

ANALISIS STRATEGI BERSAING *DREAMHOME PROPERTY AND RENOVATION*

Edwan

Program *Business Management*, Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
E-mail: edwanmotovlog@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk analisis strategi bersaing yang tepat bagi *Dreamhome Property And Renovation*, yang nantinya akan dianalisis kiranya strategi apa yang *Dreamhome Property And Renovation* mampu jalankan agar bisa unggul dalam bersaing. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Untuk mengetahui strategi bersaing yang tepat pada *Dreamhome Property And Renovation* akan dilakukan wawancara terhadap tiga narasumber. Teknik wawancara akan dilakukan secara semi terstruktur tentunya dengan pedoman wawancara yang baik, dan benar. Kiranya strategi bersaing yang dikelola berdasarkan analisis swot, maka strategi yang tepat bagi *Dreamhome Property And Renovation* dari penelitian ini adalah, *distinctive competitive* yaitu dengan meningkatkan, dan menciptakan promosi secara *modern*, agar bisa lebih baik dari kompetitor, lalu dengan menggunakan strategi *competitive advantage overall cost leadership* yaitu dengan mengungguli agar harga lebih murah lagi dibanding pesaing, semisal dengan mencari distributor yang lebih murah. Juga ada beberapa saran dari peneliti yang diharap bisa meningkatkan keunggulan bersaing dari *Dreamhome Property And Renovation* yaitu pemberian harga, dan kualitas yang konsisten, dan juga pemberian pelatihan kerja untuk meningkatkan skill

Kata Kunci: *Internal, external, competitive strategy, SWOT analysis*

1. PENDAHULUAN

Persaingan usaha dari masa ke masa merupakan hal yang wajar dengan adanya persaingan usaha ini yang menyebabkan kemajuan pada lingkungan kehidupan. Pada zaman sekarang perusahaan terus dituntut agar siap bersaing sehingga bisa terus eksistensi dalam persaingan yang ada didunia ini. Menurut Professor Porter “beberapa perusahaan telah berhasil bersaing berdasarkan efektivitas operasional selama periode yang panjang, dan tetap unggul dibandingkan para pesaing namun semakin sulit setiap hari“. Alasan paling jelas untuk itu adalah penyebaran praktik terbaik yang cepat (Porter, 1996: 39). Pesaing usaha dapat dengan cepat meniru teknik manajemen, teknologi, dan cara unggul untuk memenuhi kebutuhan pelanggan”, maka dari itu diperlukan ide baru agar berkesinambungan dalam persaingan usaha, terutama bagi pengusaha di negara Indonesia harus siap dalam menghadapi persaingan usaha yang makin berat.

Menurut Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) Lima besar realisasi investasi PMDN berdasarkan sektor usaha adalah perumahan, kawasan industri, dan perkantoran (Rp 62,8 triliun), serta konstruksi (Rp 29,8 triliun), kedua sektor usaha ini yang terkandung dalam sektor jasa properti dan konstruksi tergolong dalam lima besar realisasi investasi PMDN. Lalu ditahun 2021 total jumlah pengusaha konstruksi di Indonesia mencapai 203.403 unit usaha yang artinya jumlah pengusaha konstruksi bertambah dari tahun 2020 ke 2021 yang dari 159.308 menjadi 203.403. Untuk rincian, sebanyak 77.116 unit berada di Jawa dan 51.370 unit di Sumatera. Kemudian, disusul Sulawesi sebanyak 23.786 unit, serta Maluku dan Papua 16.187 unit, dan Kalimantan 22.770 unit, jumlah paling sedikit berada di Bali dan Nusa Tenggara sebanyak 12.174 unit, sementara provinsi dengan jumlah terbanyak berada di pulau Jawa Timur 24.596. Untuk pembagian skala maka terkecil berjumlah 150.375, menengah 27.656, nonkualifikasi 23.622, dan skala besar berjumlah 1.750.

Seiring meningkatnya potensi perumahan tiap tahunnya

Dreamhome Property And Renovation harus selalu siap dalam menghadapi persaingan usaha yang makin kuat apalagi tiap tahunnya banyak muncul pesaing baru dibidang usaha konstruksi yang meningkatkan potensi ancaman pada kesinambungan usaha *Dreamhome Property And Renovation*, apabila *Dreamhome Property And Renovation* tidak selalu siap dalam menghadapi persaingan usaha yang makin meningkat ini maka dampaknya bisa susah untuk berkesinambungan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:
Bagaimana strategi bersaing yang tepat untuk *Dreamhome Property And Renovation*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengevaluasi faktor lingkungan internal dan eksternal *Dreamhome Property And Renovation*.
2. Mendeskripsikan strategi bersaing yang tepat untuk *Dreamhome Property And Renovation*.

2.1 Definisi Strategi

Menurut Chandler (1962:13) yang menjelaskan tentang strategi adalah tujuan jangka panjang dari perusahaan serta seluruh pendayaguna dan juga sumberdaya yang dikutip dalam jurnal (Susanthi,2017). Terdapat beberapa tindakan yang berkaitan dengan strategi persaingan:

1. *Distinctive Competence*: Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan tersebut dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan kompetitor, menurut Dasy dan Wensley (1998) identifikasi pada perusahaan dibagi menjadi dua yaitu keahlian tenaga kerja, dan juga kemampuan sumber daya.
2. *Competitive Advantage*: Kegiatan yang sifatnya lebih spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dari pesaingnya. Terdapat tiga strategi agar dapat unggul dari persaingan yaitu *overall cost leadership* mencapai kepemimpinan biaya menyeluruh dalam industri, *diffrentiation* menciptakan, dan memasarkan produk unik, dan melayani kebutuhan khusus satu atau beberapa kelompok konsumen maupun pembeli industrial, dengan fokus biaya dan fokus diferensiasi

2.2 Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal perusahaan adalah perencanaan strategi yang diproses pada bidang pemasaran, distribusi, penelitian, dan pengembangan, produksi, operasi, sumber daya, dan karyawan perusahaan, begitupula dalam faktor keuangan maupun akuntansi yang berfungsi dalam menganalisa kekuatan dan kelemahan dari masing-masing divisi tersebut sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang dengan cara yang paling efektif dan dapat menangani ancaman (Lawrence dan Wiliam, 1998).

