maksud dan tujuan dari perusahaan PT. Anugrah Indah Bersama Lampung adalah untuk :

- a. Menyelenggarakan usaha di bidang property .
- b. Membantu masyarakat dan mempermudah mereka untuk mendapatkan hunian sesuai kebutuhan.

- c. Menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan taraf hidup karyawan yang tergabung dalam perusahaan serta mengurangi pengangguran.
- d. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut, perusahaan melaksanakan kegiatan usaha sebagai berikut:
- e. Menyelenggarakan pekerjaan-pekerjaan pengembangan perumahan sebagai pelaksana langsung terhadap usaha-usaha di bidang tersebut.
- f. Berinovasi dalam menciptakan hal-hal baru dalam bidang perumahan.
- g. Menjalin relasi dengan rekan bisnis dan investor untuk meningkatkan mutu serta kemajuan perusahaan untuk mampu bersaing ditingkat daerah maupun nasional.

VISI

Mewujudkan perumahan sebagai hunian yang aman, nyaman, asri, harmoni sesuai kebutuhan masyarakat.

MISI

1. Memberi solusi property bagi masyarakat.
2. Mengutamakan komitmen servis dan kejujuran dalam berbisnis.
3. Membangun sumber daya manusia yang berkompeten dan berintegritas.
4. Mendukung program pemerintah dalam rangka ketersediaan perumahan bagi masyarakat.

NILAI – NILAI

1. **DIPERCAYA** oleh konsumen dengan menjunjung tinggi kejujuran, tanggung jawab, disiplin, dan keterbukaan dalam menjalankan proyek pembangunan.
2. **KEYAKINAN** terhadap tercapainya tujuan visi dan misi dan jajaran management, karyawan dengan penanaman rasa kebersamaan dan saling memiliki, sehingga tercipta sinergi bersama yang berkesinambungan untuk menjadi yang terbaik.
3. **TANGGAP** dalam mengantisipasi perubahan dinamika usaha, mengidentifikasi potensi dan mencegah timbulnya masalah, serta kreatif dan mampu menemukan solusi terbaik bagi perusahaan
4. **BERINOVASI** secara terus menerus mengantisipasi dinamika perubahan usaha dan inflasi dari waktu ke waktu.
5. **KEPUASAN PELANGGAN** adalah tujuan utama dengan tetap memperhatikan mutu produk dan mengacu kepada ketepatan waktu, relevansi harga, serta tetap memperhatikan etika bisnis keselamatan dan kesehatan kerja.

1. **Projek PT. Anugrah Indah Bersama Lampung Perumahan Jati Indah Permai**
Perumahan Jati Indah Permai adalah sebuah proyek perumahan subsidi yang dikelola oleh PT. Anugrah Indah Bersama Lampung yang berjumlah 28 unit. Perumahan subsidi dengan type 36/72 ini berlokasi di Dusun 5A Desa Jati Sari Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan. PT. Anugrah Indah Bersama Lampung menghadirkan hunian asri dengan DP

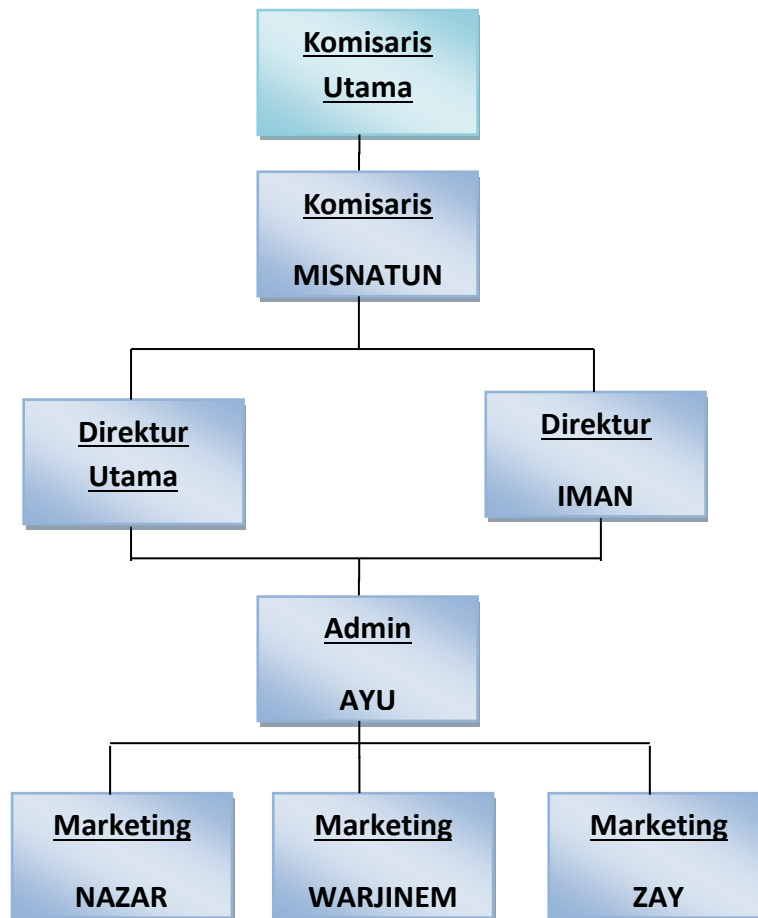
ringan dan lokasi strategis. Lokasi Perumahan Jati Indah Permai sangat strategis, dekat Kampus ITERA, Dekat Exit Tol, Dekat Kota Baru.

