

PERENCANAAN BISNIS UNTUK PROYEK PERUMAHAN PESONA PERMATA HIJAU 3 DI PT. GRIYA OMEGA ESTETIKA

Bagas Arsiadjienaldo¹; Meriza Hendri²

Program Studi Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana, Universitas Widyatama,
Bandung^{1,2}

Email : bagas.arsiadjenaldo@widyatama.ac.id¹; meriza.hendri@widyatama.ac.id²

ABSTRAK

Pasar properti residensial di Subang menunjukkan permintaan tinggi untuk perumahan terjangkau dan berkualitas. PT. Griya Omega Estetika memenuhi kebutuhan ini melalui proyek Pesona Permata Hijau 3, memanfaatkan backlog perumahan yang tinggi di Jawa Barat dan pengembangan Subang Smartpolitan. Proyek ini menawarkan perumahan dengan desain inovatif dan material berkualitas untuk keluarga muda, pembeli pertama, dan pekerja industri di Subang. Lokasi strategis dan fasilitas modern menjadi keunggulan utama. Pemulihan ekonomi pasca-pandemi, insentif pemerintah, serta peningkatan permintaan dari generasi muda mendorong pertumbuhan sektor properti. Dengan pengalaman lebih dari 20 tahun, PT. Griya Omega Estetika memastikan kualitas konstruksi dan penggunaan bahan bangunan unggul dengan biaya kompetitif. Model bisnisnya berfokus pada pengembangan dan penjualan unit perumahan secara efisien, dengan strategi finansial yang menjamin pendanaan proyek dan manajemen arus kas. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun rencana bisnis komprehensif bagi proyek ini, dengan fokus pada membuktikan kelayakan perencanaan berdasarkan model Timmons (peluang, sumber daya, dan tim), serta mengidentifikasi peluang pasar, merumuskan strategi bisnis yang efektif, dan memastikan kepatuhan legal untuk mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi PT. Griya Omega Estetika.

Kata kunci : Perencanaan, Bisnis; Perumahan

ABSTRACT

The residential property market in Subang shows high demand for affordable and quality housing. PT. Griya Omega Estetika addresses this need through the Pesona Permata Hijau 3 project, leveraging the significant housing backlog in West Java and the Subang Smartpolitan development. This project offers housing with innovative designs and quality materials for young families, first-time buyers, and industrial workers in Subang. Strategic location and modern facilities are the primary advantages. Post-pandemic economic recovery, government incentives, and rising demand from younger generations are driving growth in the property sector. With over 20 years of experience, PT. Griya Omega Estetika ensures construction quality and the use of superior materials at competitive costs. The business model focuses on developing and selling housing units efficiently, with a financial strategy securing project funding and managing cash flow. This study aims to develop a comprehensive business plan for the project, focusing on proving its feasibility using the Timmons model (opportunity, resources, and team), identifying market opportunities, formulating effective business strategies, and ensuring legal compliance to achieve PT. Griya Omega Estetika's sustainable competitive advantage.

Keywords : Planning, Business; Housing

PENDAHULUAN

Industri properti di Indonesia sepanjang tahun 2023 telah menunjukkan dinamika yang beragam. Menurut Badan Pusat Statistik (2023), walaupun beberapa segmen mencatat kinerja pertumbuhan yang mengesankan, secara keseluruhan, sektor ini belum menunjukkan kekuatan yang signifikan. Terutama di sektor konstruksi dan real estate, pertumbuhan masih terbatas. Hal ini tercermin dari pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) dari sisi pengeluaran, di mana konsumsi rumah tangga untuk perumahan serta investasi bangunan menunjukkan pertumbuhan yang terbatas selama sembilan bulan pertama tahun tersebut. Harga riil yang terbatas pada properti residensial maupun komersial menandakan kinerja sektor properti yang masih terbatas. Memasuki tahun 2024, prospek sektor properti global dipenuhi ketidakpastian, terutama mengingat proyeksi pertumbuhan ekonomi global yang melambat. Lembaga internasional seperti *International Monetary Fund* (IMF) dan World Bank memproyeksikan pertumbuhan ekonomi global pada tahun 2024 akan mencapai 2,9%, lebih rendah dibandingkan dengan 3,0% pada tahun 2023. Penurunan ini terutama dipengaruhi oleh perlambatan ekonomi di Amerika Serikat, Eropa, dan China. Sektor properti, khususnya di China, mengalami dampak signifikan dari perlambatan ini. Menanggapi kondisi tersebut, pemerintah China dan otoritas keuangan telah mengimplementasikan berbagai kebijakan dukungan untuk sektor properti. Meski (Moody's, 2023) menyatakan bahwa sektor properti di China masih lemah dan merevisi *outlooknya* menjadi negatif, terdapat ekspektasi pemulihan di sektor properti, khususnya bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di China, meskipun korporasi properti swasta diperkirakan akan terus menghadapi tekanan.

Ariyanto Adhi Nugroho (2023) yang merupakan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret, melihat bahwa pasar properti akan mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2024. Peningkatan ini didorong oleh pemulihan pasca-pandemi, kenaikan harga sewa, peningkatan permintaan di sektor pariwisata dan komersial, serta fokus pada pembangunan infrastruktur. Kebijakan pemerintah, seperti insentif pajak dan subsidi, juga diharapkan mendukung pertumbuhan ini. Namun, tantangan dalam menyediakan rumah terjangkau yang memenuhi kebutuhan pasar tetap ada. Laporan dari *Colliers Market Insights Research* (2023) mengindikasikan bahwa dampak pemilihan umum 2024 terhadap sektor properti akan mempengaruhi sentimen

pasar, meskipun beberapa subsektor masih mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19. Pasar perumahan terus menunjukkan kebutuhan hunian yang tinggi, dengan tingkat kekurangan perumahan yang mencapai 12,7 juta unit, menurut data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021. Skema pembiayaan utama untuk pembelian rumah primer masih didominasi oleh Kredit Pemilikan Rumah (KPR), sesuai dengan hasil survei Bank Indonesia (BI) tahun 2023.

Menurut Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (2019) *backlog* perumahan adalah selisih antara jumlah rumah yang diperlukan dan jumlah rumah yang tersedia, termasuk rumah yang harus diperbaiki dan yang tidak layak huni. Berdasarkan data Survei Ekonomi Nasional atau Susenas (2023), Jawa Barat mencatat jumlah *backlog* perumahan tertinggi di Indonesia, dengan rincian jumlah *backlog* tertinggi di masing-masing wilayah adalah Jawa Barat 2.816.407 unit, DKI Jakarta dengan 1.498.949 unit, Jawa Timur dengan 1.267.183 unit, dan Sumatera Utara dengan 1.025.079 unit. Angka *backlog* perumahan di Jawa Barat pada tahun 2023 mencapai 2,8 juta unit. Angka ini menunjukkan peningkatan dari tahun sebelumnya yang mencatat *backlog* sebesar 2,2 juta unit. Peningkatan ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk penambahan jumlah kepala keluarga (KK) dan perubahan kriteria rumah layak huni yang ditetapkan oleh Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Disperkim, 2024). Data ini menunjukkan bahwa masalah kebutuhan perumahan di Jawa Barat semakin mendesak dan memerlukan perhatian serius dari pemerintah dan pihak terkait untuk memastikan bahwa kebutuhan perumahan masyarakat dapat terpenuhi dengan baik.

(Joko Suranto, 2024) yang merupakan Ketua Umum Dewan Pengurus Pusat Asosiasi Perusahaan Real Estate Indonesia (REI), menekankan bahwa sektor properti adalah industri strategis yang telah memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian nasional. Dukungan pembangunan infrastruktur selama satu dekade terakhir telah menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan bagi industri properti di Indonesia menjelang tahun 2024. Meskipun menghadapi tantangan, faktor-faktor seperti kebijakan pemerintah, pemulihan pasca-pandemi, dan pembangunan infrastruktur diharapkan akan membawa dinamika positif bagi sektor ini. Optimisme terhadap sektor properti juga terlihat dari proyek-proyek strategis di daerah. Salah satunya adalah daerah Subang yang dijadikan sebagai salah satu Proyek Strategis

Nasional pada tahun 2023. Di awal tahun 2024, proyek kawasan Industri Subang Smartpolitan sudah dimulai. Hal ini menyebabkan bertambahnya kebutuhan masyarakat untuk memiliki tempat tinggal, terutama bagi mereka yang berasal dari luar daerah. Dengan adanya proyek ini, kawasan Subang diharapkan memiliki nilai tambah daerah yang signifikan (Kemenko Marves, 2023).

Berdasarkan gambar di atas dapat diamati bahwa terdapat variasi pertumbuhan harga yang signifikan antar kawasan selama periode tersebut. Harga riil properti di Amerika Serikat dan ekonomi maju lainnya tampak mengalami kenaikan dan penurunan secara siklikal, dengan puncak pertumbuhan yang tinggi terjadi sekitar tahun 2021, diikuti oleh penurunan yang tajam setelahnya. Kenaikan ini mencerminkan periode pemulihan ekonomi dan efek dari kebijakan moneter yang dilonggarkan selama dan setelah pandemi COVID-19, yang kemudian diikuti oleh penurunan sebagai tanggapan terhadap faktor-faktor seperti kenaikan suku bunga atau penyesuaian pasar setelah lonjakan permintaan. Zona Euro menunjukkan tren yang lebih stabil dengan pertumbuhan yang lebih moderat, tanpa fluktuasi ekstrim yang ditunjukkan oleh Amerika Serikat dan ekonomi maju lainnya. Sementara itu, Kerajaan Inggris menunjukkan volatilitas yang mirip dengan Amerika Serikat, tetapi dengan pertumbuhan yang lebih tinggi pada tahun-tahun tertentu.

Ekonomi pasar berkembang, namun di sisi lain juga menunjukkan pertumbuhan yang lebih rendah dibandingkan dengan ekonomi maju, tetapi dengan penurunan yang kurang tajam pada tahun-tahun berikutnya. Ini menunjukkan bahwa pasar properti di ekonomi berkembang tidak terpengaruh sebanyak ekonomi maju oleh dinamika global dan memiliki faktor pendorong pertumbuhan yang berbeda. Harga riil properti global masih dalam zona pertumbuhan negatif selama 2023. Rendahnya pertumbuhan harga properti global tersebut mencerminkan bahwa permintaan terhadap properti masih rendah. Hal tersebut antara lain dipengaruhi oleh kinerja ekonomi global yang memang tidak mengalami pertumbuhan secara signifikan selama 2023.

