

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Ray White Bintaro Jaya 3 adalah salah satu cabang jaringan dari Ray White Indonesia yang beroperasi di Bintaro Jaya, Kota Tangerang Selatan, Banten. Ray White Bintaro Jaya 3 didirikan pada tahun 1999 oleh Joy Michael. Ray White Bintaro Jaya 3 sudah memiliki banyak penghargaan yang diterimanya, kurang lebih 50 penghargaan yang diterima dari tahun 2012 hingga 2022. Ray White Bintaro Jaya 3 memiliki 32 Marketing Executive yang beroperasi sekarang. Ray White Bintaro Jaya 3 menawarkan berbagai layanan properti komprehensif untuk memenuhi kebutuhan Masyarakat Bintaro yang semakin kompleks.

Layanan yang disediakan oleh Ray White Bintaro Jaya 3 meliputi jual-beli properti, sewa-menyewa, layanan lelang, hingga manajemen properti, baik untuk kebutuhan residensial maupun komersial. Agen-agen Ray White dilatih secara profesional untuk memberikan informasi yang akurat dan saran properti yang relevan kepada klien mereka, sehingga memastikan setiap transaksi berjalan dengan lancar dan sesuai harapan. Selain itu, Ray White Bintaro Jaya 3 dikenal karena pendekatan yang berorientasi pada klien, menawarkan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan individu atau korporasi yang mencari solusi properti.

Sebagai pemain utama di sektor *real estate*, Ray White Bintaro Jaya 3 juga aktif memanfaatkan teknologi untuk mendukung operasional mereka. Mereka menyediakan dan menggunakan platform digital yang memungkinkan pencarian properti yang efisien, serta berbagai alat pemasaran canggih untuk memastikan properti yang diwakili mendapatkan eksposur maksimal. Dukungan dari sistem yang terintegrasi ini memudahkan agen dan klien dalam menjalankan proses jual-beli dengan transparansi tinggi dan hasil yang optimal.

Selain itu, Ray White Bintaro Jaya 3 tidak hanya berfokus pada transaksi bisnis semata, tetapi juga terlibat dalam upaya meningkatkan literasi dan pemahaman tentang

investasi properti di masyarakat. Dengan reputasi yang solid dan jaringan luas, Ray White Bintaro Jaya 3 terus berkomitmen untuk memberikan layanan berkualitas tinggi dan membangun hubungan jangka panjang dengan klien, menjadikannya pilihan utama dalam dunia properti di Bintaro dan Tangerang Selatan. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari Ray White Bintaro Jaya 3 adalah Menjadi agen properti terkemuka di Bintaro yang dikenal karena pelayanan berkualitas. Visi & misi yang dimiliki oleh Ray White Bintaro Jaya 3 yaitu:

1. Diakui sebagai Perusahaan jasa agen properti yang unggul dan dipercaya sebagai penyedia pelayanan yang menyeluruh untuk menjawab kebutuhan pelanggan mengenai pasar properti
2. Untuk memberikan pelayanan terbaik dan nilai tambah dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan
3. Mengembangkan tim real estate yang kompeten, inovatif, dan berintegritas tinggi untuk memberikan solusi properti yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

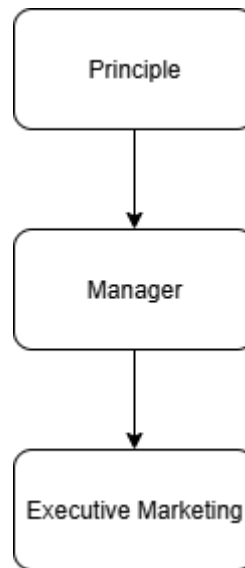
1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1.1 Logo Ray White