2. **Projek PT. Anugerah Indah Bersama Lampung Perumahan Jati Indah Permai 3**

Perumahan Jati Indah Permai 3 adalah sebuah proyek perumahan subsidi yang dikelola oleh PT. Anugerah Indah Bersama Lampung. Perumahan ini merupakan proyek pembangunan ke-3 yang dikelola oleh PT. Anugerah Indah Bersama Lampung. Perumahan subsidi dengan type 36/72 ini berlokasi di Dusun Banjar Agung, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan. Lokasi Perumahan Jati Indah Permai 3 sangat strategis dan tidak jauh dari Perumahan Jati Indah Permai 1, dekat ITERA, Dekat Exit Tol, Dekat SPBU, Dekat Kota Baru.

3. **Projek PT. Anugerah Indah Bersama Lampung Perumahan Jati Indah Permai 2**

Perumahan Jati Indah Permai 2 adalah sebuah proyek perumahan subsidi yang dikelola oleh PT. Anugerah Indah Bersama Lampung. Perumahan ini merupakan proyek pembangunan ke-2 yang dikelola oleh PT. Anugerah Indah Bersama Lampung. Perumahan subsidi dengan type 36/72 ini berlokasi di Desa Gedung Harapan, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan. Proyek ini terbagi menjadi 2, yaitu perumahan dan kavlingan. Perumahan Jati Indah Permai 2 menyediakan perumahan dengan system subsidi tanpa bank sebanyak 20 unit. Selain itu ada juga kavlingan sebanyak 95 unit.



Sumber: PT Anugrah Indah Bersama Lampung

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Anugrah Indah Bersama Lampung

4.1.2 Deskripsi Data Statistik

Data penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh direktur utama, direktur, komisaris utama, marketing Manager yang merangkap sebagai pelaksana General Manager dan sales marketing.

4.2 Analisis Data

Hasil analisis SWOT pada PT. Anugrah Indah Bersama Lampung dilakukan melalui beberapa tahap dalam mencari dan membandingkan antara faktor internal dan faktor eksternal. Hasil uji IFAS dan EFAS digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang sedang dihadapi oleh perusahaan.

1. Faktor Internal (IFAS)

a. *Strenghts* (Kekuatan-kekuatan)

1) Memiliki kualitas produk yang memenuhi standar

Material bahan baku dalam pembuatan rumah bersubsidi pada PT. Anugrah Indah Bersama Lampung sesuai dengan standar pembangunan perumahan yang disubsidi oleh pemerintah.

Kualitas yang ada pada bangunan rumah di PT Anugrah Indah Bersama Lampung tidak perlu diragukan lagi. Material yang digunakan menggunakan ukuran dan kualitas yang memenuhi standard pembangunan rumah subsidi yang ada.

2) Menjual produk dengan harga ekonomis

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung menawarkan harga ekonomis dengan memberikan diskon spesial kepada konsumen.

Harga KPR perumahan subsidi dengan type 36/72 M2 yang dijual oleh PT Anugrah Indah Bersama Lampung yaitu sekitar Rp 133.000.000 s/d Rp 150.000.000 (biaya notaris ditanggung developer). Dan untuk pembelian cash akan mendapatkan potongan harga mulai dari 5 – 10 juta rupiah serta free untuk biaya notaris seperti pajak jual beli dan balik nama.