Berdasarkan gambar 1.2 grafik di atas menggambarkan pertumbuhan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) tapak di Indonesia, dibedakan menurut tipe ukuran rumah dari tahun 2019 hingga 2023. Dari grafik ini, terlihat bahwa semua kategori KPR tapak mengalami pertumbuhan yang berbeda-beda selama periode tersebut. Secara khusus, KPR untuk rumah dengan tipe lebih besar dari 70 meter persegi menunjukkan lonjakan

pertumbuhan yang sangat signifikan pada tahun 2023, dengan puncaknya mencapai pertumbuhan sekitar 48,47%. Ini mengindikasikan bahwa ada peningkatan permintaan atau penawaran kredit yang substansial di segmen pasar ini. Di sisi lain, KPR untuk rumah tipe 22 sampai 70 meter persegi dan rumah tipe sampai dengan 21 meter persegi juga menunjukkan pertumbuhan, tetapi tidak sebesar kategori rumah yang lebih besar. Pertumbuhan ini tetap konsisten dengan tren positif, meskipun dengan rate yang lebih moderat. KPR untuk rumah tipe sedang mencapai pertumbuhan sekitar 17,76%, sedangkan untuk tipe rumah yang lebih kecil, pertumbuhannya ada di angka 8,65%. Secara umum, grafik ini menunjukkan bahwa terdapat pemulihan dan pertumbuhan di sektor KPR tapak pasca tahun-tahun awal pandemi, dengan tahun 2023 menjadi titik balik yang sangat positif, khususnya untuk rumah-rumah berukuran besar. Keadaan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti kebijakan moneter, perbaikan kondisi ekonomi, atau perubahan preferensi pembeli yang cenderung memilih rumah yang lebih besar. Grafik ini memberikan informasi yang berguna bagi para stakeholder di industri perbankan dan properti untuk memahami dinamika pasar dan merespon dengan strategi yang sesuai.

Berdasarkan gambar 1.3 yang disajikan menunjukkan rasio *Non-Performing Loan* (NPL) untuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) tapak dari tahun 2019 hingga 2023, dengan pemisahan berdasarkan tipe ukuran rumah. Dari grafik ini, terlihat bahwa NPL untuk semua kategori ukuran rumah mengalami tren yang berbeda-beda. Untuk KPR rumah tipe di atas 70 meter persegi, terdapat peningkatan NPL yang cukup signifikan menuju akhir periode, mencapai puncaknya di angka 4,28%. Ini menandakan bahwa terdapat kesulitan pembayaran yang lebih besar di segmen ini, yang mencerminkan dampak ekonomi yang lebih luas atau masalah spesifik di segmen pasar rumah yang lebih besar. Sementara itu, KPR untuk rumah tipe antara 22 meter persegi sampai dengan 70 meter persegi menunjukkan volatilitas, tetapi dengan tren umum peningkatan NPL yang lebih stabil dan lebih rendah dibandingkan dengan rumah tipe lebih besar, menetap di angka 2,78% pada akhir periode. KPR untuk rumah tipe sampai dengan 21 meter persegi menunjukkan performa yang lebih baik dengan NPL yang paling rendah dan paling stabil sepanjang periode, berakhir pada angka 2,16%. Secara keseluruhan, grafik ini mengindikasikan bahwa rumah dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki risiko NPL yang lebih tinggi, yang bisa jadi karena nilai kredit yang lebih

besar dan kemampuan pembayaran yang lebih rentan terhadap fluktuasi ekonomi. Adanya puncak NPL yang tajam pada tahun tertentu bisa disebabkan oleh peristiwa ekonomi atau kebijakan kredit yang berubah. Grafik ini berguna bagi bank dan lembaga keuangan untuk menilai kesehatan portofolio KPR perusahaan dan bagi pembuat kebijakan untuk merancang strategi yang akan menangani segmen pasar dengan risiko lebih tinggi.

Berdasarkan gambar 1.4 terlihat bahwa sektor konstruksi dan real estate di Indonesia mengalami berbagai pasang surut sepanjang periode 2011 hingga 2023. Sektor konstruksi, direpresentasikan oleh batang hijau, mencatat fluktuasi yang lebih dramatis dibandingkan dengan real estate, dengan pertumbuhan yang menonjol di awal dan pertengahan dekade yang diikuti oleh penurunan tajam sekitar tahun 2020, yang kemungkinan akibat dari pandemi COVID-19. Sektor real estate, ditunjukkan dengan garis merah berbentuk titik-titik, meskipun ikut terpengaruh oleh kondisi yang sama, menunjukkan ketahanan yang lebih baik dengan fluktuasi yang lebih halus. Kedua sektor tersebut menunjukkan tanda-tanda pemulihan setelah tahun 2020, dengan real estate mencatat pertumbuhan lebih tinggi pada tahun 2021. Namun, pada tahun 2022 dan 2023, terlihat keduanya kembali mengalami pertumbuhan yang lebih moderat. Hal ini menandakan bahwa meskipun ada usaha pemulihan pasca-pandemi, sektor konstruksi dan real estate masih menghadapi tantangan dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan konsisten.

Kekuatan pemasok dalam proyek ini cukup tinggi, terutama karena ketergantungan pada pemasok bahan bangunan dan tenaga kerja yang memiliki keterampilan khusus. Kelangkaan bahan tertentu dan jumlah pemasok yang terbatas memberikan mereka daya tawar yang besar, yang pada akhirnya dapat memengaruhi biaya konstruksi dan jadwal penyelesaian proyek. Di sisi lain, kekuatan konsumen berada pada tingkat yang sedang. Meskipun harga perumahan subsidi diatur oleh pemerintah, konsumen tetap dapat memilih proyek yang menawarkan fasilitas tambahan atau kualitas yang lebih baik. Konsumen juga cenderung selektif dalam hal lokasi dan aksesibilitas, sehingga PT. Griya Omega Estetika harus memastikan bahwa proyek Pesona Permata Hijau 3 memenuhi ekspektasi tersebut untuk menarik pembeli. Terakhir, ancaman dari produk pengganti relatif rendah. Alternatif seperti menyewa rumah atau apartemen tidak menawarkan keuntungan kepemilikan jangka panjang, yang tetap

menjadi prioritas bagi banyak keluarga muda. Meskipun inovasi dalam hunian vertikal atau modular bisa menjadi ancaman, daya tarik utama dari memiliki rumah sendiri masih mendominasi preferensi konsumen di segmen ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Shepherd (2015) mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses mengidentifikasi peluang dan mengelola risiko untuk menciptakan nilai melalui pembentukan bisnis baru atau inovasi dalam bisnis yang sudah ada. Definisi ini menekankan pentingnya visi, kreativitas, serta kemampuan untuk menangani ketidakpastian dalam mengembangkan usaha baru. Proses ini sangat penting dalam perencanaan bisnis karena mendukung pengembangan usaha inovatif, terutama di sektor dinamis seperti real estate.

Bisnis dan Lingkungan Bisnis

Plutus Education (2023) menjelaskan bahwa bisnis adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menghasilkan nilai melalui produksi dan distribusi barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen. Elemen lingkungan bisnis yang dinamis, seperti tren ekonomi dan teknologi, mendorong perusahaan untuk terus beradaptasi agar tetap kompetitif dan responsif terhadap kebutuhan pasar .

Manajemen

George R. Terry (2017) menggambarkan manajemen sebagai proses unik yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian tindakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan menggunakan sumber daya manusia dan lainnya secara efisien. Definisi ini menyoroti pendekatan sistematis yang diperlukan dalam perencanaan bisnis, di mana pengelolaan sumber daya secara efektif sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis.

Design Thinking

Design Thinking adalah pendekatan inovatif yang berpusat pada manusia untuk memecahkan masalah, yang melibatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna, brainstorming ide-ide kreatif, pembuatan prototipe, dan pengujian solusi. David Kelley, pendiri IDEO dan d.school Stanford, menggambarkan Design Thinking sebagai metode untuk menghasilkan solusi inovatif melalui proses iteratif yang memprioritaskan pengguna akhir (Kelley, 2014). Pendekatan ini sangat relevan dalam

perencanaan bisnis, di mana menciptakan solusi yang memenuhi permintaan pasar dan kebutuhan pengguna sangat penting untuk kesuksesan.

Business Model Canvas

Menurut Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2014), Business Model Canvas adalah alat manajemen strategis yang digunakan untuk mengembangkan dan menggambarkan model bisnis baru atau yang sudah ada. Kanvas ini memetakan sembilan elemen kunci bisnis, termasuk Segmen Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Aliran Pendapatan, Sumber Daya Utama, Aktivitas Utama, Kemitraan Utama, dan Struktur Biaya. Alat ini menyediakan kerangka kerja komprehensif untuk menganalisis dan merancang model bisnis, yang sangat penting dalam proses perencanaan strategis. Menurut Bland & Osterwalder (2020), eksperimen bisnis merupakan sarana untuk meminimalisir risiko dan ketidakpastian ide bisnis yang dimiliki. Untuk menguji sebuah ide bisnis, fokusnya ada pada eksperimen bisnis dengan melihat apakah eksperimen tersebut menghasilkan bukti yang kuat atau lemah untuk mendukung atau menolak hipotesis, dan bisa cepat/lambat serta murah/mahal untuk melakukannya.

Inovasi Model Bisnis

Menurut (Osterwalder & Pigneur, 2010) inovasi model bisnis bukan tentang melihat masa lalu untuk memperkirakan apa yang terjadi di masa depan mengenai suatu model bisnis. Inovasi model bisnis merupakan suatu mekanisme baru untuk menciptakan nilai dan pendapatan dengan cara memberikan kebutuhan pelanggan yang sebelumnya tidak terpenuhi. Inovasi model bisnis adalah tentang bagaimana suatu perusahaan dapat menciptakan nilai lebih untuk menjadi pilihan bagi konsumen. Menurut (Saqib & Shah, 2022) inovasi model bisnis sangat penting untuk dilakukan karena berpengaruh pada kapasitas bisnis untuk berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Inovasi model bisnis juga memungkinkan suatu perusahaan untuk memikirkan mekanisme sebuah nilai yang diciptakan yang bertujuan untuk beradaptasi dengan lingkungan dan pasar yang selalu berubah-ubah demi meningkatkan keunggulan kompetitif (Grieco, 2021).