2.2.1 Indikator Analisis Lingkungan Internal

- A. Pemasaran: Menurut William J. Stanton (dalam Usmara, 2008:7) pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari

kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang, dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

- B. Sistem informasi manajemen: Menurut McLeod Jr (1995) pengertian sistem informasi manajemen adalah suatu sistem berbasis komputer yang menyediakan informasi bagi beberapa pemakai yang memiliki kebutuhan yang serupa. Informasi menjelaskan perusahaan atau salah satu sistem utamanya mengenai apa yang telah terjadi di masa lalu, apa yang sedang terjadi dan apa yang mungkin terjadi di masa depan.
- C. Teknologi: Menurut Angline (1991) disiplin rasional yang dirancang untuk memastikan penguasaan manusia atas alam semesta, melalui penerapan hukum yang ditentukan secara ilmiah.
- D. Produk, dan operasional: Menurut Herjanto (2008, p20), manajemen produksi, dan operasi adalah suatu proses yang secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai ragam sumber daya secara efisien demi untuk mencapai tujuan.
- E. Sumber daya manusia: Menurut Bintoro dan Daryanto (2017, p15) menyatakan bahwa “Manajemen sumber daya manusia adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien, dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat menjadi maksimal”.
- F. Keuangan: Menurut Musthafa (2017, p3) Manajemen keuangan menjelaskan tentang beberapa keputusan yang harus dilakukan, yaitu keputusan investasi, keputusan pendanaan atau keputusan pemenuhan kebutuhan dana, dan keputusan kebijakan dividen.

2.3 Analisis Lingkungan Eksternal

Menurut David (2010), Duncan (1972) menjelaskan yang dimaksud dengan lingkungan eksternal perusahaan (*external business environment*) yaitu adalah beragam faktor yang ada di luar organisasi yang wajib diperhitungkan oleh organisasi perusahaan pada saat pengambilan keputusan.

2.3.1 Indikator Analisis Lingkungan Eksternal

- A. Ancaman pendaatang baru: Pendaatang baru ke suatu industri akan membawa suatu kemampuan baru dan keinginan untuk mendapatkan pangsa pasar sehingga menyebabkan tekanan pada segi harga, biaya, dan tingkat investasi yang akan mempengaruhi perrsainan.
- B. Kekuatan tawar pemasok: Pemasok akan berperan penting dalam mempengaruhi input output perusahaan sebab pemasok bisa memiliki kemampuan untuk menaikkan maupun menurunkan harga,dan menaikkan maupun menurunkan kualitas barang dan jasanya.
- C. Kekuatan tawar pelanggan: Pelanggan menekankan untuk memperoleh nilai lebih dari barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan cara menekan harga , menuntut kualitas yang diberi , sehingga semakin kuat daya tawar pelanggan akan berdampak pada kenaikan biaya perusahaan yang artinya keuntungan perusahaan bisa berkurang.
- D. Ancaman barang pengganti: Barang dan jasa yang memiliki fungsi yang serupa yang dapat berpotensi menggantikan produk sejenisnya. Ketika ancaman produk subsitusi tinggi maka akan berdampak pada profitabilitas perusahaan.
- E. Tingkat persaingan dengan kompetitor: Persaingan akan semakin kuat dan tinggi apabila terdapat banyak pesaing dengan produk yang serupa. Ketika industri yang berpotensi tumbuh biasanya akan mulai banyak pesaing baru yang memiliki produk yang serupa dan bersaing baik dari harga, pengenalan produk baru, kampanye iklan, dan juga peningkatan layanan dari hal ini berpotensi untuk mengurangi profitabilitas perusahaan karena konsumen bisa beralih.

2.4 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016, p10) analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itu akan menciptakan SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*).

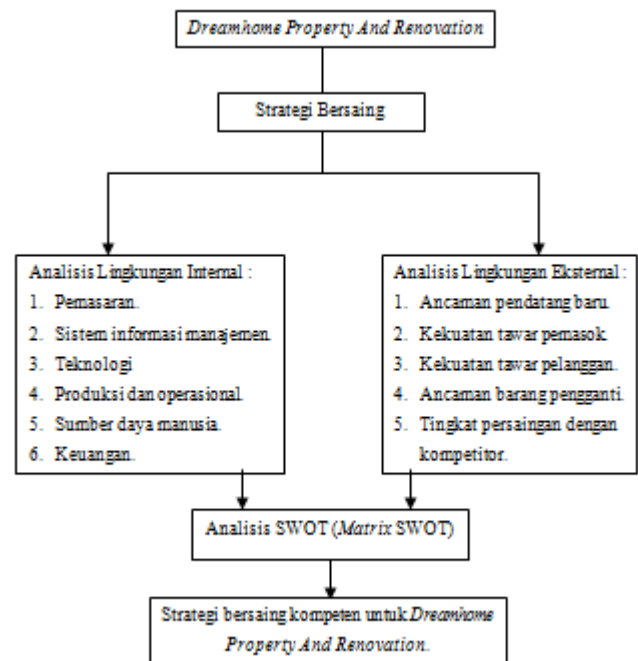
Sumber David, 2005:47

Analisis	Membantu	Menyulitkan
Internal	Strengths	Weakness
External	Opportunities	Threats

Sumber: David (2013, p. 178)

IFAS	Strengths (S) : Mengevaluasi kekuatan internal pada perusahaan	Weakness (W) : Mengevaluasi kelemahan internal pada perusahaan
EFAS	Opportunity (O) : Melihat peluang manfaat eksternal pada lingkup luar perusahaan.	Strategi WO Memperbaiki kelemahan internal demi mendapat peluang eksternal yang ada.
	Threats (T) : Melihat potensi ancaman eksternal pada lingkup luar perusahaan.	Strategi ST Kekuatan internal perusahaan untuk menghindari ancaman eksternal. Strategi WT Memperbaiki kelemahan internal untuk meminimalisir ancaman eksternal.

2.5 Kerangka Penelitian



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, menurut (Sugiyono, 2017) penelitian kualitatif deskriptif berupa penelitian dengan metode atau pendekatan yang menggunakan studi kasus.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kualitatif, menurut Moleong (2017:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

3.3 Obyek dan Subyek Penelitian

Menurut Arikunto (2006: 29) objek penelitian adalah sesuatu yang merupakan inti problematika pada suatu penelitian. Dari definisi tersebut diambil kesimpulan yaitu sasaran dari obyek penelitian adalah untuk mendapatkan tujuan tertentu mengenai suatu hal yang akan dibuktikan secara objektif demi suatu data tertentu yang mempunyai nilai, skor, atau ukuran yang berbeda. Objek penelitian ini adalah strategi bersaing yang tepat untuk usaha *Dreamhome Property And Renovation*.

Subjek penelitian adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat. Dijelaskan oleh Arikunto (2006: 145) subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Subjek penelitiannya adalah *Dreamhome Property And Renovation*.

3.4 Jenis Data

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yang akan digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

1.Data Primer menurut Sugiyono (2017,308) merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dapat diartikan data didapat dari pengamatan yang berasal dari peneliti secara langsung dari sumber asli . Untuk mendapatkan data bisa didapat melalui wawancara kepada pemegang kepentingan usaha *Dreamhome Property And Renovation*.

