

ABSTRAK

PERENCANAAN BISNIS TRISANDI PROPERTI DALAM PENJUALAN PERUMAHAN KELAS MENENGAH KE ATAS DI KOTA BEKASI

Mizar Andhymeda Wibowo

16/407233/PEK/22468

Kota Bekasi merupakan salah satu kota pendukung Daerah Khusus Ibukota yang pembangunan infrastrukturnya pada saat ini berkembang sangat pesat. Untuk itu dalam rangka untuk kelangsungan hidupnya terutama pada era modern manusia membutuhkan ruang untuk tempat tinggal. Mengacu kepada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2017 tentang Percepatan Pelaksanaan Proyek Strategis Nasional, bahwa pembangunan lebih diarahkan ke pembangunan infrastruktur. Pada kenyataannya, Kota Bekasi masih kekurangan pasokan rumah. Kesenjangan antara jumlah rumah terbangun dengan jumlah rumah yang dibutuhkan rakyat, atau yang diistilahkan dengan *backlog* perumahan.

Penelitian dengan pendekatan kualitatif lebih tepat digunakan pada penulisan ini karena data-data yang dibutuhkan untuk menggambarkan seberapa besar kebutuhan akan perumahan di Kota Bekasi terutama di kota Bekasi. Penelitian ini diawali dengan menganalisis data yang didapatkan dari hasil wawancara dan dokumentasi yang dituangkan pada konsep strategi fungsional dari perencanaan bisnis ini. Metode analisis data pemasaran pada penelitian perencanaan bisnis ini adalah untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan usaha pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur peranan empat elemen dalam bauran pemasaran dalam rencana bisnis perumahan yang dikenal di kalangan pebisnis. Keempat elemen tersebut adalah *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan diperoleh nilai investasi awal sebesar Rp.12.778.862.500,-, nilai NPV sebesar Rp.1.564.586.342,-, IRR 17,14%, Payback Period pada tahun ke-4, sehingga berdasarkan Analisis kelayakan investasi bahwa rencana bisnis perumahan Trisandi Village di Kota Bekasi layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: *Backlog* Perumahan, *oikodomos housing concept*, *townhouse*, proses bisnis, strategi fungsional, *Segmenting*, *Targeting*, *Positioning*, 4P, Trisandi Village.

ABSTRACT

TRISANDI PROPERTY BUSINESS PLANNING IN SALES OF MIDDLE-UP CLASS HOUSING HOUSES IN BEKASI CITY

Mizar Andhymeda Wibowo

16/407233/PEK/22468

*The city of Bekasi is one of the cities supporting the Special Capital Region of Jakarta whose infrastructure development is currently growing very rapidly. For its survival, especially in the modern era, humans need space to live. Referring to the Republic of Indonesia Presidential Regulation Number 58 of 2017 concerning the Acceleration of the Implementation of National Strategic Projects, that development is directed towards infrastructure development. In fact, the City of Bekasi still lacks a home supply. The gap between the number of houses built and the number of houses needed by the people, or what is termed a housing **backlog**.*

Research with a qualitative approach is more appropriate to use in this writing because the data needed to describe how much the need for housing around the city of Jakarta, especially in the city of Bekasi. This research begins with analyzing the data obtained from interviews and documentation as outlined in the functional strategy concept of business planning. The method of marketing data analysis in business planning research is to direct and coordinate marketing efforts. This study aims to measure the role of the four elements in the marketing mix in a housing business plan that is known among business people. The four elements are Product, Price, Place, and Promotion.

The results of the research were obtained by the initial investment value of Rp.12,778,862,500,-, the NPV value was Rp.1,564,586,342,-, IRR 17.14%, Payback Period in the 4th year, so based on investment feasibility analysis that the plan Trisandi Village's housing business in Bekasi City is feasible.

Keywords: *Backlog of Housing, oikodemos housing concept, townhouse, business process, functional strategy, Segmenting, Targeting, Positioning, 4P, Trisandi Village.*