Proses Kewirausahaan

Saiz-Alvarez (2019) menggambarkan Model Kewirausahaan Timmons sebagai pendekatan yang mengandalkan sumber daya yang tersedia dan kemampuan

berimprovisasi untuk menciptakan peluang tanpa harus bergantung pada sumber daya eksternal yang besar. Pendekatan ini cocok dalam lingkungan dengan sumber daya terbatas atau ketidakpastian tinggi. Jeffry A. Timmons memperkenalkan sebagai pendekatan sistematis untuk menciptakan dan mengelola usaha baru, dengan fokus pada peluang, sumber daya, dan tim. Model ini menekankan bahwa kesuksesan kewirausahaan tergantung pada kemampuan untuk mengidentifikasi peluang yang layak, memperoleh dan mengelola sumber daya yang diperlukan, serta membentuk dan memimpin tim yang efektif. Model ini sangat relevan dalam perencanaan bisnis, terutama dalam mengevaluasi kelayakan dan arah strategis proyek baru.

Rencana Bisnis

Hisrich dan Ramadani (2017) menyatakan bahwa rencana bisnis tidak hanya penting bagi pemilik bisnis untuk menetapkan tujuan dan strategi tetapi juga berguna untuk menarik investor, kreditur, dan mitra lainnya. Rencana bisnis membantu menyelaraskan visi dan memastikan setiap bagian bisnis, mulai dari pemasaran hingga operasi dan keuangan terorganisir untuk mencapai tujuan bersama. Ini mencakup analisis pasar, proyeksi keuangan, dan penilaian risiko yang mendalam.

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Kotler dan Armstrong (2016) menekankan bahwa analisis lingkungan adalah langkah penting dalam perencanaan strategis. Proses ini melibatkan penilaian lingkungan internal (termasuk budaya, struktur, dan sumber daya perusahaan) dan lingkungan eksternal (termasuk faktor ekonomi, politik, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum). Memahami faktor-faktor ini memungkinkan bisnis untuk menyelaraskan strategi mereka dengan kondisi eksternal dan kapabilitas internal, yang merupakan kunci untuk perencanaan bisnis yang sukses.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi organisasi. Freddy Rangkuti (2014) mendeskripsikan analisis SWOT sebagai indikasi sistematis dari berbagai faktor yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Philip Kotler (2016) juga mendefinisikan analisis SWOT sebagai evaluasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan untuk membimbing pengambilan keputusan strategis. Alat ini

sangat penting dalam perencanaan bisnis, memberikan gambaran jelas tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan bisnis.

Perencanaan Pemasaran

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan perencanaan pemasaran sebagai proses menganalisis peluang pasar, memilih target pasar, merancang strategi pemasaran, dan mengembangkan program pemasaran untuk mencapai tujuan bisnis. Mereka menekankan pentingnya pendekatan sistematis dan berbasis data dalam perencanaan pemasaran, yang sangat penting untuk menyelaraskan upaya pemasaran dengan tujuan bisnis dan permintaan pasar.

Perencanaan Operasional

William J. Stevenson (2014) menjelaskan bahwa perencanaan operasional melibatkan kegiatan manajerial terkait pengaturan dan pengendalian proses produksi atau layanan untuk mencapai efisiensi maksimum. Ini mencakup penjadwalan produksi, manajemen inventaris, dan pengendalian kualitas, yang semuanya penting untuk memastikan bahwa operasi bisnis selaras dengan tujuan strategis dan mampu memenuhi permintaan pelanggan.

Perencanaan Sumber Daya Manusia

Gary Dessler (2015) mendeskripsikan perencanaan sumber daya manusia sebagai proses menentukan kebutuhan tenaga kerja untuk mendukung tujuan strategis perusahaan. Ini mencakup analisis pekerjaan, rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan. Perencanaan sumber daya manusia yang efektif memastikan bahwa perusahaan memiliki talenta dan kapabilitas yang diperlukan untuk melaksanakan rencana bisnisnya dan mencapai tujuannya.

Perencanaan Keuangan

Brigham dan Houston (2015) mendefinisikan perencanaan keuangan sebagai aktivitas menilai kebutuhan modal, merancang kebijakan investasi, dan mengelola risiko keuangan. Tujuan perencanaan keuangan adalah untuk mengoptimalkan struktur modal dan mencapai tujuan keuangan perusahaan. Ini adalah komponen penting dalam perencanaan bisnis karena memastikan bahwa perusahaan memiliki sumber daya dan strategi keuangan yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutannya.

Penjualan

Menurut Wijaya (2011: 92) dalam (Musyawarah & Idayanti, 2022) Penjualan adalah sebuah transaksi pendapatan barang atau jasa yang dikirim pelanggan untuk imbalan kas suatu kewajiban untuk membayar. Menurut Swastha (2015:129) “Faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode kualitatif diterapkan. Penelitian kualitatif lebih menekankan kualitas dibandingkan kuantitas dan data yang dikumpulkan dari observasi langsung, wawancara, kuesioner dan dokumen resmi terkait lainnya. Penelitian ini lebih memfokuskan pada proses daripada hasil yang diperoleh, karena hubungan antar bagian yang diteliti akan lebih jelas jika diamati dalam prosesnya. Dalam konteks perencanaan bisnis ini, peneliti menggunakan data sekunder, yang terdiri dari: Data Primer, Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber yang pertama kali mengalami fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, data primer dapat mencakup: Observasi Langsung, Wawancara, Kuesioner. Data Sekunder, Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain dan dapat digunakan untuk analisis. Untuk perencanaan bisnis Pesona Permata Hijau 3, data sekunder mencakup: Laporan Industri dan Publikasi, Data Statistik Resmi, Dokumentasi dan Arsip Internal Perusahaan, Sumber *Online*

Rancangan analisis penelitian ini menggunakan beberapa kerangka analisis yang sudah terbukti efektif dalam menganalisis bisnis perumahan. Analisis data yang digunakan dalam business plan ini menerapkan teori-teori perencanaan bisnis untuk mengetahui berbagai aspek, antara lain: *Design Thinking*, *Business Model Canvas*, Proses Kewirausahaan. Selanjutnya, dirancang sebuah perencanaan bisnis (*business plan*) yang mencakup: Profil Perusahaan, Analisis Lingkungan, Analisis SWOT, Analisis Formulasi Strategi Bisnis, Analisis Aspek Pemasaran, Analisis Aspek Operasi, Analisis Aspek Sumber Daya Manusia, Analisis Aspek Keuangan, Analisis Aspek Manajemen Risiko, Analisis Aspek Legal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Design Thinking

Design Thinking merupakan pendekatan inovatif yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan masalah pengguna. Sebagai metode yang mengedepankan

solusi kreatif dan user-centric, *Design Thinking* menekankan pentingnya empati, kolaborasi, dan iterasi dalam proses pengembangan produk atau layanan. Pendekatan ini memungkinkan tim untuk berpikir out-of-the-box dan menghasilkan ide-ide yang tidak hanya efektif, tetapi juga berkelanjutan. Dalam bisnis dan kewirausahaan, *Design Thinking* memberikan kerangka kerja untuk menciptakan produk dan layanan yang relevan, inovatif, dan memiliki nilai tambah yang signifikan bagi pengguna. Dengan memahami pengguna secara mendalam, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang-peluang baru dan mengembangkan solusi yang memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis

Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah alat strategis yang digunakan untuk merancang, menganalisis, dan memvisualisasikan model bisnis yang inovatif. Dalam industri real estate, BMC menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan aliran pendapatan. Industri real estate perumahan menghadapi tantangan unik, seperti kebutuhan untuk beradaptasi dengan preferensi pasar yang berubah-ubah dan mengelola biaya yang terkait dengan pengembangan lahan dan konstruksi. Dengan menggunakan *Business Model Canvas*, developer dapat memetakan hubungan antara berbagai elemen bisnis, mengoptimalkan operasional, dan menciptakan nilai lebih bagi pelanggan serta pemangku kepentingan lainnya. BMC memungkinkan para developer untuk mengevaluasi model bisnis mereka secara dinamis dan responsif terhadap perkembangan pasar, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha dalam lingkungan yang semakin kompetitif.

Proses Kewirausahaan

Model Timmons menekankan pentingnya menemukan peluang, mengumpulkan sumber daya, dan membentuk tim yang kuat sebagai inti dari proses kewirausahaan yang sukses. Dalam industri real estate, pendekatan ini menjadi sangat relevan karena kompleksitas dan dinamika yang dihadapi dalam pengembangan proyek perumahan. Developer harus mampu mengenali peluang di pasar yang terus berubah, seperti kebutuhan akan perumahan terjangkau atau tren gaya hidup baru. Model ini menyoroti pentingnya sumber daya baik finansial maupun manusia dalam mengembangkan dan menjalankan proyek yang sukses. Dengan fokus pada aspek-aspek seperti inovasi, mitigasi risiko, dan manajemen yang efektif, Model Timmons memberikan panduan bagi para developer untuk mengoptimalkan proses kewirausahaan mereka. Dalam lingkungan yang kompetitif ini, penerapan prinsip-prinsip Timmons dapat membantu developer untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Berikut adalah *Entrepreneurial Process* Proyek Perumahan Pesona Permata Hijau 3 pada PT. Griya Omega Estetika:

Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis adalah langkah kritis bagi developer dalam industri real estate, di mana keberhasilan sering kali bergantung pada kemampuan untuk merencanakan secara strategis dan menyeluruh. Dalam industri ini, perencanaan bisnis tidak hanya mencakup analisis pasar dan pemetaan kebutuhan konsumen, tetapi juga melibatkan pengelolaan sumber daya, penilaian risiko, dan strategi pemasaran yang efektif. Developer harus mempertimbangkan berbagai faktor, seperti lokasi proyek, kebutuhan regulasi, dan tren pasar untuk memastikan proyek yang diusulkan sesuai dengan permintaan konsumen dan memberikan nilai maksimal bagi para pemangku kepentingan. Dengan perencanaan bisnis yang kuat, developer dapat memitigasi risiko dan memaksimalkan peluang keberhasilan, menciptakan komunitas perumahan yang tidak hanya menarik tetapi juga berkelanjutan dan menguntungkan.

Profil Perusahaan

Nama Perusahaan: PT. Griya Omega Estetika.

Tahun Didirikan: 2011.

Alamat: Parahyangan Business Park @metro, blok b5 Sukarno Hatta no. 689 b, Bandung, Jawa Barat. PT. Griya Omega Estetika, Jatisari, Bandung City, West Java, Indonesia.