Sedangkan rata-rata developer lain menjual dengan harga terbaru rumah subsidi type 36/72 M2 yaitu sebesar Rp 150.500.000.

3) Sumberdaya manusia memiliki keahlian dibidangnya

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung memiliki 5 orang karyawan yang ahli dibidangnya, sehingga aktivitas bisnis dapat berjalan dengan baik.

Karyawan PT Anugrah Indah Bersama Lampung mengedepankan sikap disiplin dan tanggung jawab. Admin pemberkasan yang sudah ahli dalam bidang computer sehingga mempermudah dalam proses pengajuan berkas KPR konsumen dalam perbankan. Dan juga Marketing yang ahli dalam bidang penjualan dan selalu mencapai target yang diharapkan perusahaan sehingganya dapat membantu para debitur/konsumen yang mencari rumah. Seperti contohnya karyawan-karyawan swasta , buruh pabrik, pegawai negeri sipil, karyawan bumh, yang kadangkala sulit dalam mencari referensi rumah idaman yang diinginkan hanya karna lokasi ataupun waktu kerja yang padat.

4) Memiliki relasi yang baik dengan developer lainnya

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung memiliki banyak relasi developer sehingga memudahkan dalam pengembangan usaha dibidang properti.

Seperti contohnya membangun kerjasama atau MOU dengan agency-agency tertentu seperti Almahyra property, CV Matrix, MC Property,dll.

Dan juga gabung dengan asosiasi REI yang dimana beranggotakan para developer-developer lainnya sehingga dapat sharing dan bertukar pikiran dalam berbisnis dan menjual rumah subsidi.

5) Memberikan tempo pembayaran

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung memberikan tempo pembayaran 3 (tiga) kali dalam setahun kepada konsumen/pelanggan, dengan tujuan

memberikan keringanan/toleransi pembayaran agar tidak memberatkan konsumen/pelanggan.

PT Anugrah Indah Bersama Lampung mempunyai beberapa metode pembayaran, yaitu Cash keras, Tempo, dan KPR. Apabila konsumen yang tidak dapat mengajukan KPR diperbankan yang dikarenakan Bi Checkingnya rusak atau lain hal sebagainya, maka PT Anugrah Indah Bersama Lampung memberikan kemudahan yaitu dengan cara Kredit Tempo dengan tenor $\pm 1-4$ tahun dengan DP 50% dan sisanya di angsur setiap bulannya kepada pihak developer. Dimana perjanjian kredit nya diketahui oleh pihak notaris bukan perbankan.

b. *Weaknesses* (Kelemahan-kelemahan)

1) Kurangnya promosi menggunakan digital marketing

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung dalam memasarkan produk perumahan dan kavling tanah masih manual (*door to door*). Sedangkan pada era digital 4.0, saat ini dituntut untuk lebih berinovasi dengan menggunakan digital marketing.

2) Fasilitas kerja yang kurang memadai

Fasilitas kerja pada PT. Anugrah Indah Bersama Lampung masih sangat terbatas, misalnya seperti peralatan komputer yang sudah tidak layak pakai sehingga menghambat karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya, disamping itu perlu adanya inventaris kendaraan untuk membantu tugas marketing.

3) Sumberdaya manusia berkurang karena PHK

Di era pandemi, mulai dari tahun 2020 hingga sekarang, banyak karyawan yang dirumahkan, karena penjualan rumah cenderung mengalami penurunan.

2. Faktor Eksternal

a. *Opportunities* (Peluang-peluang)

1) Ekstensifikasi lokasi pembangunan yang semakin luas

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung mulai memperluas usahanya dengan memilih lokasi yang strategis untuk pembangunan perumahan bersubsidi dan lokasi tanah kavling

2) Perkembangan teknologi informasi

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, banyak hal yang dapat dilakukan oleh PT. Anugrah Indah Bersama Lampung, salah satunya yaitu menggunakan *digital marketing* dalam memasarkan produknya. Selain itu PT. Anugrah Indah Bersama Lampung dapat membuat website/platform aplikasi, yang didalamnya berisi informasi seputar PT. Anugrah Indah Bersama Lampung beserta produk-produk yang dijual.

