

INTISARI

PT. Pandora adalah perusahaan pengembang properti yang menyediakan kebutuhan rumah dan tanah di Yogyakarta. Dalam pelaksanaan pemasaran dan penjualan proyek perusahaan, PT. Pandora sudah melakukan integrasi vertikal terhadap agen properti sejak Januari 2017 dengan tujuan utama yaitu meningkatkan penjualan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menilai apakah keputusan strategi yang dilakukan oleh perusahaan sudah tepat dan efektif, serta mengetahui apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, dan manfaat lain dari strategi yang sudah diterapkan perusahaan.

Penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data primer yang diambil melalui observasi dan wawancara kepada perusahaan dan mengumpulkan data-data sekunder dari jurnal, kepustakaan, dan *website* internet yang terpercaya. Pendekatan yang digunakan untuk menganalisis data tersebut menggunakan kerangka restrukturisasi vertikal dari jurnal “*When and When not to Vertically Integrate*” yang ditulis oleh Stuckey and White (1993). Pembahasan analisis yaitu mengenai: analisis rantai nilai, analisis daya tarik industri, analisis risiko kegagalan pasar vertikal, analisis perlindungan dan penciptaan kekuatan pasar, dan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan strategi ini.

Hasil penelitian dan analisis menunjukkan bahwa PT. Pandora sudah tepat dalam melakukan integrasi vertikal terhadap agen properti dengan tujuan utama yaitu perlindungan dan penciptaan kekuatan pasar. Namun strategi ini belum efektif dan masih bisa ditingkatkan dengan memaksimalkan staf pemasaran untuk lebih fokus dalam menjual proyek perusahaan. Kekuatan dari strategi ini adalah banyaknya *database* konsumen yang bisa diarahkan untuk membeli proyek perusahaan dan jaringan kerjasama dengan delapan kantor pengembang dan agen properti di Yogyakarta. Kelemahan dari strategi ini adalah belum memaksimalkan promosi media *offline* karena terlalu fokus penggunaan media *online*, staf pemasaran tidak terlalu fokus terhadap proyek kantor, dan staf pemasaran bisa keluar dan menjadi pesaing perusahaan. Manfaat lain dari strategi ini adalah keuntungan yang didapat perusahaan dari agen properti sebagai unit bisnis perusahaan. Dari hal tersebut, direkomendasikan kepada PT. Pandora untuk memperbaiki sistem kelola staf pemasaran yaitu hanya menjualkan proyek kantor dengan tetap mencari sebanyak mungkin *listing* pendukung rumah/tanah dijual di sekitar proyek untuk menaikkan respon dan *database* konsumen yang dapat diarahkan ke lokasi proyek sehingga probabilitas penjualan proyek juga meningkat.

Kata kunci: Integrasi Vertikal, Pengembang Properti, Agen Properti, *When and When not to Vertically Integrate*, Kerangka Restrukturisasi Vertikal

ABSTRACT

PT. Pandora is the property developer company who providing the housing complex and land in Yogyakarta. In conducting the marketing and selling of company project, PT. Pandora has conduct vertical integration towards property agents since January 2017 with the main aim to improve the selling. This research is conducted to analyze and assess whether the strategic decision conducted by the company is already appropriate and effective, as well as to discover what become the strength, weakness, and another benefit come from the strategy that implemented by the company.

This research is conducted by collecting primary data which derived through observation and interview towards the company and collecting the secondary data from journals, literatures, and reliable internet websites. The approach used to analyze those data is by using the vertical restructurisation framework derived from the journal of “When and When not to Vertically Integrate” written by Stuckey and White (1993). The analyses are discussing about the value chain analysis, industry attractiveness, risk analysis of vertical market failure, the analyses of protection and establishment of market strength, and SWOT analysis to discover the strength and weakness of this strategy.

The research results and analyses reveal that PT. Pandora has been in proper/appropriate position in conducting vertical integration towards property agents with the main aim of protection and establishment of market strength. However, this strategy has not been effective and still has the room for improvement by maximizing the marketing staff to be more focus in selling the company project. The strengths of this strategy are regarding the massive consumers’ database that can be directed to purchase the company project and regarding the cooperation network with eight developer offices and property agents in Yogyakarta. The weaknesses of this strategy are the offline media promotion that still not been maximized due to the utter focus towards online media utilization, the marketing staffs who not truly focus with office project, and the marketing staffs who able to quit the job and become the company rivals. Another benefit of this strategy is the profit obtained by the company from the property agents as company business unit. According to this matter, it is recommended for PT. Pandora to improve the management system of marketing staff which is by selling the office project and finding the supporting lists of the house/land that sold around the office project as many as possible in order to improve consumers’ responses and database that can be directed towards the project location, thus, the probability of project selling will also increase.

Keywords: Vertical Integration, Property Developer, Property Agent, When and When not to Vertically Integrate, Vertical Restructuring Framework