Telepon: 022-7793133.

Website: www.omegaproperty.co.id.

Motto: Tumbuh Kembang Bersama.

Akta Pendirian: No.19 11-11-2011 Notaris Asep Wachjudin, S.H.

Akta Perubahan: No.05 Tgl. 03-08-2023 Notaris Asep Wachjudin, S.H.

Pengesahan menteri: AHU-0038005 Hukum dan Ham Tanggal 05-08-2023.

NIB: 9120006672688

NPWP: No.31.437.096.6-429.000.

Pengukuhan PKP: No.PEM- 00321/WPJ.09/KP.0303/2012 Tanggal 13 Februari 2012.

HO: No.503/IG-8288/BPPT/2011.

SIUP: No. 510/2-7222-BPPT.

Keterangan Domisili: No.503/080/DPSKJ/XII/2011.

Herregistrasi: No. 505/IG- 8288/BPPT/2011.

Visi: Menjadi inti sebuah perusahaan nasional yang terkemuka dan sukses dalam bidang properti, real estate, infrastruktur, konstruksi, dan kontraktor.

Misi: Menciptakan, mengembangkan dan mengelola proyek properti yang bermutu, didukung oleh sumber daya manusia yang professional dan berdedikasi tinggi, serta menyediakan produk-produk dan layanan prima untuk memuaskan konsumen.

PT Griya Omega Estetika, yang didirikan pada tahun 2003 di Bandung, Jawa Barat, awalnya fokus pada pembangunan rumah tinggal dan bangunan komersial di Bandung dan sekitarnya. Perusahaan ini, dengan personil yang mayoritas adalah lulusan Teknik Arsitektur, menunjukkan dedikasi dan keahlian dalam proyek-proyeknya. Pada tahun 2008, perusahaan ini berhasil menjadi konsultan perencana dan pelaksana di beberapa proyek perumahan di Jawa Barat, yang berlanjut hingga tahun 2011. Tepat pada tanggal 11 November 2011, PT Griya Omega Estetika mengalami transformasi menjadi pengembang, mengambil alih pengembangan beberapa proyek perumahan di Jawa Barat. Meski fokusnya bergeser, divisi rancang bangun yang menjadi asal usul perusahaan tetap aktif. Saat ini, perusahaan masih dipercaya oleh berbagai klien untuk membangun rumah tinggal, klinik, dan bangunan komersial maupun subsidi di Jawa Barat. Motto "Tumbuh Kembang Bersama" mencerminkan filosofi perusahaan dalam mencapai kesuksesan melalui kerjasama tim yang solid. Hingga saat ini, PT Griya Omega Estetika telah menciptakan berbagai karya, termasuk proyek perumahan, pertokoan, dan perkantoran, dan terus menjadikan motto ini sebagai panduan dalam setiap bisnisnya (Omegaproperty, 2021).

Analisis Lingkungan Usaha

Analisis lingkungan eksternal merupakan langkah penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor di luar organisasi yang dapat mempengaruhi kesuksesan proyek. Dalam industri real estate, lingkungan eksternal mencakup berbagai elemen seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, tren demografis, dan dinamika pasar properti. Perubahan dalam regulasi, suku bunga, atau preferensi konsumen dapat memiliki dampak signifikan pada permintaan dan penawaran perumahan. Selain itu, persaingan yang ketat menuntut developer untuk selalu waspada terhadap inovasi dan strategi kompetitor. Dengan menganalisis lingkungan eksternal, developer dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi, serta menyesuaikan strategi mereka untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan proyek dalam menghadapi tantangan yang dinamis.

SWOT Analysis

SWOT Analisis adalah alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam industri real estate. Kekuatan dan kelemahan mencerminkan faktor internal yang mempengaruhi kapabilitas perusahaan, seperti keunggulan desain proyek, efisiensi operasional, dan reputasi di pasar. Sementara itu, peluang dan ancaman lebih berkaitan dengan faktor eksternal, seperti perubahan preferensi konsumen, fluktuasi ekonomi, regulasi pemerintah, dan persaingan pasar. Dalam industri perumahan yang kompetitif, analisis SWOT membantu developer untuk mengevaluasi posisi strategis mereka dan merumuskan langkah-langkah untuk memanfaatkan peluang

sekaligus mengatasi tantangan yang ada. Dengan memahami lingkungan internal dan eksternal secara komprehensif, developer dapat menyusun strategi yang tepat untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memperkuat keunggulan kompetitif mereka. Berikut adalah analisis SWOT untuk Proyek Perumahan Pesona Permata Hijau 3 yang dibuat oleh PT. Griya Omega Estetika:

Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan

Top Management perusahaan memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun di industri ini, dengan pengalaman di bidang properti yang sudah terjalin selama lebih dari satu dekade. Perusahaan dikenal menggunakan bahan bangunan berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif, serta menawarkan berbagai jenis properti, mulai dari subsidi hingga komersial, dengan ukuran yang bervariasi serta pilihan antara ruko atau rumah. Selain itu, perusahaan memiliki hubungan baik dengan pemasok dan kontraktor lokal yang dapat diandalkan. Namun, terdapat beberapa kelemahan, seperti terbatasnya sumber daya pemasaran dan kurangnya adaptasi terhadap platform media sosial baru. Inovasi serta kreativitas dalam pemasaran juga masih perlu ditingkatkan, di samping tidak adanya pengembangan dalam praktik manajemen sumber daya manusia. Diversifikasi portofolio proyek yang minim menjadi catatan penting untuk diperhatikan.

Peluang dan Ancaman

Perusahaan berada dalam posisi yang menguntungkan dengan meningkatnya minat generasi Z dan milenial untuk memiliki rumah, serta banyaknya lahan yang masih dapat dikembangkan. Dukungan dari program perbankan pemerintah untuk industri properti juga membuka peluang baru, di samping potensi pemasaran digital yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Kenaikan kebutuhan akan hunian di Jawa Barat menjadi faktor positif lainnya. Di sisi lain, terdapat ancaman yang perlu diwaspadai, seperti risiko gagal bayar dari konsumen akibat dampak pandemi dan kesulitan dalam proses pembelian rumah karena gagal dalam pemeriksaan BI. Persaingan dari sektor industri lain juga semakin ketat, sementara proses perizinan yang semakin rumit akibat transisi ke sistem digital justru menambah kesulitan. Selain itu, fluktuasi harga bahan bangunan dapat berpengaruh pada peningkatan biaya produksi.

Analisis Aspek Pemasaran

Dalam industri real estate, analisis aspek pemasaran merupakan langkah fundamental untuk memahami dinamika pasar dan mengidentifikasi peluang pertumbuhan yang potensial. Pasar perumahan yang terus berkembang menuntut developer untuk menerapkan strategi pemasaran yang cermat dan adaptif, guna menarik perhatian konsumen dan membedakan produk mereka dari kompetitor. Faktor-faktor seperti preferensi konsumen, tren demografis, lokasi strategis, dan kebutuhan akan hunian modern menjadi penentu keberhasilan dalam

merancang dan memasarkan produk perumahan. Dengan menganalisis aspek pemasaran secara mendalam, developer dapat merancang proposisi nilai yang kuat, menetapkan harga yang kompetitif, dan memilih saluran distribusi yang efektif untuk mencapai target pasar secara optimal. Pendekatan pemasaran yang tepat dapat meningkatkan daya tarik proyek perumahan dan memastikan keberlanjutan pertumbuhan dalam industri yang dinamis ini.

Manajemen Risiko dalam Pemasaran

Analisis manajemen risiko dalam aspek pemasaran sangat penting untuk menjamin strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan bagi proyek Pesona Permata Hijau 3. Di tengah persaingan ketat di industri properti Subang, perusahaan perlu menonjolkan keunggulan uniknya, seperti desain inovatif, kualitas bahan bangunan yang tinggi, dan lokasi strategis. Selain itu, untuk menghadapi fluktuasi ekonomi yang dapat memengaruhi daya beli konsumen, perusahaan harus melakukan analisis pasar secara berkala dan menyediakan opsi pembiayaan yang fleksibel. Perubahan kebijakan pemerintah juga menjadi perhatian, di mana penting untuk memantau perkembangan regulasi dan membangun hubungan baik dengan pemerintah lokal untuk mendapatkan dukungan yang diperlukan. Di sisi lain, menjaga kepuasan pelanggan sangat krusial, sehingga sistem manajemen kualitas yang ketat harus diterapkan dan umpan balik pelanggan harus ditindaklanjuti. Untuk menghadapi ketidakpastian pasar, riset pasar secara rutin diperlukan untuk memahami tren konsumen, serta pengembangan strategi pemasaran yang dapat disesuaikan dengan cepat. Terakhir, investasi dalam teknologi pemasaran terbaru dan pelatihan staf juga sangat penting untuk memastikan efisiensi dan efektivitas kampanye pemasaran. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat meminimalkan risiko dan memaksimalkan peluang di pasar.

Analisis Aspek Operasi

Dalam industri real estate, analisis aspek operasi merupakan langkah kritis untuk memastikan efisiensi dan efektivitas dalam proses pembangunan dan pengelolaan proyek. Operasi yang baik mencakup perencanaan, pengendalian, dan pengoptimalan sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Faktor-faktor seperti manajemen rantai pasokan, kualitas konstruksi, pengendalian biaya, dan penggunaan teknologi modern sangat penting dalam menentukan keberhasilan operasional suatu proyek perumahan. Dengan menganalisis aspek operasi secara mendalam, developer dapat memastikan bahwa proyek berjalan sesuai dengan jadwal, anggaran, dan standar kualitas yang telah ditetapkan. Pendekatan operasi yang tepat dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi pemborosan, dan memastikan keberlanjutan proyek dalam industri real estate yang kompetitif ini.

Analisis Aspek Sumber Daya Manusia

Analisis aspek sumber daya manusia (SDM) merupakan elemen fundamental dalam industri real estate developer perumahan, di mana keberhasilan proyek sangat bergantung pada kemampuan tim untuk mengelola berbagai aspek pengembangan dan operasional. Pengelolaan SDM yang efektif melibatkan rekrutmen dan pelatihan tenaga kerja yang kompeten, pengembangan budaya perusahaan yang mendukung kolaborasi, dan penerapan praktik manajemen yang berfokus pada peningkatan produktivitas dan kepuasan karyawan. Dalam industri yang dinamis dan kompetitif ini, SDM yang terampil dan berpengalaman dapat menjadi keunggulan kompetitif yang menentukan, memengaruhi kualitas desain, konstruksi, dan layanan pelanggan. Selain itu, strategi pengelolaan SDM yang tepat dapat membantu developer dalam mengatasi tantangan tenaga kerja, seperti fluktuasi ketersediaan tenaga kerja dan perubahan regulasi ketenagakerjaan. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan SDM yang berkelanjutan menjadi kunci bagi developer untuk mencapai pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang dalam industri perumahan.