3) Semakin meningkatnya permintaan pasar

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung bekerjasama dengan developer atau *e-commerce* lainnya dengan tujuan meningkatkan permintaan pasar atas produk dari PT. Anugrah Indah Bersama Lampung.

4) Pendapatan masyarakat yang semakin meningkat

Di era pandemic saat ini, ada banyak masyarakat yang pendapatannya menurun, namun ada juga yang meningkat. Bagi masyarakat yang pendapatannya meningkat di era ini merupakan peluang bagi PT. Anugrah

Indah Bersama Lampung dalam memasarkan produk perumahannya maupun tanah kavling.

5) Pertumbuhan penduduk

Pertumbuhan penduduk disuatu tempat akan sebanding dengan meningkatnya kebutuhan. Sehingga PT. Anugrah Indah Bersama Lampung berpeluang untuk mendapatkan lebih banyak konsumen jika disuatu daerah tersebut jumlah penduduknya selalu meningkat, disebabkan karena adanya faktor kebutuhan akan tempat tinggal yang layak dan investasi.

b. *Threats* (Ancaman-ancaman)

1) Semakin banyaknya pesaing bisnis

Banyak perusahaan yang menjual produk perumahan dan tanah kavling menyebabkan PT. Anugrah Indah Bersama Lampung harus mampu bertahan dan meningkatkan pangsa pasarnya.

2) Inovasi dari pesaing bisnis

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung harus berinovasi secara terus menerus untuk meningkatkan penjualannya, karena pesaing bisnis pasti terus melakukan inovasi-inovasi agar tidak ketinggalan jaman.

3) Pesaing menawarkan harga lebih murah

Pada saat pesaing bisnis menawarkan harga lebih murah, hal ini tentunya menjadi ancaman bagi PT. Anugrah Indah Bersama Lampung.

Tabel 4.1 Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki kualitas produk yang baik Menjual produk dengan harga ekonomis Sumberdaya manusia memiliki keahlian dibidangnya Memiliki relasi yang baik dengan developer lainnya Memberikan tempo pembayaran 	<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Ekstensifikasi lokasi pembangunan yang semakin luas Perkembangan teknologi informasi Semakin meningkatnya permintaan pasar Pendapatan masyarakat yang semakin meningkat Pertumbuhan penduduk
<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Kurangnya promosi menggunakan digital marketing Fasilitas kerja yang kurang memadai Sumberdaya manusia berkurang karena PHK 	<p>Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> Semakin banyaknya pesaing bisnis Inovasi dari pesaing bisnis Pesaing menawarkan harga lebih murah

Tabel 4.2. Tabel IFAS

		Faktor Internal		
Faktor Strategis (Kolom1)		Bobot (Kolom2)	Rating (Kolom3)	Skor (Kolom4)
Strenghts	Memiliki kualitas produk yang baik	0,10	4	0,40
	Menjual produk dengan harga ekonomis	0,13	4	0,50
	Sumberdaya manusia memiliki keahlian dibidangnya	0,13	4	0,50
	Memiliki relasi yang baik dengan developer lainnya	0,13	3	0,38
	Memberikan tempo pembayaran	0,15	4	0,60

Subtotal		0,63		2,38
Weaknesses	Kurangnya promosi menggunakan digital marketing	0,15	2	0,30
	Fasilitas kerja yang kurang memadai	0,13	3	0,38
	Sumberdaya manusia berkurang karena PHK	0,10	4	0,40
Subtotal		0,38		1,08
Total		1,00		3,45

Pada tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa pada kolom pertama terdiri dari faktor-faktor strategi internal (IFAS) yang bersentuhan langsung dengan keadaan internal perusahaan, setelah itu dikolom kedua ada pembobotnya yang diberi bobot 0,0 untuk yang tidak penting sampai 1,0 untuk yang sangat penting, dikolom ketiga diisi dengan rating 1-4 dimana 1 untuk rating (*poor*) dan 4 untuk rating (*outstanding*), dikolom keempat merupakan hasil dari rating dikali pembobotan. Adapun pembobotan dilakukan dengan menambah kolom signifikan untuk mempermudah dalam melakukan pembobotan karena total dari pembobotan hasilnya harus sama dengan 1. Faktor pembobotan didapatkan dari hasil kali dari kolom bobot dikalikan dengan kolom rating sehingga didapat faktor pembobotan.