2.Data Sekunder menurut Sugiyono (2017:137) merupakan sumber yang harus dikelola untuk menemukan data yang ingin diteliti dari sumbernya seperti dokumen-dokumen yang ada pada *Dreamhome Property And Renovation*, yang dapat digunakan untuk memperkuat hasil wawancara.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Cresswell (2018), Salah satu cara pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah melalui wawancara. Menurut Sugiyono (2017, 194) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi terstruktur yang berfokus pada menemukan permasalahan secara lebih terbuka, pihak yang diajak wawancara akan diminta pendapat, dan ide-ide yang ada, sehingga memungkinkan peneliti menciptakan pertanyaan baru.

Yang akan digunakan oleh peneliti adalah wawancara semi terstruktur, menurut Sugiyono (2017, 233) menjelaskan wawancara semi terstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, pihak yang diajak wawancara akan diminta pendapat, dan ide-ide yang ada. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara seksama dan akan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan, sehingga peneliti bisa menggali informasi

lebih luas dari timbulnya pertanyaan-pertanyaan baru.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Cresswell (2018), Salah satu cara pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah melalui wawancara. Menurut Sugiyono (2017, 194) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi terstruktur yang berfokus pada menemukan permasalahan secara lebih terbuka, pihak yang diajak wawancara akan diminta pendapat, dan ide-ide yang ada, sehingga memungkinkan peneliti menciptakan pertanyaan baru.

Yang akan digunakan oleh peneliti adalah wawancara semi terstruktur, menurut Sugiyono (2017, 233) menjelaskan wawancara semi terstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, pihak yang diajak wawancara akan diminta pendapat, dan ide-ide yang ada. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara seksama dan akan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan, sehingga peneliti bisa menggali informasi lebih luas dari timbulnya pertanyaan-pertanyaan baru.

3.7 Pemilihan Narasumber

Teknik penelitian yang akan digunakan adalah *purposive sampling*, menurut Sugiyono (2017:85) *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel data yang didasarkan pada pertimbangan/kriteria tertentu. Teknik *purposive sampling* memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang tepat dikarenakan bisa mendapatkan informasi yang akurat dari narasumber yang paham sehingga data-data yang disajikan oleh penulis bersifat kredibel. Informan yang akan menjadi narasumber, dan diyakini penulis memenuhi kriteria tersebut sebagai berikut:

1. Narasumber satu Guy Dhian Tje sebagai pemilik *Dreamhome Property And Renovation*.
2. Narasumber dua Supri sebagai mandor *Dreamhome Property And Renovation* yang sudah ikut menjadi pekerja mandor sejak 2013 hingga sekarang.
3. Narasumber tiga Agus Siswanto sebagai bagian pembelian *Dreamhome Property And Renovation* yang sudah ikut sejak 2013 hingga sekarang

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2017) Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dari temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. teknik yang akan digunakan adalah (Qualitative Content Analysis) . Proses analisis data menurut Miles dan Huberman (2014) dibagi tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan juga kesimpulan/verifikasi.

1. Reduksi data mereduksi data yang artinya merangkum dan memilih hal-hal yang penting saja untuk dicari tema dan juga pola agar mendapat gambaran lebih detail sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya. Proses dalam mereduksi data akan beriringan dengan teori dan tujuan yang dicapai.
2. Penyajian data setelah reduksi data maka penyajian data adalah langkah selanjutnya. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data yang sering digunakan berupa teks naratif. Menyajikan data tergolong lebih mudah dalam meneliti yang akan dipahamiantuk merencanakan analisis selanjutnya dari yang telah dipahami.
3. Kesimpulan yaitu tahapan akhir adalah kesimpulan yang berarti temuan terbaru yang dapat berbentuk deskripsi atau gambaran objek yang masih belum jelas dan setelah dilakukan

penelitian menjadi jelas. akan dapat berbentuk kausal/interaktif, hipotesis, atau teori.

3.9 Uji Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2017, p184) menyebutkan bahwa dalam menguji keabsahan data metode penelitian kualitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, *reliabel*, dan obyektif. Teknik keabsahan data yang akan digunakan oleh penelitian ini adalah triangulasi, menurut Sugiyono (2017, p125) menyatakan bahwa teknik triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik yang ada dan sumber data yang ada. Maka sebenarnya peneliti telah melakukan pengujian kredibilitas data sekaligus mengumpulkan data. Menurut Sugiyono (2017, p368) menyebutkan terdapat tiga macam triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai uji keabsahan data adalah triangulasi sumber, menurut Sugiyono (2017, p274) triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara pengecekan melalui berbagai sumber yang berbeda. Penelitian menggunakan triangulasi sumber dengan tujuan untuk memastikan kebenaran dari beberapa sumber yang saling memiliki hubungan, sehingga data bisa dinyatakan valid.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validasi

Analisis Lingkungan Internal	Pemasaran	Semua Valid
	Sistem Informasi Manajemen	Semua Valid
	Teknologi	Semua Valid
	Produksi dan Operasional	Semua Valid
	Sumber Daya Manusia	Semua Valid
Analisis Lingkungan External	Keuangan	Semua Valid
	Ancaman Pendetang Baru	Semua Valid
	Kekuatan Tawar Pemasok	Semua Valid
	Kekuatan Tawar Pelanggan	Semua Valid
	Ancaman barang pengganti	Semua Valid
	Tingkat Persaingan dengan kompetitor	Semua Valid

Gambar 4.1 Hasil Uji Validitas Data

4.2 Pembahasan Analisis Lingkungan Internal

4.2.1 Dimensi Pemasaran

Berdasarkan evaluasi 4p, maka perbandingan *Dreamhome Property And Renovation* dengan kompetitor maka:

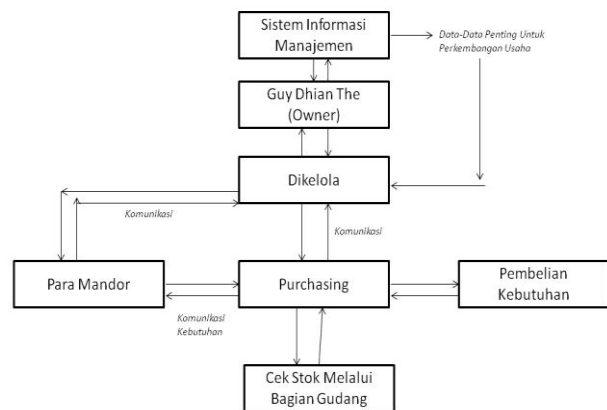
- **Place:** *Dreamhome Property And Renovation* dapat dinyatakan cukup strategis dikarenakan berada pada lokasi yang dekat dengan distributor yang dibutuhkan oleh *Dreamhome Property And Renovation*, cakupan juga cukup baik dikarenakan lokasi *Dreamhome Property And Renovation* berada pada lokasi yang diminati pelanggan. Sedangkan kompetitor sebenarnya juga tidak kalah sebab juga berada pada lokasi yang dekat dengan *Dreamhome Property And Renovation*.
- **Price:** Pada *price Dreamhome Property And Renovation* dapat dinyatakan unggul sebab harga yang ditawarkan biasanya lebih murah dibanding dengan kompetitor sebab pekerja *Dreamhome Property And Renovation* adalah

pekerja tetap sehingga bisa bekerja lebih tepat waktu, dan konsisten. Sedangkan kompetitor *Dreamhome Property And Renovation* biasanya mengandalkan sistem borongan sehingga terkadang menggunakan pekerja berbeda beda yang bisa mengurangi konsistensi kerja sehingga biaya yang dikeluarkan untuk pembangunan lebih mahal.