Analisis Aspek Keuangan

Analisis aspek keuangan merupakan salah satu elemen paling krusial dalam industri real estate, karena keberhasilan finansial proyek sangat bergantung pada pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien. Proyek perumahan seringkali memerlukan investasi modal yang besar, dengan siklus pengembalian yang panjang, sehingga penting bagi developer untuk memiliki pemahaman mendalam tentang arus kas, proyeksi pendapatan, dan struktur biaya. Evaluasi keuangan yang komprehensif membantu developer dalam mengidentifikasi potensi risiko keuangan, mengoptimalkan alokasi sumber daya, dan menentukan strategi penetapan harga yang kompetitif. Selain itu, analisis keuangan yang tepat juga mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih baik dan memfasilitasi akses ke pembiayaan eksternal. Dalam industri yang dinamis ini, pengelolaan keuangan yang solid menjadi kunci bagi developer untuk memastikan keberlanjutan proyek dan meraih keuntungan maksimal.

Analisis Aspek Manajemen Risiko

Analisis aspek manajemen risiko merupakan komponen esensial dalam strategi bisnis bagi developer perumahan di industri real estate, mengingat kompleksitas dan ketidakpastian yang melekat dalam pengembangan proyek perumahan. Risiko dapat muncul dari berbagai sumber, termasuk perubahan kebijakan pemerintah, fluktuasi ekonomi, keterlambatan proyek, dan perubahan preferensi konsumen. Oleh karena itu, memahami dan mengelola risiko secara proaktif adalah langkah penting untuk memastikan kelancaran operasional dan keberlanjutan bisnis. Manajemen risiko yang efektif melibatkan identifikasi, penilaian, dan mitigasi risiko yang mungkin mempengaruhi pencapaian tujuan proyek. Dengan pendekatan yang tepat,

developer dapat mengurangi dampak negatif risiko, meningkatkan efisiensi, dan menjaga reputasi perusahaan di pasar perumahan yang kompetitif dan dinamis. Risiko dalam Pengembangan Proyek Perumahan Pesona Permata Hijau 3 Dalam pengembangan proyek perumahan Pesona Permata Hijau 3, PT. Griya Omega Estetika dihadapkan pada berbagai risiko yang dapat memengaruhi kelangsungan dan keberhasilan proyek. Salah satu risiko utama adalah kemungkinan gagal bayar oleh konsumen, terutama akibat pandemi, yang dapat menghambat penjualan properti. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan menawarkan opsi pembiayaan yang lebih fleksibel dan melakukan penilaian kredit yang ketat sebelum menyetujui penjualan. Selain itu, kesulitan dalam mendapatkan persetujuan pembiayaan dari Bank Indonesia juga menjadi tantangan, yang dapat diatasi dengan memberikan edukasi kepada calon pembeli mengenai persyaratan pembiayaan dan menjalin kerja sama dengan lembaga keuangan untuk mempermudah proses tersebut. Persaingan dari sektor industri lain juga semakin ketat, sehingga penting bagi perusahaan untuk menonjolkan keunggulan unik Pesona Permata Hijau 3, seperti desain inovatif dan lokasi strategis. Proses perizinan dan birokrasi yang semakin rumit akibat peralihan ke sistem digital menjadi perhatian tersendiri, yang dapat diminimalisir dengan membangun hubungan baik dengan pemerintah lokal dan melakukan persiapan yang matang. Kualitas dan penyelesaian proyek juga merupakan faktor kritis yang perlu diawasi, di mana penerapan sistem manajemen kualitas yang ketat dan inspeksi rutin terhadap bahan bangunan sangat diperlukan.

Perubahan kebijakan pemerintah yang tidak stabil dapat memengaruhi industri properti secara keseluruhan, sehingga penting untuk memantau perkembangan kebijakan dan menyesuaikan strategi perusahaan. Risiko pasar yang muncul akibat fluktuasi harga bahan baku dan suku bunga perlu diantisipasi dengan menggunakan kontrak berjangka dan memantau tren pasar. Selain itu, risiko likuiditas yang berkaitan dengan ketidakcukupan dana untuk kewajiban jangka pendek dapat dikelola dengan menyusun rencana cadangan likuiditas dan mendiversifikasi sumber pendanaan. Risiko operasional juga perlu diperhatikan, mengingat kesalahan dalam proses keuangan atau kegagalan sistem teknologi dapat mengakibatkan kerugian. Implementasi kontrol internal yang ketat dan audit rutin menjadi langkah mitigasi yang penting. Selain itu, risiko kepatuhan terhadap regulasi keuangan harus dikelola dengan memastikan semua aktivitas sesuai dengan peraturan dan memberikan pelatihan kepada karyawan. Risiko fluktuasi nilai tukar yang dapat memengaruhi biaya impor bahan baku juga menjadi perhatian, di mana hedging mata uang dapat digunakan sebagai strategi perlindungan. Keterlambatan konstruksi akibat faktor eksternal seperti cuaca dan ketersediaan bahan bangunan juga perlu diantisipasi dengan menggunakan software manajemen proyek dan menyusun rencana kontingensi. Kualitas konstruksi yang tidak memenuhi standar dapat merugikan

reputasi perusahaan, sehingga penerapan sistem manajemen kualitas yang ketat sangatlah penting. Risiko kegagalan teknologi dalam penggunaan alat-alat modern harus diatasi dengan uji coba yang menyeluruh dan dukungan teknis yang memadai. Selain itu, risiko keselamatan kerja di lokasi konstruksi dapat diminimalkan dengan memberikan pelatihan keselamatan yang komprehensif dan memastikan ketersediaan alat pelindung diri. Keterbatasan sumber daya seperti tenaga kerja terampil juga harus dikelola dengan baik melalui perencanaan pengadaan yang efektif.

Keterlambatan dalam proses rekrutmen karyawan baru dapat mengganggu kelancaran proyek, sehingga pengembangan rencana rekrutmen proaktif menjadi penting. Tingginya tingkat turnover karyawan dapat berdampak pada kehilangan pengetahuan dan keterampilan, yang bisa diatasi melalui program retensi yang menarik. Selain itu, memastikan kepatuhan terhadap peraturan ketenagakerjaan dan keselamatan kerja sangat penting untuk menghindari sanksi hukum. Kinerja karyawan yang tidak memadai dapat diatasi dengan sistem manajemen kinerja yang efektif, sementara tingkat ketidakhadiran yang tinggi dapat dikelola dengan sistem monitoring dan program kesehatan yang baik. Dengan langkah-langkah mitigasi yang tepat, PT. Griya Omega Estetika dapat mengurangi risiko dan meningkatkan peluang keberhasilan proyek ini. Dengan mengidentifikasi dan mengelola risiko-risiko tersebut secara proaktif, PT. Griya Omega Estetika dapat memastikan bahwa proyek perumahan Pesona Permata Hijau 3 berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi mitigasi yang efektif akan membantu mengurangi dampak negatif dari risiko-risiko ini dan meningkatkan peluang keberhasilan proyek.

Analisis Aspek Legal

Memahami dan mematuhi aspek legal ini adalah krusial untuk menghindari masalah hukum yang dapat merugikan bisnis. Legalitas pada perusahaan developer properti perumahan mencakup berbagai aspek hukum yang perlu dipenuhi untuk memastikan operasi bisnis yang sah dan berkelanjutan. Pertama-tama, perusahaan harus memiliki Akta Pendirian yang disahkan oleh notaris dan terdaftar di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. Ini memberikan landasan hukum yang sah bagi perusahaan untuk beroperasi. Selain itu, perusahaan perlu mendapatkan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah terdaftar secara resmi dan diakui oleh pemerintah. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) juga diperlukan untuk memastikan bahwa perusahaan terdaftar sebagai wajib pajak dan mematuhi semua kewajiban perpajakan yang berlaku di Indonesia. Pengukuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) menambahkan lapisan legalitas dalam hal kepatuhan terhadap Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) adalah izin usaha yang wajib dimiliki oleh setiap perusahaan untuk melakukan kegiatan perdagangan. Izin ini memastikan bahwa perusahaan memiliki otorisasi yang sah untuk menjalankan bisnis di bidang properti dan real estate. Selain SIUP, Izin Gangguan (HO) juga diperlukan untuk menjalankan usaha yang berpotensi menimbulkan gangguan bagi lingkungan sekitar, memastikan bahwa perusahaan beroperasi dengan memperhatikan dampak lingkungan dan sosial. Dalam hal pengelolaan lahan, perusahaan harus mengurus berbagai izin terkait tanah, termasuk sertifikat hak guna lahan dari Badan Pertanahan Nasional (BPN). Izin lokasi dan izin peruntukan lahan dari dinas terkait juga harus diperoleh untuk memastikan bahwa penggunaan lahan sesuai dengan peruntukannya. Selain itu, izin Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) diperlukan untuk proyek-proyek yang berdampak signifikan terhadap lingkungan, memastikan bahwa perusahaan telah menilai dan mengelola potensi dampak lingkungan dari proyek perumahan yang dikembangkan.