Pada tabel kekuatan (*strenght*) dalam faktor strategi internal dapat disimpulkan bahwa memiliki bobot paling tinggi adalah faktor memberikan tempo pembayaran sebesar 0,15. Sedangkan yang memiliki bobot paling rendah adalah skor terendah pada faktor memiliki relasi yang baik dengan developer lainnya sebesar 0,38. Dari keseluruhan faktor kekuatan (*strenght*) dengan skor 0,63, dan skor 2,38.

Pada tabel kelemahan (*weakness*), bobot paling tinggi yaitu terdapat pada faktor kurangnya promosi menggunakan digital marketing sebesar 0,15, sedangkan bobot terendah terdapat pada faktor sumberdaya manusia berkurang karena PHK sebesar 0,10. Dari keseluruhan faktor kelemahan (*weaknesses*) dengan bobot 0,38 dan skor 1,08, dan jika dijumlahkan secara keseluruhan faktor pada tabel IFAS didapat skor 3,45.

Tabel 4.3. Tabel EFAS

Faktor Eksternal

Faktor Strategis (Kolom1)		Bobot (Kolom2)	Rating (Kolom3)	Skor (Kolom4)
Opportunities	Ekstensifikasi lokasi pembangunan yang semakin luas	0,10	4	0,41
	Perkembangan teknologi informasi	0,14	4	0,57
	Semakin meningkatnya permintaan pasar	0,11	4	0,45
	Pendapatan masyarakat yang semakin meningkat	0,09	4	0,37
	Pertumbuhan penduduk	0,13	3	0,38
Subtotal		0,58		2,18
Threats	Semakin banyaknya pesaing bisnis	0,15	3	0,46
	Inovasi dari pesaing bisnis	0,14	2	0,29

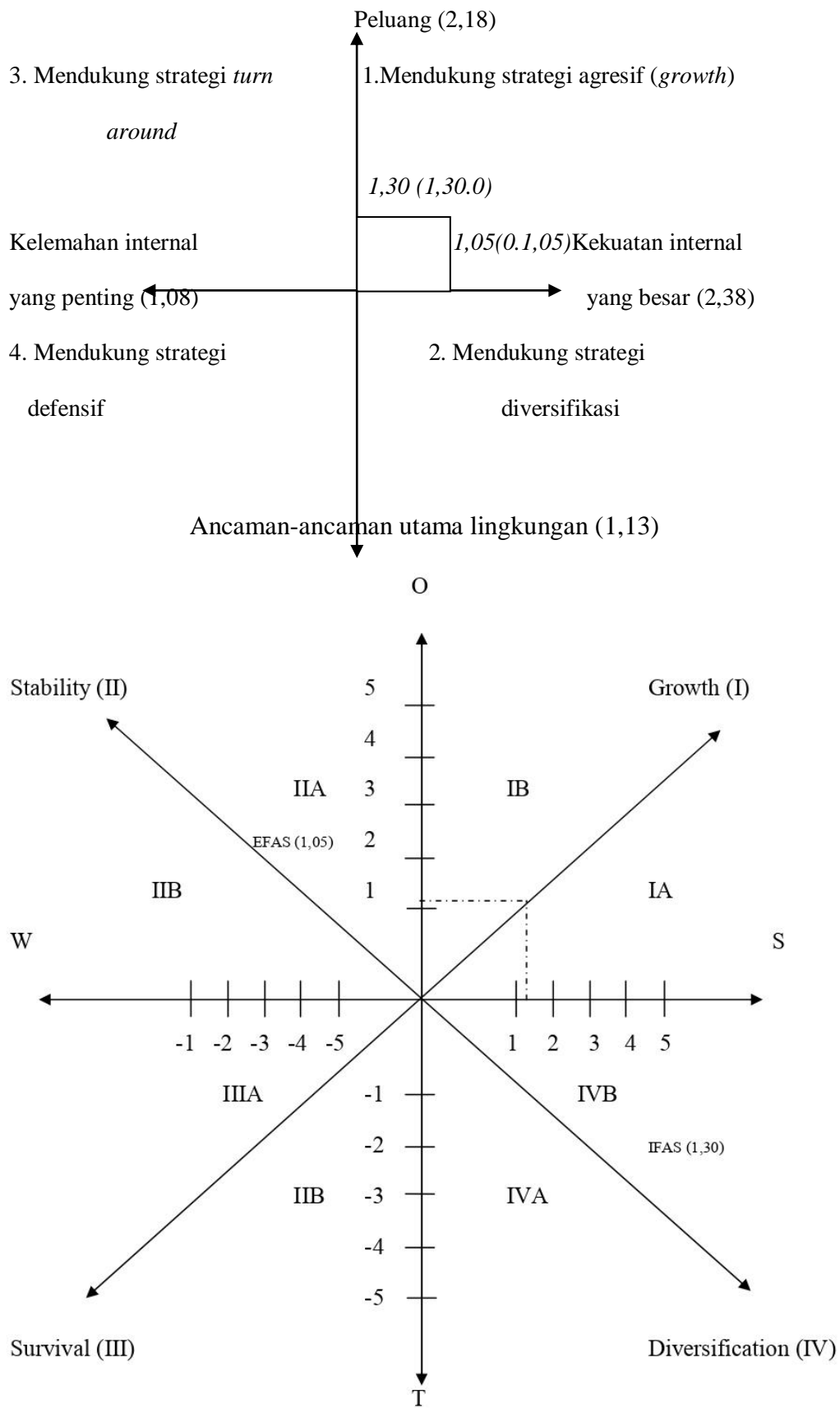
	Persaingan penawaran harga	0,13	3	0,38
Subtotal		0,42		1,13
Total		1,00		3,31