Sumber: Ray White Bintaro Jaya 3

1.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

Sumber: Ray White Bintaro Jaya 3

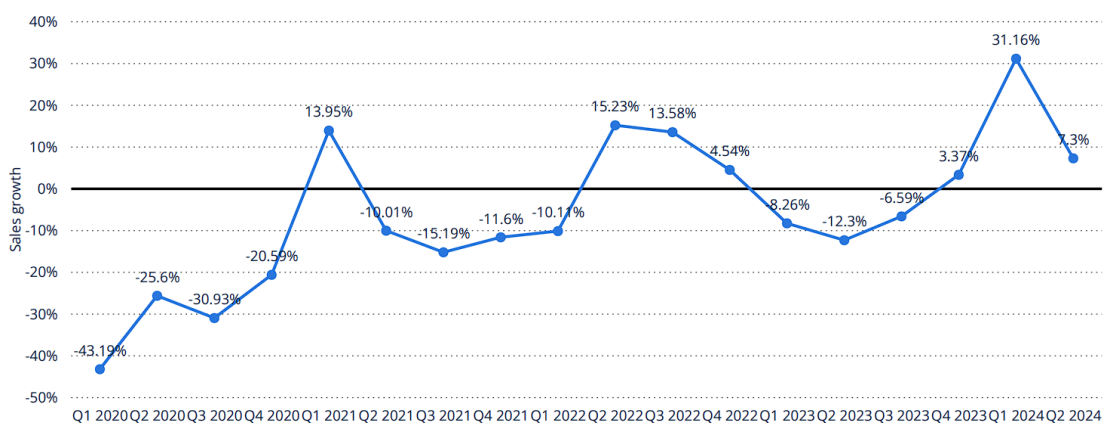
1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri properti dan *real estate* mulai muncul di Indonesia pada tahun 1968 dan resmi terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 1980-an. Seiring dengan pertumbuhan sektor konstruksi dan real estate, industri ini telah terbukti menjadi salah satu sektor yang paling tahan terhadap tantangan makroekonomi yang dihadapi negara. Sektor properti terbagi menjadi dua kategori utama: properti komersial dan non-komersial. Dalam konteks perusahaan properti *real estate*, terdapat aset fisik seperti pengembangan tanah, bangunan, dan lain-lain. Di Indonesia, produk bisnis properti yang paling diminati mencakup properti residensial seperti rumah, perumahan, apartemen, gedung, dan villa. Selain itu, ada berbagai jenis produk properti yang dikelompokkan berdasarkan tujuannya, termasuk properti komersial, industri, dan khusus.

Industri properti di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh meningkatnya permintaan akan hunian dan investasi di sektor ini. Menurut Muhammad Ibnu Hakim (2025), Sektor properti di

Indonesia sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi makro, baik secara langsung maupun tidak langsung. Inflasi, suku bunga, pertumbuhan PDB, tingkat pengangguran, kebijakan pemerintah, dan nilai tukar mata uang adalah faktor-faktor utama yang mempengaruhi permintaan, harga, dan investasi dalam sektor properti. Di tengah persaingan yang ketat, perusahaan-perusahaan dalam industri ini dituntut untuk mampu mengembangkan strategi yang efektif guna mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Salah satu perusahaan yang beroperasi di sektor ini adalah Ray White Bintaro Jaya 3, yang merupakan bagian dari jaringan agen properti Ray White yang dikenal luas di Indonesia.

Ray White Bintaro Jaya 3 telah menunjukkan prestasi yang baik dalam menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan properti. Namun, tantangan yang dihadapi perusahaan ini juga cukup kompleks, mulai dari perubahan kebijakan pemerintah, dinamika pasar, hingga meningkatnya kompetisi dari agen-agen properti lainnya. Menurut Kotler & Keller (2016), perusahaan yang ingin bertahan dalam kondisi pasar yang kompetitif harus mampu melakukan analisis situasi yang mendalam untuk memahami posisi mereka di pasar. Oleh karena itu, diperlukan suatu formulasi strategi yang komprehensif agar Ray White Bintaro Jaya 3 dapat terus beroperasi dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar.



Gambar 1.3 Pertumbuhan Penjualan Properti Residensial di Indonesia Secara Year-on-Year (YoY)

Sumber: Statista (2024)

Grafik yang menunjukkan pertumbuhan penjualan properti residensial di Indonesia dari kuartal pertama 2020 hingga kuartal kedua 2024 mencerminkan dinamika yang menarik dalam pasar properti tanah air. Pada awal periode, tepatnya di kuartal pertama 2020, pasar properti mengalami penurunan yang drastis, dengan pertumbuhan penjualan mencatat angka -43,1%. Penurunan ini jelas merupakan dampak dari situasi pandemi COVID-19 yang melanda, yang menyebabkan ketidakpastian dan penundaan dalam berbagai transaksi properti.

Namun, seiring berjalannya waktu, pasar menunjukkan tanda-tanda pemulihan yang signifikan. Pertumbuhan penjualan mulai pulih dan bahkan mencapai puncaknya pada kuartal kedua 2023, dengan angka pertumbuhan yang mencengangkan, yaitu 31,16%. Angka ini menunjukkan bahwa pasar properti tidak hanya bangkit kembali, tetapi juga menunjukkan semangat pertumbuhan yang lebih kuat dibandingkan dengan sebelum pandemi.

Memasuki tahun 2024, pasar properti menunjukkan stabilitas, dengan pertumbuhan penjualan di kuartal kedua mencapai sekitar 7,3%. Meskipun angka ini tidak setinggi puncak yang dicapai sebelumnya, keberlanjutan pertumbuhan ini menandakan adanya perbaikan yang lebih konsisten dalam pasar, mengindikasikan bahwa pelaku pasar mulai kembali beradaptasi dengan situasi yang ada.