Legalitas juga mencakup kepatuhan terhadap hukum ketenagakerjaan, termasuk penyusunan kontrak kerja yang sah dan mematuhi peraturan ketenagakerjaan yang berlaku. Ini memastikan bahwa hak dan kewajiban antara perusahaan dan karyawan jelas dan terlindungi secara hukum. Dengan memenuhi semua aspek legalitas ini, perusahaan developer properti perumahan dapat memastikan bahwa operasinya sah, meminimalkan risiko hukum, dan membangun kepercayaan di antara pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya. Legalitas yang kuat juga memberikan dasar yang kokoh untuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan. PT. Griya Omega Estetika memiliki beberapa aspek legal yang sangat penting untuk menjamin legalitas operasional dan kredibilitas perusahaan dalam industri properti. PT. Griya Omega Estetika telah memenuhi berbagai aspek hukum yang diperlukan untuk beroperasi secara resmi. Perusahaan ini didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 19 pada 11 November 2011 oleh Notaris Asep Wachjudin, SH., yang menunjukkan bahwa semua persyaratan hukum untuk pendirian badan hukum telah dipatuhi. Selanjutnya, perusahaan melakukan perubahan yang tercatat dalam Akta Perubahan No. 10 pada 10 Agustus 2013, juga disahkan oleh Notaris yang sama, menunjukkan penyesuaian dalam struktur kepemilikan atau tujuan perusahaan sesuai dengan perkembangan bisnis. Pengesahan dari Menteri Hukum dan HAM pada 24 Agustus 2013, dengan nomor AHUAH.01.10.10-25552, menegaskan bahwa PT. Griya Omega Estetika telah memenuhi semua persyaratan hukum untuk diakui sebagai badan hukum oleh pemerintah, mencerminkan operasionalnya yang sesuai dengan regulasi di Indonesia. Perusahaan juga terdaftar dengan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) nomor 101116817066, yang berfungsi sebagai bukti pendaftaran resmi dan penting untuk legalitas operasional serta membangun kepercayaan di kalangan pelanggan dan mitra bisnis. Selain itu, PT. Griya Omega Estetika memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) 31.437.096.6-429.000,

yang menunjukkan kepatuhan perusahaan terhadap kewajiban perpajakan di Indonesia. Pengukuhan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) dengan nomor PEM-00321/WPJ.09/KP.0303/2012 pada 13 Februari 2012 menunjukkan bahwa perusahaan wajib memungut dan melaporkan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi penjualannya.

Perusahaan juga memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dengan nomor 510/2-7222-BPPT, yang memberikan izin untuk melakukan kegiatan perdagangan di bidang properti dan real estate. Izin Gangguan (HO) nomor 503/IG-8288/BPPT/2011 diperlukan untuk usaha yang berpotensi menimbulkan gangguan lingkungan, dan menunjukkan bahwa perusahaan memenuhi syarat untuk beroperasi di lokasi yang telah ditentukan. Terakhir, keterangan domisili dengan nomor 503/080/DPSKJ/XII/2011 dan herregistrasi nomor 505/IG-8288/BPPT/2011 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki alamat yang sah dan telah melakukan registrasi ulang sesuai ketentuan yang berlaku, yang penting untuk memastikan keberadaan dan kelangsungan operasional di lokasi terdaftar. PT. Griya Omega Estetika memiliki dokumen legal yang lengkap dan sah, yang menunjukkan bahwa perusahaan ini beroperasi sesuai dengan peraturan dan hukum yang berlaku di Indonesia. Keberadaan akta pendirian dan perubahan, pengesahan dari Menteri Hukum dan HAM, TDP, NPWP, pengukuhan PKP, SIUP, HO, dan keterangan domisili serta herregistrasi menunjukkan bahwa perusahaan ini memiliki fondasi hukum yang kuat. Legalitas yang terjamin ini tidak hanya penting untuk operasional perusahaan tetapi juga meningkatkan kepercayaan pelanggan, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan lainnya.

Pembahasan

Design Thinking adalah pendekatan inovatif yang menempatkan pemahaman mendalam tentang pengguna sebagai pusat dari proses kreatif. Metode ini mengutamakan empati, kolaborasi, dan iterasi, sehingga memungkinkan tim untuk menciptakan solusi yang tidak hanya efektif tetapi juga berkelanjutan. Dalam dunia bisnis, terutama dalam pengembangan produk dan layanan, Design Thinking menjadi krusial karena membantu perusahaan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pengguna di pasar yang dinamis. Sementara itu, Business Model Canvas (BMC) berfungsi sebagai alat strategis untuk merancang dan menganalisis model bisnis, khususnya di sektor real estate. Dengan memetakan elemen kunci seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, dan saluran distribusi, BMC membantu developer beradaptasi dengan perubahan pasar dan mengelola biaya secara efisien. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai lebih bagi pelanggan, yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing.

Dalam konteks kewirausahaan, Model Timmons menekankan pentingnya menemukan peluang, mengumpulkan sumber daya, dan membentuk tim yang solid. Hal ini sangat relevan dalam industri real estate yang kompleks, di mana developer harus mampu mengenali

kebutuhan pasar, seperti hunian terjangkau dan perubahan gaya hidup. Dengan fokus pada inovasi dan mitigasi risiko, model ini memberikan panduan yang membantu developer menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Perencanaan bisnis juga menjadi langkah vital bagi developer. Tidak hanya melibatkan analisis pasar dan pemetaan kebutuhan konsumen, perencanaan ini mencakup pengelolaan sumber daya, penilaian risiko, dan strategi pemasaran yang efektif. Developer perlu mempertimbangkan berbagai faktor seperti lokasi proyek dan tren pasar untuk memastikan proyek yang diusulkan memenuhi permintaan konsumen. Analisis lingkungan usaha dan SWOT Analysis adalah alat yang membantu perusahaan memahami faktor eksternal yang memengaruhi kesuksesan proyek. Dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, developer dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar yang kompetitif.

Di sisi pemasaran, analisis mendalam mengenai preferensi konsumen dan lokasi strategis memungkinkan developer untuk menciptakan proposisi nilai yang menarik. Manajemen risiko dalam pemasaran juga menjadi penting, terutama dalam menjaga kepuasan pelanggan dan memantau fluktuasi ekonomi yang dapat memengaruhi daya beli. Aspek operasional, pengelolaan sumber daya manusia (SDM), dan analisis keuangan juga tak kalah penting dalam industri ini. Pengelolaan SDM yang baik menciptakan tim yang mampu mengelola berbagai aspek proyek, sedangkan analisis keuangan membantu developer memahami arus kas dan proyeksi pendapatan yang esensial untuk keberlanjutan proyek. Terakhir, analisis manajemen risiko dan aspek legal adalah elemen kunci yang mendukung kelancaran operasional dan membangun kepercayaan di antara pelanggan dan mitra bisnis. Dengan memenuhi semua persyaratan hukum, developer dapat memastikan bahwa proyek yang diusulkan berjalan sesuai rencana dan meminimalkan risiko hukum. Secara keseluruhan, integrasi dari berbagai aspek ini sangat penting untuk mencapai kesuksesan dalam industri real estate yang kompetitif dan terus berkembang.

KESIMPULAN

Proyek Pesona Permata Hijau 3 yang dikembangkan oleh PT. Griya Omega Estetika merupakan inisiatif strategis untuk menyediakan hunian terjangkau di Subang, Jawa Barat. Melalui analisis pasar yang mendetail dan pendekatan bisnis yang menyeluruh, proyek ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan perumahan berkualitas dengan harga terjangkau. Dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat serta inovasi dalam desain dan konstruksi, proyek ini berpotensi menjadi solusi atas backlog perumahan yang masih tinggi di kawasan tersebut. Proyek ini menekankan pentingnya sinergi antara peluang pasar, pengelolaan sumber daya yang efisien, dan kemampuan tim dalam mencapai tujuan bisnis. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan proyek ini terletak pada lokasi yang strategis dan efisiensi operasional,

meskipun tetap perlu waspada terhadap ancaman eksternal seperti perubahan regulasi dan kondisi ekonomi yang fluktuatif. Dari perspektif keuangan, proyeksi menunjukkan bahwa proyek ini dapat mencapai titik impas dalam waktu yang relatif singkat, dengan potensi laba yang signifikan dalam jangka panjang. Alat analisis seperti NPV, IRR, dan BEP mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih terinformasi, sementara analisis risiko yang komprehensif membantu mengidentifikasi serta memitigasi hambatan yang mungkin mengganggu kelancaran proyek.

Untuk meningkatkan kesuksesan dan keberlanjutan proyek Pesona Permata Hijau 3, beberapa langkah berikut dapat dipertimbangkan: memanfaatkan digital marketing dan teknologi informasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas, serta meningkatkan efektivitas promosi melalui media sosial dan platform online; membangun kemitraan dengan lembaga keuangan untuk memudahkan akses pembiayaan bagi konsumen, serta menjalin kerjasama dengan kontraktor dan pemasok terpercaya; meningkatkan fokus pada manajemen risiko dengan merumuskan strategi mitigasi yang proaktif terhadap ketidakpastian pasar; dan berinvestasi dalam pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan keterampilan tim, khususnya dalam manajemen proyek dan layanan pelanggan. Penting juga untuk memastikan bahwa semua aspek proyek mematuhi peraturan yang berlaku guna menghindari masalah hukum, melakukan evaluasi berkala terhadap performa proyek, dan menyesuaikan strategi bisnis berdasarkan dinamika pasar dan umpan balik dari konsumen. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, diharapkan proyek Pesona Permata Hijau 3 dapat lebih optimal dalam mencapai tujuan bisnis dan memberikan dampak positif bagi komunitas serta industri real estate secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldrich, H. E. 2020. *Organizations Evolving*. Sage Publications.
- Azzahra, S., & Prabowo, F. (2024). VALIDASI MODEL BISNIS LAYANAN JASA. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 373-391.
- Blaug, M. 2010. *Economic Theory in Retrospect*. Cambridge: Cambridge University Press.
- David, F. 2011. *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- Fayolle, A. 2019. *Entrepreneurship: Key Concepts and Approaches*. Routledge.
- Ferdiansyah, M., Latif, A., & Saleh, W. (2024). STRATEGI MARKETING INSTAGRAM TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA BISNIS TEH POCI "OUTLET AIKO". *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 673-690.
- Griffin, R. W. 2011. *Management*. South-Western College Publishing.
- Hill, C., & Jones, G. 2012. *Strategic Management Theory: An Integrated Approach*. Cengage Learning.
- Hossain, M. 2022. *Business Environment: Theories and Applications*. Palgrave Macmillan.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. 2004. *Strategic Management and Business Policy*. Pearson Education.
- Hsu, D., Moroz, P., & Shahab, Y. 2021. Creative Processes in Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Studies*.
- Jones, G. R. 2014. *Organizational Theory, Design, and Change*. Pearson Education.
- Katz, J. A. 2020. *The Entrepreneurial Personality and the New Venture Creation Process*. Palgrave Macmillan.