Pada tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa faktor peluang(*opportunity*) dengan bobot tertinggi terdapat pada perkembangan teknologi informasi sebesar 0,14 dan skor 0,57, sedangkan bobot terendah terdapat pada ekstensifikasi lokasi pembangunan yang semakin luas sebesar 0,10 dengan skor 0,41. Sehingga total skor pada faktor peluang(*opportunity*) sebesar 2,18.

Pada tabel ancaman (*threat*), bobot paling tinggi yaitu terdapat pada faktor semakin banyaknya pesaing bisnis dengan nilai 0,15 dan skor 0,46, sedangkan bobot terendah terletak pada faktor persaingan penawaran harga sebesar 0,13 dengan skor 0,38. Sehingga total skor pada faktor ancaman (*threats*) sebesar 1,13. Dari keseluruhan faktor EFAS pada faktor *opportunity* dan *threat* memiliki skor 3,31.

Diagram Cartesius Analisis SWOT

Berdasarkan pada nilai IFAS dan EFAS yang telah dibahas diatas, maka diketahui bahwa nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut: *strenghts* 2,38, *weaknesses* 1,08, *opportunitites* 2,18, dan *threats* 1,13. Maka dapat diketahui bahwa selisih total skor faktor *strenghts* dan *weaknesses* adalah +1,30 sedangkan selisih total skor faktor *opportunities* dan *threats* adalah +1,05. Dari hasil identifikasi, maka dapat digambarkan dalam diagram cartesius analisis SWOT sebagai berikut:



Sumber: olah data

Gambar 4.2 Diagram Analisis SWOT

Dari gambar diagram cartesius diatas, menunjukkan bahwa PT Anugrah Indah Bersama Lampung dapat menggunakan indikator-indikator strategis untuk memprioritaskan program-program yang akan memberikan dampak positif terhadap keunggulan strategis dari PT Anugrah Indah Bersama Lampung.

Tabel 4.4. Skema Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">Lingkungan Internal</p> <p style="text-align: center;">Lingkungan Eksternal</p>	<p>KEKUATAN (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kualitas produk yang baik 2. Menjual produk dengan harga ekonomis 3. Sumberdaya manusia memiliki keahlian dibidangnya 4. Memiliki relasi yang baik dengan developer lainnya 5. Memberikan tempo pembayaran 	<p>KELEMAHAN (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya promosi menggunakan digital marketing 2. Fasilitas kerja yang kurang memadai 3. Sumberdaya manusia berkurang karena PHK
<p>PELUANG (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ekstensifikasi lokasi pembangunan yang semakin luas 2. Perkembangan teknologi informasi 3. Semakin meningkatnya permintaan pasar 4. Pendapatan masyarakat yang semakin meningkat 5. Pertumbuhan penduduk 	<p>STRATEGI S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat pemasaran secara digital dengan melakukan kerjasama dengan pihak-pihak <i>e-commerce</i>. 2. Membuat inovasi-inovasi baru untuk menarik minat masyarakat 	<p>STRATEGI W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari lokasi yang strategis dengan memprioritaskan kemudahan akses 2. Memberikan <i>reward/diskon</i> kepada pembeli
<p>ANCAMAN (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyaknya pesaing bisnis 2. Inovasi dari pesaing bisnis 3. Pesaing menawarkan harga lebih murah 	<p>STRATEGI S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan harga lebih rendah dari pesaing 2. Mengutamakan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik 	<p>STRATEGI W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah karyawan yang ahli dibidang teknologi informasi 2. Rutin mengadakan promosi baik secara <i>online</i> ataupun manual