Di sisi lain, dalam deskripsi tambahan dari grafik, terlihat bahwa pertumbuhan penjualan untuk rumah kecil di Indonesia mengalami peningkatan lebih dari 4% selama periode yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa segmen tertentu dalam pasar properti, seperti rumah kecil, berhasil berfungsi lebih baik meskipun ada tantangan di sektor lainnya.

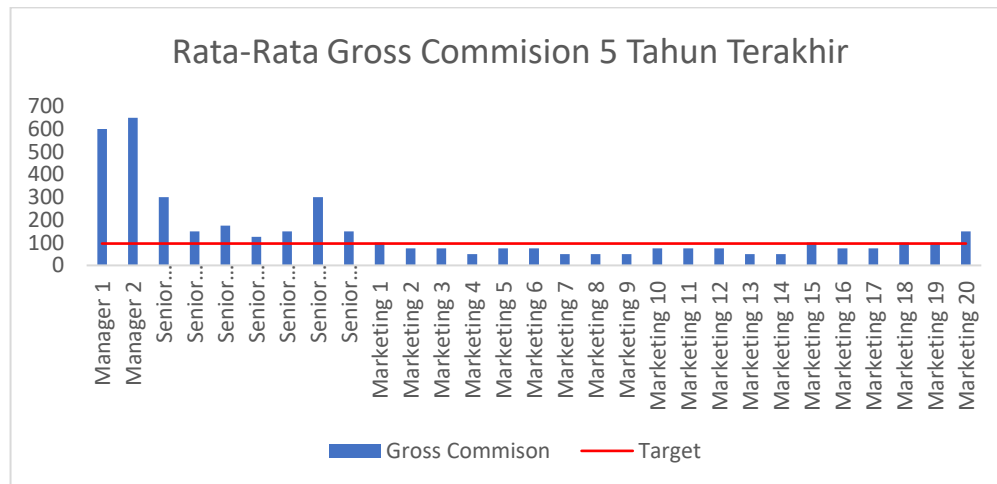
Secara keseluruhan, grafik 1.3 tidak hanya menggambarkan angka-angka, tetapi juga mencerminkan perjalanan kompleks pasar properti Indonesia, dari penurunan tajam akibat pandemi hingga pemulihan yang menunjukkan pertumbuhan yang kuat dan stabil. Ini adalah sebuah narasi tentang adaptasi dan ketahanan pasar yang dihadapi oleh pelaku industri properti dalam situasi yang penuh tantangan.



Gambar 1.4 Indeks Harga Properti Komersial di Indonesia Pada Kuartal Kedua Tahun 2024

Sumber: Statista (2024)

Grafik 1.4 menunjukkan variasi IHPR Komersial yang signifikan antar kota, mencerminkan kompleksitas dan dinamika pasar properti komersial di Indonesia. Grafik ini menunjukkan bahwa Banten memiliki IHPR Komersial sebesar 108.77 pada Kuartal II 2024. Angka ini menempatkan Banten di posisi yang menarik dalam konteks nasional, di atas beberapa kota besar seperti Jakarta dan wilayah Jabodetabek lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa harga properti komersial di Banten secara umum lebih tinggi dibandingkan wilayah-wilayah tersebut. Fenomena ini dapat diinterpretasikan sebagai indikasi potensi pertumbuhan dan daya tarik investasi di sektor properti komersial Banten. Beberapa faktor yang diduga berkontribusi terhadap fenomena ini antara lain pergeseran aktivitas ekonomi dan bisnis ke wilayah penyangga Jakarta, ketersediaan lahan yang relatif lebih luas dibandingkan Jakarta, serta perkembangan infrastruktur yang meningkatkan konektivitas dan aksesibilitas wilayah Banten.



Gambar 1.5 Rata-Rata *Gross Commision* 5 Tahun Terakhir

Sumber: Ray White Bintaro Jaya 3 (2024)

Grafik di atas menunjukkan rata-rata *gross commision* selama 5 tahun terakhir dari berbagai individu yang dikelompokkan dalam tiga kategori yaitu, *Manager*, *Senior Manager*, dan *Marketing*. Ray White Bintaro Jaya 3 mengalami permasalahan yaitu tidak mencapainya target yang telah direncanakan setiap tahunnya, bisa dilihat dari grafik diatas terdapat 15 *marketing* yang rata-rata *gross commision*-nya tidak mencapai target dan hanya 4 *marketing* yang mencapai target dan 4 diantaranya hanya lebih besar sedikit dari target yang ditentukan.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis situasi perusahaan adalah dengan menerapkan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang mempengaruhi kinerja mereka. Menurut David (2017), analisis SWOT merupakan analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi, yang membantu dalam merumuskan strategi yang tepat. Pendekatan serupa juga digunakan oleh (Pasaribu et al., 2023), di mana strategi yang dihasilkan SWOT kemudian dinilai berdasarkan prioritasnya dengan menggunakan metode QSPM.