- **Promotion:** Pada promosi *Dreamhome Property And Renovation* lebih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, maupun makelar saja, sedangkan beberapa kompetitor sudah ada yang mulai mengandalkan teknologi untuk melakukan promosi seperti penggunaan media sosial terbaru.
- **Product:** Pada produk yang ditawarkan oleh *Dreamhome Property And Renovation* dapat dikatakan lebih menarik perhatian pelanggan dikarenakan bisa menawarkan membangun sesuai dengan keinginan dari pelanggan, sedangkan kompetitor biasanya langsung meminta pelanggan untuk menerima apa yang akan dibuat. Sebenarnya ada juga kelemahan dari bisa menawarkan sesuai keinginan pelanggan bisa saja terjadi kesalahan dalam sisi perhitungan keuntungan jika tidak teliti. Sedangkan kompetitor sudah bisa menghitung keuntungan secara pasti karena sudah disesuaikan dari awal.

4.2.2 Dimensi Sistem Informasi Manajemen

Sistem informasi manajemen adalah Sistem informasi manajemen pada *Dreamhome Property And Renovation* merupakan hal yang penting sebab berpengaruh pada komunikasi antar bagian dari *Dreamhome Property And Renovation* itu sendiri, sehingga jika tanpa adanya sistem informasi manajemen yang baik terutama akan berdampak buruk pada *Dreamhome Property And Renovation*, karena itu *Dreamhome Property And Renovation* memiliki data yang cukup beragam demi komunikasi yang baik, dan untuk dikembangkan menjadi lebih baik lagi apalagi peran sistem informasi manajemen ini juga membawa keteraturan bagi *Dreamhome Property And Renovation*, walau ada kelemahan untuk harus sering namun hal tersebut bisa diatasi dengan aktif melakukan pengecekan dan transparansi. Jadi *Dreamhome Property And Renovation* sudah bisa menjalankan sistem informasi manajemen dengan baik dikarenakan adanya ragam data yang cukup banyak yang dimanfaatkan untuk komunikasi yang baik yang bisa menimbulkan keteraturan, yang sebenarnya harus lebih diperhatikan adalah cek ulang data harus lebih diperhatikan agar keteraturan sistem informasi manajemen tidak terganggu yang bisa membawa dampak buruk bagi usaha *Dreamhome Property And Renovation*.



Gambar 4.4 Skema Sistem Informasi Manajemen

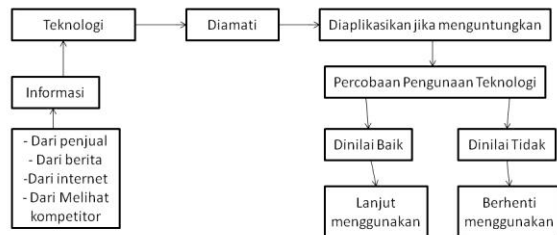
(Sumber: Dreamhome, Diolah Peneliti)

Pada skema diatas *Dreamhome Property And Renovation*

dinilai cukup baik dalam sistem pengelolannya, yang perlu ditingkatkan lagi adalah *owner* melakukan perbandingan pada pembelian yang dilakukan sehingga bisa mendapatkan *supplie* bahan kebutuhan yang lebih murah lagi sehingga bisa meningkatkan keuntungan.

4.2.3 Dimensi Teknologi

Berdasarkan jawaban dari Guy Dhian Tje selaku *owner*, menyatakan dalam menghadapi perkembangan teknologi harus terus memantau semisal melalui dari internet, juga dari tawaran teknologi terbaru yang bisa mempermudah efisiensi dan kecepatan kerja usaha, sama juga dengan pendapat dari narasumber kedua Supri yang berkata jika harus mengikuti perkembangan teknologi yang bagus demi kemajuan kedepannya, begitupula dengan jawaban narasumber ketiga Agus Siswanto yang memperkuat statemen dari pernyataan jawaban sebelumnya yang berkata bahwa perkembangan teknologi haruslah diikuti. Jadi *Dreamhome Property And Renovation* mengikuti teknologi demi mendapatkan kemudahan, dan efisiensi yang dapat dihasilkan dari penggunaan teknologi-teknologi baru yang ada, sama seperti yang dinyatakan pada paragraf pertama jika teknologi dapat membuat usaha semakin berkembang.



Gambar 4.5 Skema Teknologi

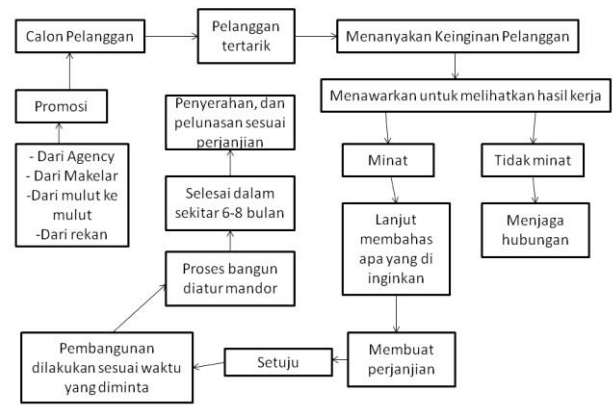
(Sumber: Dreamhome, Diolah Peneliti)

Pada skema diatas *Dreamhome Property And Renovation* dinilai baik dalam sisi teknologi, namun seharusnya bisa menjadi lebih baik lagi, apabila ada bagian pekerja ahli dibidang teknologi yang bisa mengembangkan penggunaan teknologi pada *Dreamhome Property And Renovation* agar lebih baik, dan terarah lagi.

Teknologi yang dimaksud bisa berupa penerapan teknologi yang memudahkan bidang pembangunan konstruksi semisal seperti penggunaan cat anti bocor terbaru, bahan baku berteknologi terbaru seperti besi yang lebih kuat.