Dari matriks SWOT pada tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran PT. Anugrah Indah Bersama Lampung sebagai berikut:

1. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities*)

Perusahaan memiliki kekuatan dan peluang sehingga bisa menjalankan strategi SO dengan memanfaatkan kekuatan dalam mengoptimalkan peluang. Strategi SO pada PT. Anugrah Indah Bersama Lampung sebagai berikut:

- a. Memasarkan produk melalui website, media sosial dan *e-commerce* seperti OLX, dan bukalapak.
- b. Membuat inovasi misalnya di lingkungan lokasi perumahan dibuat taman bermain anak-anak, taman kebun, rumah ibadah, dan lainnya.

2. Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*)

Strategi ini untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada dengan mengambil manfaat dari peluang eksternal. Strategi WO pada PT. Anugrah Indah Bersama Lampung sebagai berikut:

- a. Mencari lokasi yang strategis dengan memprioritaskan kemudahan akses lokasi perumahan.
- b. Memberikan reward/diskon kepada konsumen/pelanggan

3. Strategi ST (*Strenghts-Threats*)

Strategi ini menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman baik dari sisi internal maupun eksternal. Strategi ST pada PT. Anugrah Indah Bersama Lampung sebagai berikut:

- a. Memberikan harga lebih rendah dari pesaing bisnis
- b. Mengutamakan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik

4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

Strategi ini digunakan untuk mengatasi kelemahan dengan menghindari ancaman dari lingkungan eksternal. Strategi WT pada PT. Anugrah Indah Bersama Lampung sebagai berikut:

- a. Menambah karyawan yang ahli dibidang teknologi informasi
- b. Rutin mengadakan promosi baik secara *online* ataupun manual (*offline*)

4.3 Pembahasan

Berdasarkan beberapa tahap analisis yang telah dilakukan pada analisis IFAS dan EFAS, bahwa kekuatan PT. Anugrah Indah Bersama Lampung lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya. Sedangkan untuk peluang dari PT. Anugrah Indah Bersama Lampung dalam kondisi pandemi saat ini cukup besar dibandingkan pada ancamannya. Meskipun tingkat pendapatan sebagian masyarakat juga banyak mengalami penurunan akibat dari pandemi Covid-19. Hal tersebut juga membuat banyak perusahaan mengalami penurunan penjualan produk properti. Namun PT. Anugrah Indah Bersama Lampung masih berada pada Kuadran IA, yang berarti bahwa perusahaan masih berada pada situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan cara mendukung kebijakan pertumbuhan (*growth*) yang agresif (*oriented strategy*). Pada proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan visi, misi, tujuan dan strategi perusahaan, sehingga perusahaan harus menganalisis faktor-faktor strategis yang muncul seperti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam situasi pandemi saat ini.

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung juga dapat memanfaatkan kondisi pasar yang ada untuk memaksimalkan kekuatan yang optimal dan memanfaatkan peluang dengan baik untuk mengoptimalkan perubahan kearah yang lebih baik lagi baik dari segi internal antara lain yaitu meningkatkan kualitas produk PT. Anugrah Indah Bersama Lampung, selanjutnya PT. Anugrah Indah Bersama Lampung juga harus lebih giat melakukan pemasaran secara digital melalui media sosial atau *website* terkait dengan pengenalan produknya dengan menjamin kualitas terbaik, pelayanan yang maksimal serta memberikan tambahan diskon dengan tujuan menarik minat konsumen. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Meizari & Nugraha, 2017) yang berjudul Analisis SWOT Objek dan Daya Tarik Pariwisata Pantai Sari Ringgung Provinsi Lampung. Salah satu nilai dari strategi Weaknesses-Threats yaitu adanya teknologi untuk meningkatkan daya promosi kepada pasar wisata dan menempati strategi S>O, artinya bahwa kekuatan lebih besar daripada peluang, dimana potensi pariwisata yang besar terdapat di pariwisata pantai sari ringgung dan saat ini dalam kondisi strategi pertumbuhan (*growth strategy*). Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini yaitu penelitian (Yusendra, 2015) yang berjudul Kajian Strategi Destinasi Wisata Pantai Sari Ringgung Pesawaran Lampung dengan Analisis SWOT, menyimpulkan bahwa matriks SWOT 4K menunjukkan bahwa Pantai Sari Ringgung sebenarnya berada pada Kuadran IA dimana destinasi wisata ini dalam fase pertumbuhan. Strategi yang bisa dilakukan bersifat *rapid growth* dimana pengelola harus secara agresif membuat program-program yang menarik berdasarkan analisis IFAS dan EFAS.