Setelah analisis SWOT dilakukan, langkah selanjutnya adalah menerapkan QSPM, yang merupakan alat yang membantu dalam menilai dan memprioritaskan alternatif strategi berdasarkan faktor-faktor kunci yang diidentifikasi dalam analisis SWOT. Menurut David et al. (2017), QSPM membantu manajer untuk mengidentifikasi strategi mana yang paling sesuai dengan kondisi yang ada, sehingga keputusan yang diambil lebih objektif dan berbasis data. Dengan menggunakan matriks ini, Ray White Bintaro Jaya 3 dapat mengembangkan strategi bersaing yang tidak hanya mempertimbangkan kondisi pasar saat ini, tetapi juga memperhitungkan proyeksi tren di masa depan. Pendekatan serupa juga digunakan oleh Taufiqulloh & Pasaribu (2023), di mana strategi yang dihasilkan dari SWOT kemudian dinilai berdasarkan prioritasnya dengan menggunakan metode QSPM.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi strategis yang aplikatif bagi Ray White Bintaro Jaya 3 dalam menghadapi tantangan di industri properti. Dengan formulasi strategi yang tepat, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan meraih keunggulan dalam industri yang semakin kompetitif ini.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan informasi dari Ray White Bintaro Jaya 3 terkait hasil pencapaian target, strategi yang diterapkan belum berjalan dengan efektif. Hal ini dapat dilihat dari grafik yang diperlihatkan, masih ada banyak marketing yang tidak mencapai target tahunannya. Berdasarkan latar belakang yang telah penulis tuliskan diatas, perumusan masalah yang akan penulis bahas yaitu:

1. Bagaimana kondisi internal yang dimiliki oleh Ray White Bintaro Jaya 3 bagi bisnis di industri properti?
2. Bagaimana kondisi eksternal yang dimiliki oleh Ray White Bintaro Jaya 3 bagi bisnis di pasar properti?
3. Bagaimana strategi alternatif yang tepat dengan kondisi internal dan eksternal dari Ray White Bintaro Jaya 3 menggunakan IE Matriks dan SWOT?

4. Bagaimana strategi apa yang tepat bagi Ray White Bintaro Jaya 3 menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tugas akhir ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui kondisi internal yang dimiliki oleh Ray White Bintaro Jaya 3 menggunakan analisis IFE bagi bisnis di industri properti.
2. Untuk mengetahui kondisi eksternal yang dimiliki oleh Ray White Bintaro Jaya 3 analisis EFE bagi bisnis di industri properti.
3. Untuk mengetahui strategi alternatif apa yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal menggunakan IE Matriks dan SWOT.
4. Untuk mengetahui strategi apa yang tepat bagi Ray White Bintaro Jaya 3 menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori strategi manajemen di industri properti, dengan memperkaya literatur mengenai penerapan analisis SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dalam merumuskan strategi bersaing.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan rekomendasi strategi bagi manajemen Ray White Bintaro Jaya 3 untuk mengantisipasi dan mengatasi tantangan yang muncul, sehingga perusahaan mampu menjaga stabilitas bisnis di tengah dinamika pasar properti.
2. Membantu perusahaan memanfaatkan peluang yang ada di pasar properti melalui strategi yang tepat, sehingga dapat meningkatkan daya saing sekaligus mendorong efisiensi operasional

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan tahap awal dalam penyusunan tugas akhir. Bab ini memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian, termasuk latar belakang penelitian, perumusan masalah yang ingin dipecahkan, tujuan dari penelitian tersebut, manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian serta sistematika penulisan tugas akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teoritis yang mendukung penelitian. Menyajikan teori-teori yang relevan dengan penelitian, dari konsep umum hingga yang lebih khusus. Selain itu, tinjauan pustaka juga mencakup penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan topik penelitian, dan diakhiri dengan kerangka pemikiran penelitian yang menjadi landasan bagi metodologi yang digunakan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan menganalisis temuan. Hal ini mencakup jenis penelitian yang dilakukan, operasionalisasi variabel, penjelasan tentang populasi dan sampel yang diambil, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan. Bab ini harus memberikan gambaran yang jelas tentang proses penelitian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini adalah inti dari tugas akhir. Didalamnya menyajikan hasil penelitian dengan rapi dalam bentuk tabel, grafik, atau narasi. Setelah itu, hasil penelitian dibahas dan dianalisis secara mendalam sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Pembahasan ini sering kali juga melibatkan perbandingan dengan temuan-temuan penelitian terdahulu dan interpretasi yang tepat.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir, yaitu kesimpulan dan saran, merupakan titik akhir dari tugas akhir. Bab ini merangkum jawaban atas rumusan masalah, memberikan kesimpulan dari hasil penelitian, dan menyajikan saran-saran yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kesimpulan ini harus konkret dan menggambarkan kontribusi penelitian terhadap pemahaman topik tersebut.