4.2.4 Dimensi Produksi Dan Operasional

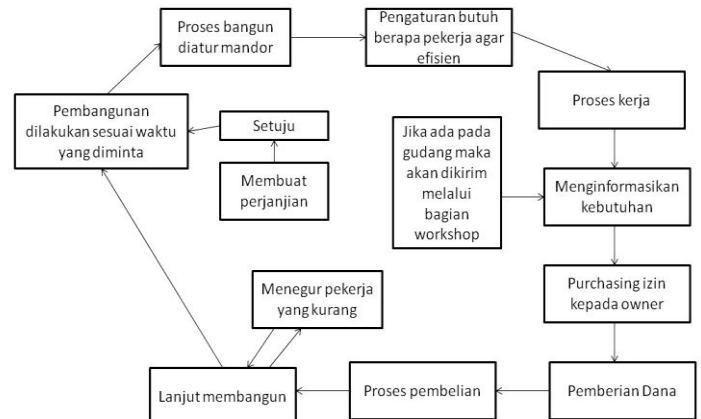
Dalam produksi, dan operasional adalah dengan adanya proses produk layanan yang baik pada *Dreamhome Property And Renovation* bisa menciptakan kepuasan dari customer, dengan adanya kepuasan dari customer maka suatu usaha baru bisa berjalan. Dalam produk layanan diharapkan bisa memiliki keteraturan pada penempatan pemegang jabatan sehingga proses dalam produk layanan bisa berjalan dengan baik, dan *Dreamhome Property And Renovation* bisa menempatkan dengan baik. Hanya saja belum terpantau sop tertulis pada usaha *Dreamhome Property And Renovation*. SOP dapat diuraikan menjadi beberapa yaitu K3 keselamatan kerja, waktu kerja, dan tata cara dalam bekerja di *Dreamhome Property And Renovation*.



Gambar 4.6 Skema Produksi Operasional Bagian Pelanggan

(Sumber: Dreamhome, Diolah Peneliti)

Dapat dinyatakan cukup baik dari sisi produksi operasional bagian pelanggan namun dari sisi promosi seharusnya bisa juga melalui social media sehingga bisa menjangkau lebih banyak pelanggan, selain itu melalui social media memiliki *cost* yang lebih rendah. Untuk yang lain dirasa cukup baik.



Gambar 4.7 Skema Produksi Operasional Bagian Pembangunan

(Sumber: Dreamhome, Diolah Peneliti)

Dalam bidang pembangunan juga bisa disimpulkan cukup baik, namun yang kurang adalah standart sop pada *Dreamhome Property And Renovation* yang bisa dijadikan patokan dalam bekerja yang sesuai itu bagaimana sehingga bisa mengoptimalkan kinerja lebih baik lagi, dan bisa lebih mudah untuk menegur sebab ada aturan tertulisnya.

4.2.5 Dimensi Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang ada pada *Dreamhome Property And Renovation* kebanyakan berasal dari satu lokasi yang sama yaitu Ngawi seperti yang dikatakan oleh Supri "Dari satu tempat dari Ngawi jadi kerja itu lebih enak juga karena dari satu wilayah." walaupun tidak menutup kemungkinan untuk menambahkan tenaga kerja diluar lokasi Ngawi, dengan pekerja yang kebanyakan sudah ikut lama pada *Dreamhome Property And Renovation* bisa memudahkan untuk penaruhan tenaga kerja sesuai dengan keahliannya sehingga kinerja diharapkan bisa lebih cepat, dan baik. *Dreamhome Property And*

Renovation melakukan pengawasan dengan menggunakan mandor-mandor yang telah dipercaya termaksud Supri selaku narasumber kedua yang merupakan salah satu mandor kepercayaan *Dreamhome Property And Renovation* yang sudah ikut bekerja selama sembilan tahun. Namun terkadang ada masalah pada kejujuran pekerja yang dimana harus menemukan cara untuk mengurangi bahkan mengentikan tindak ketidakjujuran ini.

4.2.6 Dimensi Keuangan

Keuangan merupakan hal yang berperan penting dalam usaha, dengan adanya keuangan yang baik tentunya perusahaan dapat berjalan dengan baik. Dalam suatu usaha terkadang ada yang mengandalkan pinjaman bank untuk menjalankan usaha, dari informasi yang didapat dari Guy Dhian Tje selaku *owner*, *Dreamhome Property And Renovation* sendiri tidak mengandalkan pinjaman bank, namun hanya mengandalkan penjaan pada liquiditas keuangan dari perusahaan, Agus Siswanto selaku narasumber ketiga menguatkan jika keuangan pada usaha *Dreamhome Property And Renovation* tetap baik-baik saja.

Sistem pembayaran yang dilakukan oleh *Dreamhome Property And Renovation* lebih dibebaskan kepada keinginan customer, menurut Guy Dhian Tje selaku *owner* ada yang meminta pembayaran melalui cash, ada yang melalui kredit, maupun kpr, nantinya akan membuat kontrak perjanjian sehingga akan ada kejelasan dalam pekerjaan yang dilakukan oleh *Dreamhome Property And Renovation* kepada pembeli. Ketiga narasumber sependapat jika yang memegang posisi keuangan adalah Guy Dhian Tje sendiri selaku *owner* dari *Dreamhome Property And Renovation*, jadinya segala urusan keuangan berada dipegangan *owner*, dengan tujuan agar perincian bisa jelas, dan menghindari ketidakjujuran, setelah mendapatkan keuntungan, keuntungan tersebut akan dipakai untuk perputaran uang usaha, yang nantinya digunakan untuk membeli tanah lagi, maupun rumah.

Sistem keuangan yang ada pada *Dreamhome Property And Renovation* bersifat independen atau dipegang oleh satu orang saja yaitu *owner*, dari hal ini dapat memungkinkan berkurangnya potensi ketidakjujuran. Dengan pengaturan yang baik maka liquiditas dari usaha baru bisa dicapai. Jadi bisa dikatakan keuangan yang ada pada *Dreamhome Property And Renovation* sudah tergolong baik.

4.3 Pembahasan Analisis Lingkungan External

4.3.1 Dimensi Ancaman Pendetang Baru

Dalam adanya ancaman pendatang baru tentu perlu menjadi perhatian bagi suatu usaha terutama dalam persaingan harga dengan pendatang baru perlu diperhatikan, menurut Guy Dhian Tje selaku *owner* *Dreamhome Property And Renovation* pendatang baru dalam harga dan kualitas bukan menjadi suatu masalah bagi *Dreamhome Property And Renovation* karena jika seumpama dalam sisi harga, dan kualitas dari pesaing lebih baik maka *Dreamhome Property And Renovation* akan ikut untuk mempelajari kelebihan dari pesaing tersebut, Supri selaku narasumber kedua, dan Agus Siswanto selaku narasumber ketiga juga yakin jika bukan suatu masalah, selama kerjanya selalu bagus.

