

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan Menganalisis keefektifan strategi PT Mulia Properti Indonesia dan pencarian alternatif strategi bisnis yang dapat dikembangkan oleh PT Mulai Properti Indonesia untuk memenangkan persaingan menghadapi stagnasi industri properti. Penelitian ini merupakan studi kasus yang bersifat kualitatif pada PT Mulia Properti Indonesia. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi, dan data sekunder diperoleh dari publikasi Bank Indonesia, Marketline, BPS, dan sumber lainnya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis eksternal (PESTEL, *Porter's five forces*), analisis internal, dan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukan bahwa lingkungan makro berpengaruh terhadap iklim suatu industri, dan kesuksesan inovasi produk ditentukan oleh efek *market pull* yakni dengan menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan pasar sebagai respon terhadap stagnasi industri properti di Indonesia. Hasil penelitian ini konsisten dengan (Koehler, 2010); MacDonald (2016); Tupegnait, et al (2017); Hoxha dan Temeljotof (2014); dan Lindholm dan Gibler (2012).

Studi ini memiliki implikasi cukup penting bagi PT Mulia Properti Indonesia dan praktisi bisnis properti di wilayah lain terutama di JABODETABEK untuk merancang strategi meningkatkan performa penjualan. Strategi yang dipilih hendaknya merujuk kepada strategi inti perusahaan, yaitu apakah “meningkatkan pendapatan” atau “memaksimalkan keuntungan”.

Kata kunci: strategi bersaing, properti, real estate, analisis PESTEL, analisis SWOT

ABSTRACT

This research aims to analyse the effectiveness of PT Mulia Property Indonesia's strategy and alternative search of business strategy that can be developed by PT Mulia Properti Indonesia's to win the competition in the face of stagnation in the real estate industry. This study is a qualitative case study of PT Mulia Properti Indonesia. The type of data used is primary and secondary data. Primary data is derived from observations, interviews and documentation, and secondary data is obtained from the publications of Bank Indonesia, marketline, BPS, and other sources. The methods of analysis used in this study include external analysis (Pestel, Porter's Five forces), INTERNAL analysis, and SWOT analysis.

The results showed that the macro environment influences the climate of an industry, and the success of product innovation is determined by the effect of the market pull by creating products according to market needs in response to the stagnation of the real estate industry in Indonesia. The results of this study are consistent with (Koehler, 2010); MacDonald (2016); Tupegnaite, et al (2017); Hoxha and Temeljotof (2014); and Lindholm and Gibler (2012).

This study has significant implications for PT Mulia Properti Indonesia and real estate business practitioners in other regions, especially in JABODETABEK, to design strategies to increase sales performance. The strategy chosen should refer to the company's core strategy, which is whether to "increase revenue" or "maximize profits".

Keywords: competitive strategy, real estate, PESTEL analysis, SWOT analysis