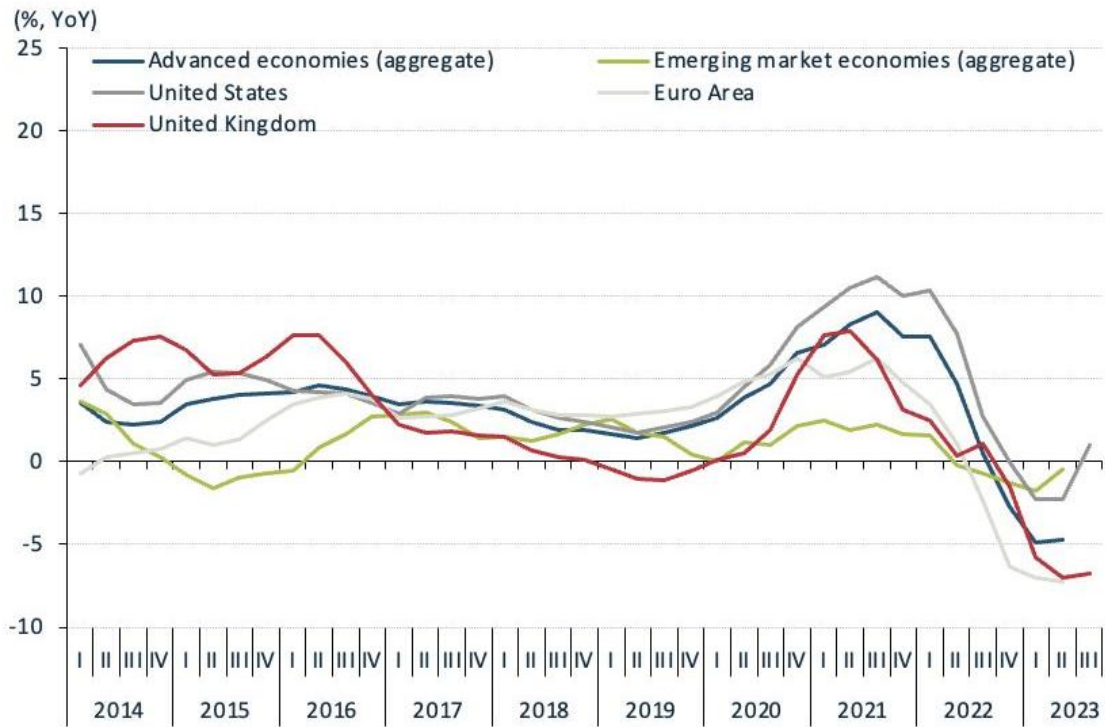
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2023. *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kraus, S., et al. 2021. *Digital Entrepreneurship: Prospects and Challenges*. Springer.
- Martin, R. L., & Osberg, S. 2015. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *California Management Review*.
- Mason, C., & Sinha, R. 2019. *Green Business and Sustainability*. Emerald Publishing.
- Porter, M. E. 2008. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The Free Press.
- Porter, M. E. 2011. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. 2021. *On Competition*. Harvard Business Review Press.
- Prasetyo, R. M., & Prabowo, F. (2024). VALIDASI MODEL BISNIS STARTUP TIBA-TIBA PINDAHAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 541-561.
- Pringle, P., & Huisman, K. 2011. The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*.
- Rangkuti, F. 2014. *Teknik Membedah Kasus Bisnis: Analisis SWOT, Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratten, V. 2020. Entrepreneurship and Innovation in the Global Market. *Journal of Business Strategy*.
- Shahab, Y., Hsu, D., & Moroz, P. 2021. Creative Entrepreneurship and the Role of Leadership. *Entrepreneurial Studies Journal*.
- Smith, J. 2010. *Strategic Environmental Scanning in Business*. New York: Business Press.
- Stevenson, H. H. 2021. *Entrepreneurship: A Process of Creating Value*. Harvard Business Review Press.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Swastha, B., & Handoko, T. H. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Utama.
- Teece, D. J. 2020. *Dynamic Capabilities and Strategic Management*. Oxford University Press.
- Tilley, F., & Young, W. 2020. *Sustainable Entrepreneurship: Pathways to Innovation*. Springer.

GAMBAR, GRAFIK, DAN TABEL

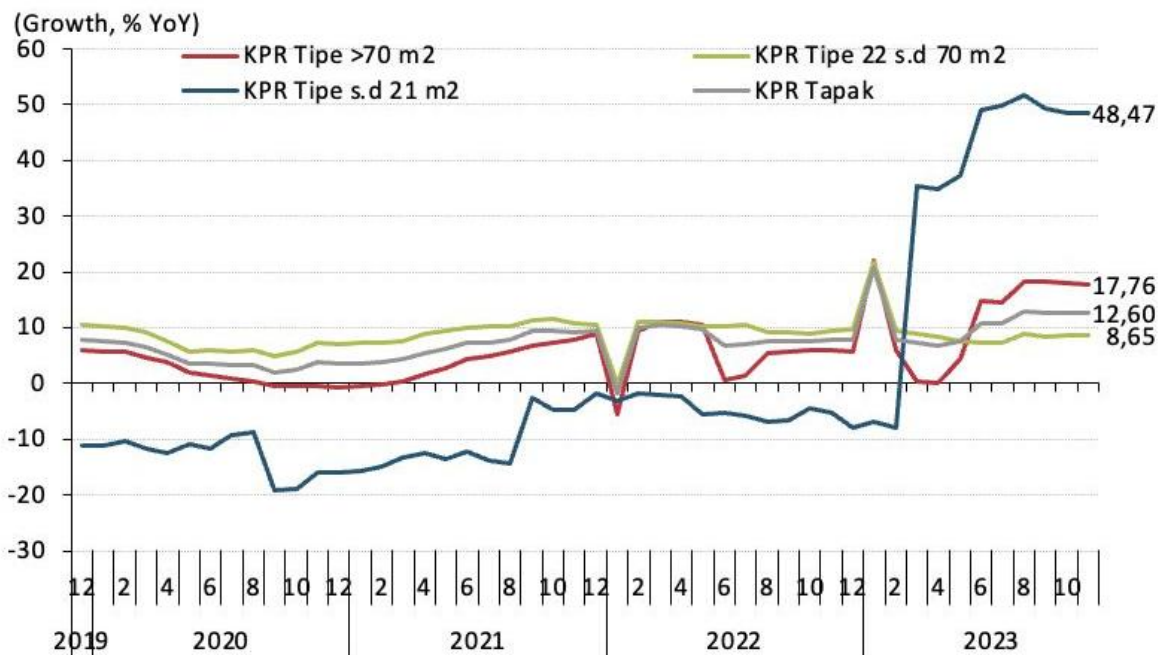
Tabel 1.1 Empat Daerah dengan Angka Backlog Perumahan Tertinggi di Indonesia 2023

No	Daerah	Jumlah Backlog Perumahan
1	Jawa Barat	2.816.407 unit
2	DKI Jakarta	1.498.949 unit
3	Jawa Timur	1.267.183 unit
4	Sumatera Utara	1.025.079 unit

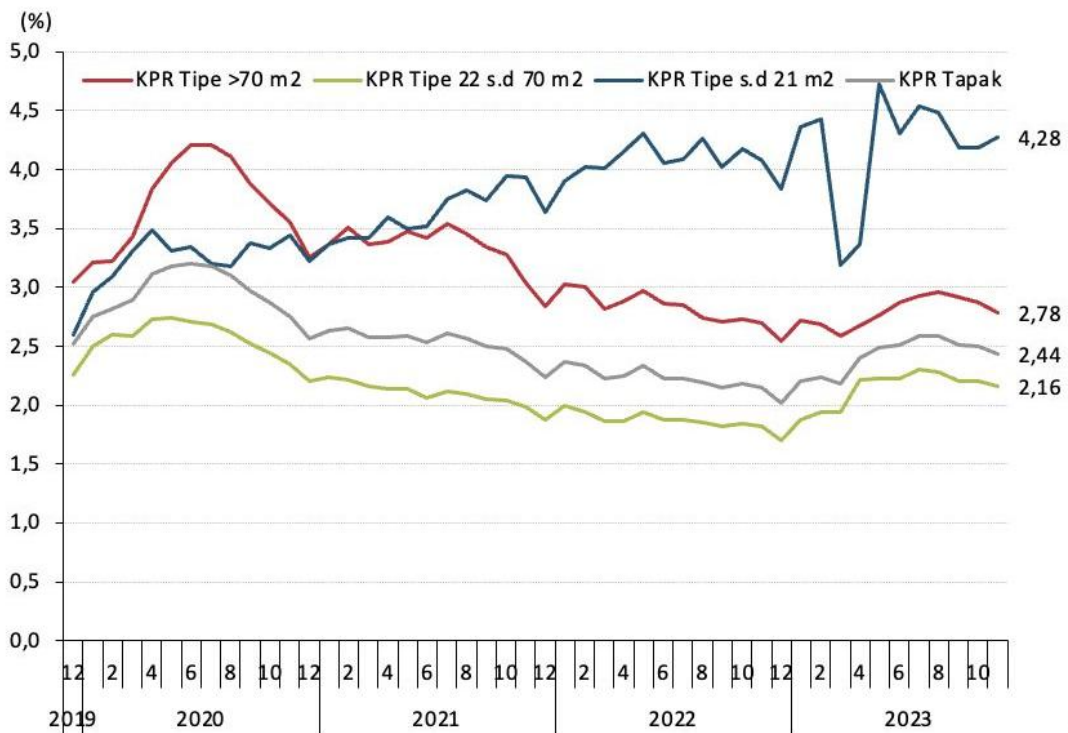
Sumber: Survei Ekonomi Nasional (2023)