Dalam mengatasi pesaing baru langkah-langkah yang dilakukan oleh *Dreamhome Property And Renovation* lebih ke fokus memperkuat dalam kondisi dalam usaha untuk menguatkan diri menghadapi pesaing-pesaing baru, menurut ketiga narasumber langkah-langkah yang harus dilakukan adalah introspeksi diri, selalu jujur, dan amanah, selalu meningkatkan kualitas kerja. *Dreamhome Property And Renovation* sendiri siap dalam menghadapi pesaing baru yang ada juga dengan keunikan yang tidak dimiliki oleh pesaing, berdasarkan jawaban ketiga narasumber menyatakan jika keunikan *Dreamhome Property And Renovation* dalam produk jasa adalah bisa melayani selera yang diinginkan pembeli atau dapat dikatakan *custom* sehingga pembeli bisa lebih puas, sedangkan para pesaing baru banyak yang tidak bisa *by custom* dikarenakan perlu mengubah lagi rumah pesaing baru yang

sudah jadi. Untuk kondisi sekarang *Dreamhome Property And Renovation* memiliki keunikan dibidang pembagian satu rumah berukuran besar semisal dari 12 meter menjadi dua rumah kecil dengan ukuran 6 meter, hal ini merupakan keunikan, dan terobosan dari *Dreamhome Property And Renovation*.

Dreamhome Property And Renovation lebih memfokuskan diri dalam perbaikan dalam atau *internal* agar terus bisa berkesinambungan dalam menghadapi pesaing-pesaing baru yang bermunculan, hal ini dapat dikatakan baik karena tidak ada pihak pesaing baru yang dirugikan, kehandalan yang dimiliki oleh *Dreamhome Property And Renovation* adalah bisa membuat rumah *by custom* dimana pesaing baru banyak yang menjual rumah secara jadian. Namun yang perlu menjadi perhatian adalah ketika pesaing baru memiliki kelebihan lain yang tidak dimiliki *Dreamhome Property And Renovation*, perlu dilakukan analisis pada kelebihan pesaing baru sehingga bisa ikut diaplikasikan pada *Dreamhome Property And Renovation* sendiri.

4.3.2 Dimensi Kekuatan Tawar Pemasok

Pada bisnis property seperti *Dreamhome Property And Renovation* tentu pasti memiliki pemasok untuk mendukung proses jalannya pembangunan, *Dreamhome Property And Renovation* sendiri memiliki beberapa pemasok, menurut Guy Dhian Tje selaku *owner*, ada dari bata ringan Falkon, Mitra10. Agus Siswanto selaku narasumber ketiga menambahkan jika supplier juga ada Depo Bangunan, Kencana, Gypsum Aplus. Dengan adanya supplier-supplier ini mempermudah jalannya proses pembangunan *Dreamhome Property And Renovation*. Kualitas harga yang ditawarkan pemasok menurut Guy Dhian Tje selaku *owner* harganya murah dikarenakan pengambilan dalam jumlah yang banyak atau dapat disebut harga kontraktor, sependapat dengan Supri selaku narasumber kedua, dan Agus Siswanto selaku narasumber ketiga, yang juga berpendapat jika dikarenakan pengambilan yang banyak maka harga lebih murah. Dari harga yang ditawarkan oleh pemasok tentunya akan ada daya tawar dari pemasok kepada *Dreamhome Property And Renovation*, menurut Guy Dhian Tje selaku *owner* kekuatan tawar dari pemasok cukup baik, yang dimaksud cukup baik adalah pemasok bisa memberikan harga yang sesuai dengan keinginan *Dreamhome Property And Renovation*. Apabila membahas dari sisi siapa yang lebih butuh menurut Supri selaku narasumber kedua, dan Agus Siswanto selaku narasumber ketiga bagian *purchasing* berpendapat jika sama-sama saling membutuhkan.

Dari yang diamati pemasok dari *Dreamhome Property And Renovation* ada sebanyak lima, dari jawaban yang diberikan oleh ketiga narasumber, daya pasok yang ditawarkan oleh pemasok cukup baik bagi *Dreamhome Property And Renovation*. Namun sebenarnya yang harus diperhatikan mencoba mencari pemasok yang langsung dari pabrik sehingga bisa mendapatkan penawaran harga yang lebih baik, alasannya adalah pengambilan dari pemasok berjumlah besar sehingga dengan jumlah besar ini bisa langsung melakukan penawaran kepada pabrik, dan berpotensi mendapatkan harga yang lebih baik lagi.

4.3.3 Dimensi Kekuatan Tawar Pelanggan

Jalannya usaha *Dreamhome Property And Renovation* tidak luput dari adanya pelanggan yang bertransaksi, pembeli tentu bisa memiliki kendali juga dalam penawaran harga tiap transaksi, menurut Guy Dhian Tje selaku *owner* pelanggan, dan usaha *Dreamhome Property And Renovation* sama-sama butuh sehingga daya peran kekuatan tawar pelanggan dengan usaha *Dreamhome Property And Renovation* dianggap seimbang, Supri, dan Agus Siswanto selaku narasumber juga sependapat dengan hal tersebut. Jadi dalam hal kendali pelanggan dapat dianggap setara. Jadi dikarenakan daya tawar yang setara berdasarkan jawaban dari Guy Dhian Tje selaku *owner* dianggap cukup bagus bagi usaha, juga menurut pendapat Supri, dan Agus Siswanto selaku narasumber, pelanggan biasanya juga meminta *request* yang mereka inginkan selama ini, jadi dampak penawaran dari pelanggan adalah adanya *request*, namun hal ini bukan menjadi masalah bahkan baik saja selama lancar. Adanya *request* yang diinginkan oleh

pelanggan nantinya berdasarkan jawaban dari Guy Dhian Tje selaku owner, akan ada perjanjian tertulis sehingga dengan adanya perjanjian tertulis dari awal, diharapkan pelanggan, dan juga *Dreamhome Property And Renovation* bisa sama-sama enak, berdasarkan pendapat Agus Siswanto selaku narasumber ketiga apabila tidak ada perjanjian tertulis maka beresiko terjadi kecurangan dari pelanggan sebab tidak adanya perjanjian “*Ada biasanya itu ada, soalnya kayak itu penting banget perjanjian tertulis seperti MOU itu penting banget, kalau gak ada itu kita pasti di curangi.*”

4.3.4 Dimensi Ancaman Barang Pengganti

Selama ini berdasarkan jawaban dari Guy Dhian Tje selaku owner *Dreamhome Property And Renovation* dalam mengatasi ancaman produk pengganti adalah dengan melihat perkembangan produk jasa pengganti secara terus menerus, yang dilihat adalah kelebihan dari produk jasa pengganti tersebut, dan sebisa mungkin kelebihan tersebut juga ada pada layanan produk jasa *Dreamhome Property And Renovation*, selain itu ketiga narasumber sepakat dengan fokus dalam memperkuat kelebihan inti dari layanan produk jasa *Dreamhome Property And Renovation* itu sendiri, maupun di inovasi sehingga langkah ini dianggap bisa menjadi cara untuk mengatasi produk pengganti selama ini.

Dalam kemudahan didapatkan, *Dreamhome Property And Renovation* meyakini jika layanan produk jasa *Dreamhome Property And Renovation* dianggap mudah untuk didapatkan dikarenakan merupakan kebutuhan pokok, Supri, dan Agus Siswanto selaku narasumber kedua, dan ketiga menambahkan jika pekerjaan yang dilakukan oleh *Dreamhome Property And Renovation* juga cepat sehingga mampu memenuhi kemudahan layanan produk jasa dari *Dreamhome Property And Renovation*. Sehingga dapat disimpulkan jika layanan produk jasa *Dreamhome Property And Renovation* sama-sama mudah untuk didapatkan.

