

## **IV. PEMBAHASAN**

### **4.1 gambaran Umum perusahaan**

#### **4.1.1 Sejarah singkat Perusahaan**

Perumnas adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berbentuk Perusahaan Umum (Perum) dimana keseluruhan sahamnya dimiliki oleh Pemerintah. Perumnas didirikan sebagai solusi pemerintah dalam menyediakan perumahan yang layak bagi masyarakat menengah ke bawah.

Perusahaan didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 1974, diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 1988, dan disempurnakan melalui Peraturan Pemerintah No. 15 Tahun 2004 tanggal 10 Mei 2004. Sejak didirikan tahun 1974, Perumnas selalu tampil dan berperan sebagai pioner dalam penyediaan perumahan dan permukiman bagi masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah.

Melalui konsep pengembangan skala besar, Perumnas berhasil memberikan kontribusi signifikan dalam pembentukan kawasan permukiman dan kota – kota baru yang tersebar di seluruh Indonesia. Sebagai BUMN pengembang dengan jangkauan usaha nasional, Perumnas mempunyai 7 wilayah usaha Regional I sampai dengan VII dan Regional Rusunawa.

Visi dan Misi Perum Perumnas

## 1. Visi

Menjadi pengembang perumahan dan pemukiman terpercaya Indonesia

## 2. Misi

- Menyediakan perumahan dan pemukiman yang berkualitas dan bernilai bagi masyarakat
- Memberikan kepuasan pelanggan secara berkesinambungan melalui layanan prima
- Mengembangkan dan memberdayakan profesionalisme serta meningkatkan kesejahteraan karyawan
- Menerapkan manajemen perusahaan yang efektif dan efisien
- Mengoptimalkan sinergi dengan pemerintah, BUMN dan instansi lain.

Budaya dan Tata Nilai Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung

### Pelayanan Prima

- Mengutamakan kepentingan dan kepuasan pelanggan dalam menunjang perkembangan perusahaan
- Bertindak proaktif dan dinamis untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan
- Tanggap dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan

### Semangat

- Selalu bersemangat tinggi untuk mencapai tujuan
- Selalu berkeinginan kuat untuk mencapai tujuan
- Bersikap optimis menghadapi tantangan
- Antusias dalam pekerjaan

### Integritas

- Mengutamakan kepentingan korporasi dari kepentingan yang lain
- Memiliki Komitmen yang tinggi demi kemajuan perusahaan
- Bermoral baik
- Jujur dan bertanggung jawab terhadap setiap perkataan dan perbuatan

### Inovatif

- Selalu mengupayakan terobosan baru untuk mendapatkan peluang secara maksimal
- Berpikir terbuka dan kreatif untuk melakukan perbaikan / peningkatan
- Secara kreatif mencari ide baru untuk meningkatkan produk, proses dan pelayanan

### Fokus

- Konsisten dalam melaksanakan tugas sesuai dengan skala prioritas
- Mengerjakan pekerjaannya secara cermat, konsisten dan tuntas

#### 4.1.2 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi yang dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa.

Empat elemen dalam struktur Organisasi yaitu:

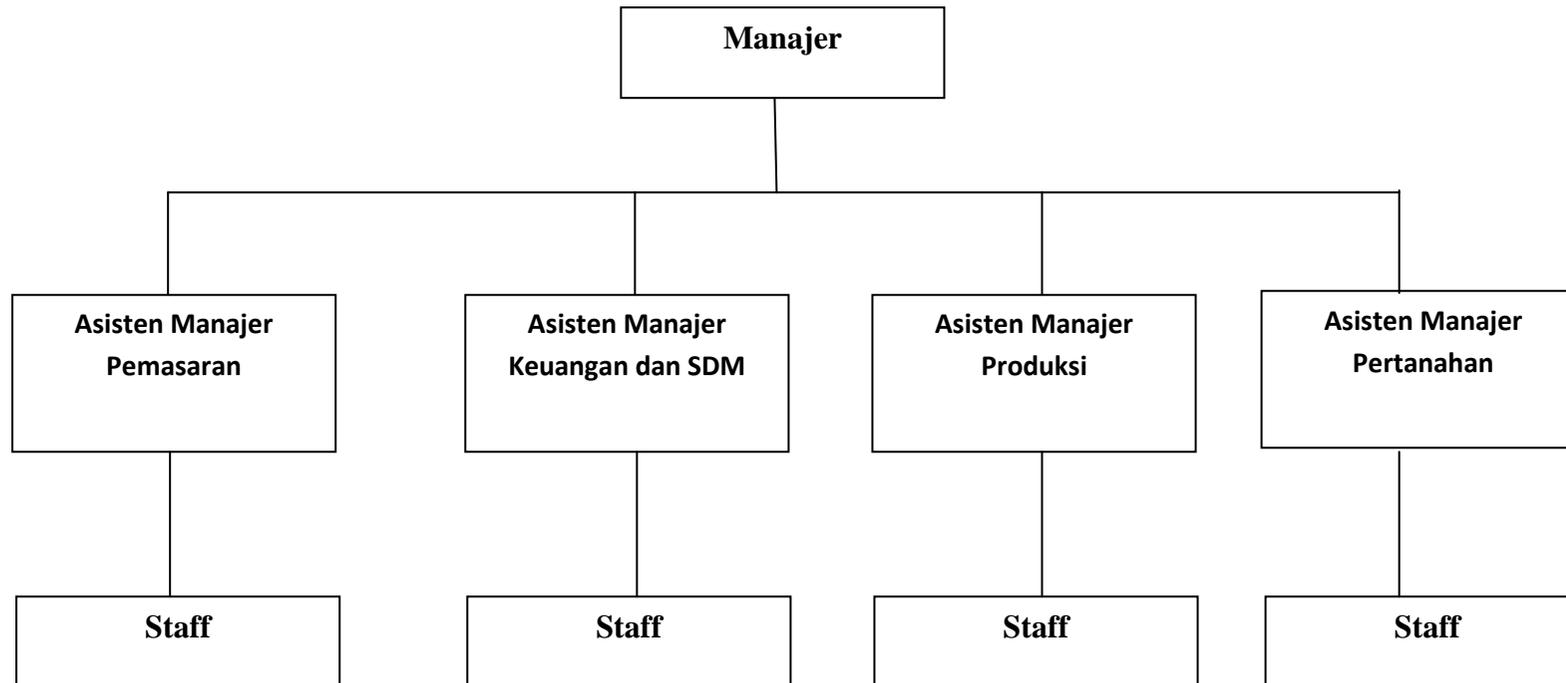
- a) adanya Spesialisasi kegiatan kerja
- b) Adanya Standarisasi kegiatan kerja
- c) Adanya koordinasi kegiatan kerja
- d) Besaran Seluruh Organisasi

Struktur organisasi yang digunakan Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung adalah menggunakan Struktur Organisasi garis. Karena pada struktur organisasi tersebut terdapat garis wewenang dari atas hingga bawah, dan hubungan bersifat langsung hanya melalui satu garis wewenang yaitu secara langsung bertanggung jawab kepada seorang atasan. Struktur Organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional secara tepat. Tujuan pemisahan fungsi-

fungsi perusahaan adalah untuk menghindari adanya perangkapan tugas yang dapat mengakibatkan terjadinya kesalahan yang merugikan perusahaan.

Berikut ini Struktur Organisasi Pada Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung

**STRUKTUR ORGANISASI  
PERUM-PERUMNAS REGIONAL II  
CABANG LAMPUNG**



Sumber : Perum-Perumnas Regional II Cabang Lampung 2014

Dari Struktur Organisasi tersebut dapat diuraikan tugas dan wewenang dari beberapa bagian, yaitu:

1. Manajer

Tugas dan Wewenang yang dimiliki:

- a) Memberikan instruksi untuk melakukan pekerjaan
- b) Mengawasi pegawai-pegawai dalam melakukan tugasnya
- c) Mengembangkan metode-metode baru untuk melakukan pekerjaan

2. Asisten Manajer Pemasaran

Tugas dan Wewenang yang dimiliki:

- a) Membuat strategi pemasaran untuk produk yang akan diluncurkan
- b) Membuat analisa terhadap para kompetitor di pasaran
- c) review atas budget dan pencapaiannya

3. Asisten Manajer Keuangan dan SDM

Tugas dan wewenang yang dimiliki:

- a) Mengambil keputusan investasi
- b) Mengambil keputusan pembelanjaan perusahaan
- c) Mengambil keputusan Dividen

#### 4. Asisten Manajer Produksi

Tugas dan wewenang:

- a) Mengatur pengalokasian sumber daya produksi
- b) Mengawasi dan mengendalikan kegiatan produksi
- c) Membuat laporan produksi secara berkala

#### 5. Asisten Manajer Pertanahan

Tugas dan wewenang:

- a) Menyediakan tanah untuk dilakukan kegiatan pembangunan
- b) Pengumpulan dan pengolahan data tanah perusahaan

#### 6. Staff

Tugas dan wewenang:

- a) Membantu manajer dan para asisten manjajer dalam kegiatan

Perusahaan

### **4.2 Pelaksanaan Strategi Bauran Pemasaran**

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat hidup, berkembang dan mampu bersaing. Dalam Rangka inilah maka setiap perusahaan harus menetapkan strategi pemasaran yang akan digunakan untuk pelaksanaan kegiatan baruan pemasaran. Untuk mengetahui peranan strategi bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan perumahan pada Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar

Lampung, maka berikut ini penulis mencoba menguraikan variabel-variabel bauran pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap hasil penjualan.