PT. Anugrah Indah Bersama Lampung juga harus memanfaatkan peluang yang ada seperti adanya perkembangan teknologi informasi yang akan membuat bisnis *e-commerce* semakin berkembang. PT. Anugrah Indah Bersama Lampung harus

memanfaatkan media sosial, dan melakukan kerjasama dengan pihak *e-commerce* tersebut seperti, Bukalapak, OLX dan *e-commerce* lainnya agar seluruh masyarakat dan mitra bisnis tertarik karena adanya kemudahan untuk mendapatkan produk dari PT Anugrah Indah Bersama Lampung. Hal-hal diatas merupakan sebagian cara untuk menyelesaikan masalah penurunan jumlah penjualan pada produk PT Anugrah Indah Bersama Lampung.

Dengan demikian hasil analisis yang telah dilakukan dapat diterapkan oleh PT. Anugrah Indah Bersama Lampung sebagai salah satu strategi dalam memenangkan bisnis properti dan tanah kavling sesuai hasil analisis yang telah dilakukan dimana PT. Anugrah Indah Bersama Lampung saat ini berada pada fase *growth* (pertumbuhan) yang dapat dikembangkan menjadi peluang untuk memenangkan bisnis.

Perbandingan Strategi Promosi yang dilakukan PT Anugrah Indah Bersama Lampung dengan beberapa perusahaan properti di Lampung terdapat beberapa perbedaan yang dijelaskan pada tabel 4.5 di bawah ini.

Tabel 4.5 Perusahaan Properti Lampung

No	Nama Perseroan Terbatas (PT)	Nama Perumahan
1	PT Sultan Gold Propertindo	1. Perum The Sultan Regency 2. Perum The Sultan Regency 2 3. Perum The Sultan Regency 3 4. Perum The Sultan Regency 6
2	PT Anugrah Niscala Propert	Perum Agung Perdana Residence
3	PT Mentari Berlian Indonesia	Perum Harmonia
4	PT Purnama Damai Mandiri	Purnama Residence
5	PT Andika Putra Property	Srikandi Residence
6	PT Kreasi Ganes Terpilly	Perum Griya Melati
7	PT Feros Angkasa Indonesia	De'Feros Residence

Dari tujuh perusahaan properti di atas, terdapat beberapa point strategi promosi yang dilihat dari faktor internal dan eksternal yang dilakukan perusahaan. Hasil tersebut diperoleh melalui wawancara dari pihak perusahaan, sebagai berikut:

Tabel 4.6 Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p style="text-align: center;">Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi telah menggunakan digital marketing melalui website dan media sosial (instagram, facebook, dan <i>e-commerce</i>). 2. Sumberdaya manusia ahli dibidangnya. 	<p style="text-align: center;">Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin meningkatnya permintaan pasar 2. Pendapatan masyarakat yang semakin meningkat
<p style="text-align: center;">Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas kerja yang kurang memadai 2. Tempo pembayaran yang diberikan terlalu pendek 	<p style="text-align: center;">Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyaknya pesaing bisnis 2. Inovasi dari pesaing bisnis

Sumber: data diolah

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada beberapa pegawai yang bekerja di beberapa perusahaan properti Lampung, analisis SWOT dari pesaing bisnis menunjukkan bahwa keunggulan para pesaing bisnis yaitu telah melakukan promosi dengan menggunakan digital marketing. Inovasi tersebut sangat cocok dengan kondisi sosial masyarakat yang tidak stabil akibat pandemi. Disamping itu, penguasaan teknologi informasi oleh sumberdaya manusia yang berkualitas akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pelayanan kepada konsumen di era pandemi saat ini.