Kesimpulannya adalah *Dreamhome Property And Renovation* siap untuk menghadapi munculnya produk substitusi yang berupa apartemen, dengan cara mengikuti produk substitusi tersebut juga apabila semisal lebih diminati oleh konsumen. Juga dengan terus mempertahankan kualitas.

4.3.5 Dimensi Tingkat Persaingan Dengan Kompetitor

Jika dilihat dari tingkat persaingan dengan kompetitor, *Dreamhome Property And Renovation* tidak kalah dari segi harga karena penggunaan karyawan tetap, atau keunggulan utama dari *Dreamhome Property And Renovation* juga dalam sisi harga yang lebih murah, begitu juga dengan bisa melakukan *custom* sesuai keinginan dari pelanggan. Namun dengan memakai karyawan tetap pekerjaan harus berkelanjutan sehingga terkadang bisa memungkinkan timbul potensi rugi sebab memberi bidang *property* yang terlalu mahal sehingga keuntungan menurun demi pekerjaan yang berkelanjutan. Dalam pangsa pasar secara persentase di Sidoarjo, ketiga narasumber masih belum bisa menemukan data statistik sehingga belum bisa dinyatakan secara persentase keunggulan *Dreamhome Property And Renovation*, sehingga *Dreamhome Property And Renovation* harus mengamati data statistik perusahaan *property* pada wilayah Sidoarjo untuk bisa mempelajari pesaing yang lebih unggul berdasarkan persentase pangsa pasar.

4.4 Analisis SWOT

1. Strengths (S)

- A. Memiliki pekerja yang sudah bekerja bersama *Dreamhome Property And Renovation* selama sembilan tahun.
- B. Memiliki sistem keuangan yang aman dari kecurangan karena hanya dipegang oleh *owner*.
- C. Pekerja yang termaksud rajin karena diawasi mandor yang profesional.
- D. Produk layanan jasa bisa disesuaikan dengan pelanggan.

- E. Lokasi yang strategis.
- F. Inovasi satu rumah besar menjadi dua rumah kecil yang murah.

2. Weakness (W)

- A. Tidak ada SOP secara tertulis bagi pekerja.
- B. Tidak ada website, maupun social media yang bisa memudahkan sektor promosi maupun informasi perusahaan *Dreamhome Property And Renovation*.
- C. Terkadang beberapa pekerja masih ada yang kurang jujur dalam bekerja.
- D. Teknologi digital belum diaplikasikan

3. Opportunities (O)

- A. Dikenal oleh para pelanggan bisa *custom* sesuai keinginan.
- B. Berpeluang memanfaatkan teknologi social media, maupun website.
- C. Berpeluang mengembangkan bidang yang berhubungan dengan *property* dikarenakan pekerja yang handal.
- D. Berpeluang bisa memperluas layanan jasa.

4. Threats (T)

- A. Harus berkelanjutan dalam usaha, dikarenakan pekerja bersifat tetap sehingga gaji harus dibayarkan tiap bulan sehingga untuk menutupi pengeluaran tersebut harus terus ada pekerjaan usaha.
- B. Pemasok *Dreamhome Property And Renovation* kadang-kadang bisa memainkan harga. Harga bisa ditinggikan berlebih jika tidak dicek.
- C. Pelanggan hanya faham *Dreamhome Property And Renovation* dari mulut ke mulut, dan melalui broker karena tidak menggunakan sektor social media.
- D. Pesaing lama maupun baru mulai mengikuti kelebihan dari *Dreamhome Property And Renovation* yang dimana bisa membangun dengan keinginan pelanggan.
- E. Pesaing lama maupun baru memberikan harga yang kompetitif.

Bisa disimpulkan jika *Dreamhome Property And Renovation* memiliki potensi yang bagus, semisal saja dengan rata-rata pekerja/karyawan yang sudah ikut selama sembilan tahun sehingga dari kelebihan-kelebihan ini dapat dikelola menjadi strategi yang tepat bagi *Dreamhome Property And Renovation* dalam unggul bersaing.

Berdasarkan analisis swot strategi bersaing yang kompeten, dan bisa untuk dijalankan, bagi *Dreamhome Property And Renovation* adalah sebagai berikut:

Strategi SO:

- A. Pekerja *Dreamhome Property And Renovation* yang rata-rata sudah ikut selama sembilan tahun, bisa menjadi peluang untuk diberikan pelatihan bidang-bidang pengembangan yang berhubungan dengan *property*. (S1, O3).
- B. Lokasi yang strategis memungkinkan pengembangan wilayah lain diluar Surabaya. (S6, O4).
- C. Mengenalkan rumah murah dengan pembagian satu rumah besar menjadi dua rumah kecil yang murah berpeluang menarik perhatian konsumen muda melalui promosi social media. (S7, O2).

Strategi WO:

- A. Menciptakan SOP kerja agar bisa lebih optimal dalam mengembangkan bidang yang berhubungan dengan *property*. (W1, O3).
- B. Menciptakan website, dan social media sehingga mengoptimalkan sisi teknologi, dan pemasaran. (W2, O2).

Strategi ST:

- A. Pekerja yang rajin memungkinkan dukungan untuk kelanjutan usaha secara *continue*. (S4, T1).
- B. Memungkinkan *Dreamhome Property And Renovation* untuk mencari pemasok yang bisa menawarkan harga yang lebih baik lagi seperti langsung melalui pabrik karena pengambilan bisa dalam jumlah besar. (S3, T2).
- C. Inovasi yang menarik seperti membagi satu rumah besar menjadi dua rumah kecil yang murah dapat menekan harga lebih murah dari pesaing sekitar. (S7, O4).

Strategi WT:

- A. Membuat website agar dapat menciptakan biodata *Dreamhome Property And Renovation*, sehingga lebih dipercaya oleh pemasok, dan calon pelanggan. (W2, T3).
- B. SOP tertulis bagi pekerja *Dreamhome Property And Renovation*, sehingga pekerja bisa lebih tidak malas-malasan yang dapat menyebabkan kelanjutan yang terganggu. (W1, T1).