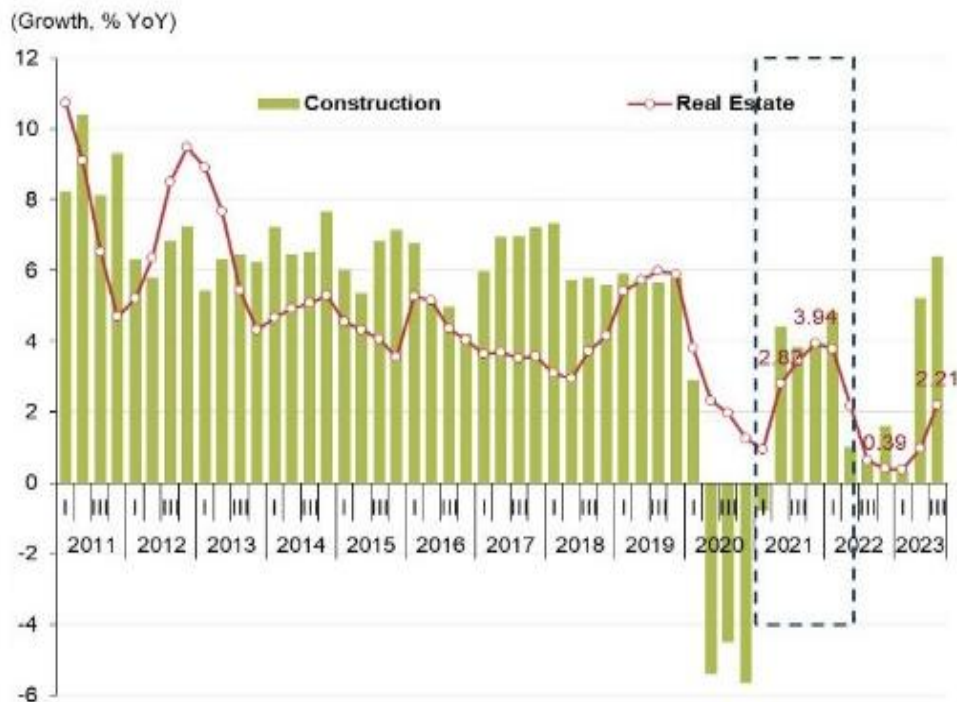
Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Harga Riil Properti di Beberapa Kawasan Utama Dunia 2014-2023
 Sumber: BPS, Analisis The Indonesia Economic Intelligence (2023)



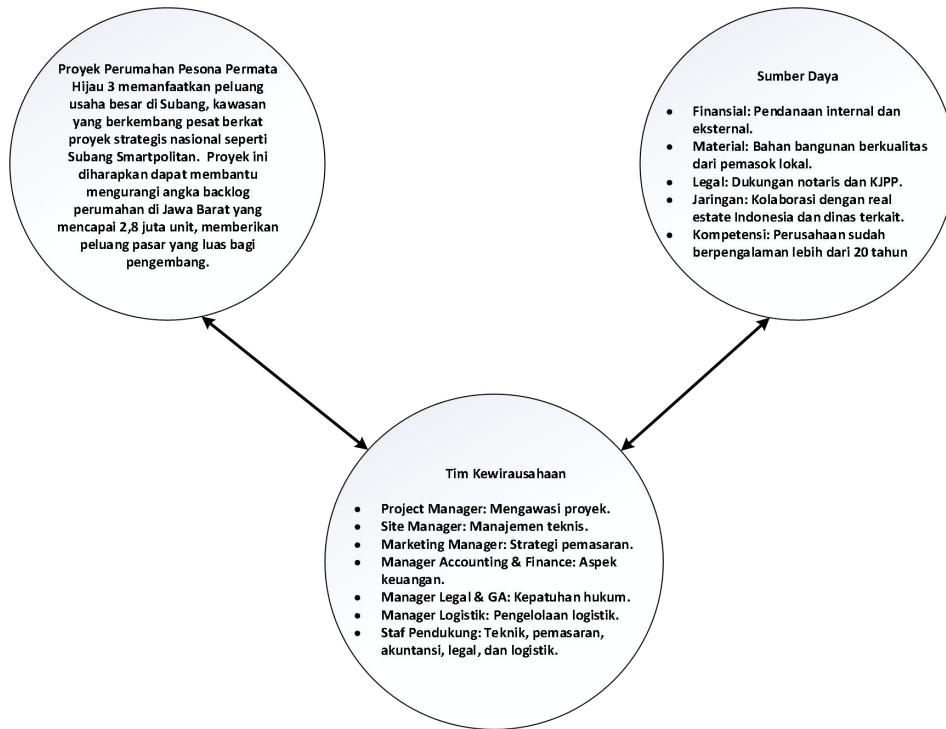
Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan KPR Tapak Berdasarkan Tipe Rumah 2019-2023
 Sumber: BPS, Analisis The Indonesia Economic Intelligence (2023)



Gambar 1.3 Grafik Non-Performing Loan (NPL) KPR Tapak Berdasarkan Tipe Rumah 2019-2023
 Sumber: BPS, Analisis The Indonesia Economic Intelligence (2023)



Gambar 1.4 Grafik Pertumbuhan PDB Sektor Konstruksi dan Real Estate 2011-2023
 Sumber: BPS, Analisis The Indonesia Economic Intelligence (IEI) (2023)



Gambar 2.1 Proses Kewirausahaan
Proyek Perumahan Pesona Permata Hijau 3



Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT. Griya Omega Estetika
Sumber: Omegaproperti (2021)

Tabel 2.1 Gambaran SWOT Proyek Perumahan Pesona Permata Hijau 3

Strengths	Weakness
1. Top Management memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun.	1. Terbatasnya sumber daya pemasaran yang ada.
2. Perusahaan berpengalaman di bidang properti lebih dari satu dekade.	2. Adaptasi yang kurang terhadap platform media sosial baru.
3. Kualitas bahan bangunan yang berkualitas dengan biaya kompetitif.	3. Inovasi dan kreativitas di bidang pemasaran yang masih kurang.
4. Penawaran properti yang beragam, mulai dari subsidi hingga komersil, ukuran variatif, serta pilihan antara ruko atau rumah.	4. Tidak ada kegiatan pengembangan dalam praktik Human Resources Management (HRM)
5. Memiliki hubungan baik dengan pemasok dan	5. Kurangnya diversifikasi dalam portofolio

kontraktor lokal yang andal.	proyek.
Opportunity	Threats
1. Mulai meningkatnya minat generasi Z dan milenial untuk memiliki rumah.	1. Risiko gagal bayar oleh konsumen akibat pandemi.
2. Banyaknya lahan yang masih dapat dikembangkan.	2. Kesulitan pembelian rumah karena gagal dalam pemeriksaan BI.
3. Dukungan program perbankan pemerintah untuk industri properti.	3. Persaingan pemasaran dari sektor industri lain.
4. Potensi pemasaran digital yang belum tergalai.	4. Proses perizinan dan birokrasi semakin sulit karena sedang dalam peralihan dari konvensional ke digital malah jadi mempersulit bukan mempermudah.
5. Peningkatan kebutuhan akan hunian di daerah Jawa Barat	5. Fluktuasi harga bahan bangunan yang dapat meningkatkan biaya produksi.

Sumber: Hasil Analisis 2024

Tabel 2.2 Matrix SWOT Proyek Perumahan Pesona Permata Hijau 3

IFAS \ EFAS	Opportunities	Threats
<i>Strengths</i>	<i>Strategi SO (Strengths-Opportunities):</i>	<i>Strategi ST (Strengths-Threats):</i>
<i>Top Management</i> memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun.	(S1, S2, S4, O2): Manfaatkan pengalaman manajemen dan hubungan baik dengan pemasok untuk mengembangkan proyek baru di lahan yang tersedia.	(S1, S2, S4, O2): Manfaatkan pengalaman manajemen dan hubungan baik dengan pemasok untuk mengembangkan proyek baru di lahan yang tersedia.
Perusahaan berpengalaman di bidang properti lebih dari satu dekade.	S3, S4, O1): Kembangkan strategi pemasaran digital yang agresif dengan fokus pada generasi Z dan milenial yang mulai tertarik untuk memiliki rumah.	S3, S4, O1): Kembangkan strategi pemasaran digital yang agresif dengan fokus pada generasi Z dan milenial yang mulai tertarik untuk memiliki rumah.
Kualitas bahan bangunan berkualitas dengan biaya kompetitif.	(S4, O5): Gunakan kualitas produk dan penawaran beragam untuk memenuhi kebutuhan hunian di daerah Jawa Barat yang meningkat.	(S4, O5): Gunakan kualitas produk dan penawaran beragam untuk memenuhi kebutuhan hunian di daerah Jawa Barat yang meningkat.
Penawaran properti yang beragam.	(S3, O4): Memperluas pemasaran digital dan memanfaatkan peluang dari dukungan pemerintah dan program perbankan untuk memperkuat strategi perusahaan.	(S3, O4): Memperluas pemasaran digital dan memanfaatkan peluang dari dukungan pemerintah dan program perbankan untuk memperkuat strategi perusahaan.
Memiliki hubungan baik dengan pemasok dan kontraktor lokal yang andal.	(S3, S4, O5): Menggunakan kualitas produk dan penawaran beragam untuk memenuhi kebutuhan hunian di daerah Jawa Barat yang meningkat.	(S5, T2): Kolaborasi dengan pemasok dan kontraktor lokal yang andal untuk menjaga stabilitas biaya produksi meskipun terjadi fluktuasi harga.

IFAS EFAS	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<i>Weaknesses</i>	Strategi WO (Weaknesses-Opportunities):	Strategi WT (Weaknesses-Threats):
Terbatasnya sumber daya pemasaran yang ada.	(W1, W2, O4): Investasi dalam pengembangan tim pemasaran untuk mendukung strategi pemasaran digital.	(W1, W2, O4): Investasi dalam pengembangan tim pemasaran untuk mendukung strategi pemasaran digital.
Adaptasi yang kurang terhadap platform media sosial baru.	(W1, W2, O4): Memulai mempelajari strategi pemasaran digital yang baru untuk meningkatkan jangkauan pasar.	(W1, W2, O4): Memulai mempelajari strategi pemasaran digital yang baru untuk meningkatkan jangkauan pasar.
Inovasi dan kreativitas di bidang pemasaran yang masih kurang.	(W3, W4, O3): Memanfaatkan dukungan pemerintah dan program perbankan untuk membantu meningkatkan likuiditas dan sumber daya untuk pemasaran dan proyek.	(W3, W4, O3): Memanfaatkan dukungan pemerintah dan program perbankan untuk membantu meningkatkan likuiditas dan sumber daya untuk pemasaran dan proyek.
Tidak ada kegiatan pengembangan dalam praktik HRM.	(W4, O3): Membuat kegiatan pengembangan untuk membantu meningkatkan likuiditas dan sumber daya untuk pemasaran dan proyek.	(W4, O3): Membuat kegiatan pengembangan untuk membantu meningkatkan likuiditas dan sumber daya untuk pemasaran dan proyek.
Kurangnya diversifikasi dalam portofolio proyek.	(W5, O5): Fokus pada pengembangan proyek di daerah Jawa Barat untuk memanfaatkan permintaan hunian yang meningkat.	(W5, O5): Fokus pada pengembangan proyek di daerah Jawa Barat untuk memanfaatkan permintaan hunian yang meningkat.

Sumber: Hasil Analisis, (2024)