Rumusan strategi bersaing berdasarkan hasil diatas maka akan diuraikan menjadi dua strategi sebagai berikut yang bisa diterapkan yaitu:

- A. **Distinctive Competence** Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan tersebut dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan kompetitor, menurut Dasy dan Wensley (1998) identifikasi pada perusahaan dibagi menjadi dua yaitu keahlian tenaga kerja, dan juga kemampuan sumber daya. *Dreamhome Property And Renovation* dapat melakukan kegiatan promosi secara *modern* sehingga bisa menarik perhatian *customer* lebih banyak lagi dibandingkan sebelumnya maka diharapkan agar bisa lebih unggul dibandingkan pesaing
- B. **Competitive Advantage**: Kegiatan yang sifatnya lebih spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dari pesaingnya. Terdapat tiga strategi agar dapat unggul dari persaingan yaitu overall cost leadership mencapai kepemimpinan biaya menyeluruh. *Dreamhome Property And Renovation* bisa memanfaatkan sumber dayanya yang besar, dan sudah ikut lama, juga bisa menekankan agar harga bisa murah, namun potensi ini sebenarnya bisa digali lebih agar bisa lebih unggul dari perusahaan pesaing dengan cara cost leadership yaitu strategi penekanan harga, *Dreamhome Property And Renovation* untuk sementara masih belum beli bahan-bahan bangunan dari pabrik secara langsung, padahal pembelian yang dilakukan oleh *Dreamhome Property And Renovation* berjumlah besar, dan dianggap memenuhi kriteria untuk pengambilan langsung dari pabrik.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian kualitatif deskriptif yang telah dilakukan oleh peneliti maka *Dreamhome Property And Renovation* merupakan usaha bidang property jasa . Mengenai strategi bersaing yang dapat diterapkan pada *Dreamhome Property And Renovation* adalah dengan dianalisa melalui evaluasi faktor lingkungan internal, dan juga lingkungan external yang ditemukan salah satu kelebihan dari *Dreamhome Property And Renovation* yaitu inovasinya yang menarik seperti membagi satu rumah besar, menjadi dua rumah lebih kecil sehingga harga bisa terjangkau oleh berbagai kalangan. Dari analisis tersebut ditemukan langkah yang menjadi rumusan strategi yang dianggap tepat bagi *Dreamhome Property And Renovation* adalah *distinctive competence* yaitu menekankan kelebihan *Dreamhome Property And Renovation* untuk bisa lebih unggul dari pesaing semisal tenaga kerja yang tetap yang sudah ikut selama sembilan tahun bisa dimanfaatkan, dan mempromosikan inovasi rumah terjangkau dari *Dreamhome Property And Renovation* dan juga menerapkan *competitive advantage* agar bisa unggul dibanding perusahaan lain dengan mencari distributor yang lebih murah seperti langsung dari pabrik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari temuan dari penelitian ini, saran yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, kompetitor dari *Dreamhome Property And Renovation* dalam sisi tenaga kerja masih mengandalkan tenaga kerja tidak tetap atau sering disebut borongan sehingga harga, dan kualitas tidak konsisten terkadang mahal, terkadang murah, sedangkan *Dreamhome Property And Renovation* menggunakan tenaga kerja tetap yang sudah ikut selama sembilan tahun, hal ini memungkinkan *Dreamhome Property And Renovation* untuk memberikan harga, dan kualitas yang konsisten, dari hal ini *Dreamhome Property And Renovation* bisa memanfaatkan kelebihan ini sebagai cara untuk bisa unggul dalam bersaing.
2. Dalam upaya unggul dalam bersaing maka bisa terus memberikan pelatihan kepada tenaga kerja tetap sehingga kinerja *Dreamhome Property And Renovation* makin hari makin baik.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Anglin, J. Gary (1991). *Instructional Technology, Past Present and Future*. Coloardo: Libraries Unlimited Inc.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Banyaknya Perusahaan Konstruksi 2019-2021*. retrivied <https://www.bps.go.id/indicator/4/216/1/banyaknya-perusahaan-konstruksi.html>.
- Braun, M., Latham, S., & Cannatelli, B. (2019). *Strategy and business models: why winning companies need both*. *Journal of Business Strategy*, 35(8), 1-3.
- Bintoro dan Daryanto. 2017. *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*. Cetakan 1. Yogyakarta : Gava Media.
- Chandler, A. D., Jr. 1962. *Strategy and structure: Chapters in the history of the American industrial enterprise*. Cambridge, MA: MIT Press.
- David, Fred R. (2005) *Strategic management manajemen strategis konsep* Jakarta : Salemba Empat
- David, F.R (2013). *Strategic Management Concept and Cases* (14thed). Harlow: Pearson Education
- Freddy Rangkuti, 2016, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, Edisi Duapuluh Dua, Cetakan Keduapuluh Dua, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

- Herjanto, Eddy, 2008, Manajemen Operasi Edisi Ketiga, Jakarta: Grasindo.
- Jayani, D.H. (2019 September 7) “203,4 Ribu Perusahaan Konstruksi Tersebar di Indonesia.” Databook. Diakses pada 23 Februari 2021 . *Retrieved* from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/07/2034-ribu-perusahaan-konstruksi-tersebar-di-indonesia>
- Jayani, D.H. (2019 September 7) “Mayoritas Perusahaan Konstruksi Indonesia Berskala Kecil pada 2021 ” Databook. Diakses pada 23 Februari 2021 . *Retrieved* from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/07/mayoritas-perusahaan-konstruksi-indonesia-berskala-kecil-pada-2021>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Magretta, J., (2011). *Understanding Michael Porter: The essential guide to competition and strategy*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press
- McLeod, Ray Jr, 1995, Sistem Informasi Manajemen, Jakarta : PT.Prenhalindo
- Musthafa. 2017. Manajemen Keuangan. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Moleong, Lexy J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Miles, M.B., Huberman, A.M. and Saldana, J. (2014) *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage, London.
- Porter, ME (1996), "What is strategy?", *Ulasan Bisnis Harvard*, Jil. 74, hlm. 61-78.
- Porter, M. E., (2008). *Competitive advantage* (Keunggulan bersaing) Menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul. Tangerang ‘Hariama Publishing
- Porter, M. E., (2008) "*The Five Competitive Forces That Shape Strategy*." Special Issue on HBS Centennial. *Harvard Business Review* 86, no. 1: 78–93.
- Putra, Yananto & Handini Silalahi, Firda. (2020). " Sistem Informasi untuk Persaingan Keunggulan ". *JURNAL SISTEM INFORMASI BISNIS*.
- Pisano, Vincenzo & Hitt, M.A.. (2012). What is competitive strategy? Origins and developments of a relevant research area in strategic management. *Handbook of Research on Competitive Strategy*. 21-44. 10.4337/9781847200440.00008.
- Susanthi, R.S.(2017). Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam mencapai tujuan perusahaan (Studi kasus STIE Galileo Batam)., *Jurnal Elektornik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 1(1), 30-42 Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2021) Optimisme Investasi Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19. *Retrieved* <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/siaran-pers/readmore/2434501/76401>
- Semaan, Nadine & Rahman, Abdul & Mostapha, Beydoun. (2020). *Competitive Advantage and Performance, The Role of Value and Rareness of Resources and Capabilities: The Case of Lebanese SMEs*. 12. 2020. 10.7176/EJBM/12-18-14.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Usmara, A, 2008. Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Jakarta: Amara Books.