#### **4.2.1 Strategi Produk**

Dewasa ini tantangan yang dihadapi perusahaan didalam pasar yang semakin ketat, persaingannya adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan kepuasan atas keinginan para konsumen. Sehingga produsen dituntut untuk selalu berusaha memenuhi kebutuhan konsumen berupa produk/jasa yang dihasilkan sesuai dengan keinginan para konsumen, keinginan konsumen tersebut berkaitan dengan mutu/kualitas, manfaat dan sebagainya.

Strategi produk yang diterapkan oleh Perum-Perumnas Regional IICabang Bandar Lampung adalah memberikan pelayanan penjualan rumah langsung kepada pelanggan. Perumahan Perum-Perumnas memiliki banyak fitur unggulan seperti: lokasinya yang cukup strategis di Kota Bandar Lampung, Desainnya yang minimalis, dll. Fitur-fitur tersebut dapat menarik minat masyarakat dalam memilih rumah.

#### **4.2.2 Strategi Harga**

Harga pada Perum- Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung berbeda beda tergantung tipe rumah yang akan dibeli. Semakin luas dan strategis letak rumah tersebut maka harganya akan semakin mahal. Keunggulan dari harga pada Peum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung adalah lebih murah daripada para pesaingnya, dan juga bias dibeli baik dengan tunai maupun kredit.

### **4.2.3 Strategi Saluran Distribusi**

Strategi Saluran distribusi yang dilakukan oleh Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung adalah menggunakan Saluran Distribusi Langsung yaitu terdiri dari seorang produsen yang langsung menjual ke konsumen akhir, atau dengan kata lain Perum-Perumnas Lampung dalam memasarkan perumahan langsung kepada konsumen.

### **4.2.4 Strategi Promosi**

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang penting dilakukan perusahaan dalam memasarkan produknya. Strategi promosi dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan akan dapat berperan secara berarti meningkatkan penjualan

Strategi Promosi yang dilakukan oleh Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

#### **a. Promosi Penjualan**

Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung melakukan kegiatan promosi penjualan seperti mengadakan pameran dan membuat stand di tempat ramai agar mendapatkan perhatian banyak calon konsumen.

### b. Penjualan Personal

Perum-Perumnas Regional II Lampung melakukan penjualan rumah kepada konsumennya secara langsung atau dengan tatap muka, selama menjual pihak Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung sekaligus mempromosikannya.

Kombinasi terbaik ditentukan oleh variable-variabel strategi pemasaran yang digunakan untuk kegiatan penjualan. Perusahaan yang dapat menggunakan strategi pemasaran yang baik akan membuat kegiatan penjualan lebih efektif dan efisien dibandingkan perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran yang kurang baik.

**Tabel 4. Kebijaksanaan strategi pemasaran pada penjualan perumahan di Perum Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung**

Kebijakan	Teori	Pelaksanaan	Simpulan	Saran
Produk	Produk yang dijual Perum-Perumnas Regional II Lampung adalah berupa barang, yaitu berupa perumahan	Perumahan Perum-Perumnas Lampung memiliki keunggulan seperti: lokasi perumahannya yang strategis dan desainnya yang minimalis	Perum-Perumnas Regional II cabang Lampung melakukan bauran produk dengan baik dengan memasarkan perumahan yang memiliki banyak keunggulan disbanding	Mempertahankan keunggulan produk agar konsumen mau membeli rumah

			kompetitor	
Harga	Harga yang dimaksud adalah uang yang dibayarkan untuk pembelian rumah baik dalam bentuk tunai maupun kredit	Harga perumahan Perumahan Perumnas Regional II Lampung lebih murah dibandingkan dengan para kompetitor	Penetapan Harga sudah baik dalam menanggapi banyaknya pesaing	Mempertahankan penetapan harga rumah tetap dibawah para kompetitor
Saluran Distribusi	Saluran Distribusi terdiri dari saluran distribusi langsung dan tidak langsung	Saluran Distribusi yang dilakukan Perumahan Perumnas adalah saluran distribusi langsung.	Saluran sudah dilakukan dengan baik, karena mendukung langsung ketemunya perusahaan dengan konsumen	Mempertahankan saluran distribusi yang sudah digunakan
Promosi	Kegiatan Promosi terdiri dari: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Periklanan</li> <li>- Penjualan Perorangan</li> <li>- Publisitas</li> <li>- Promosi Penjualan</li> </ul>	Kegiatan yang dilakukan oleh Perumahan Perumnas Regional II Cabang Lampung hanya Penjualan Perorangan dan Promosi Penjualan	Perumahan Perumnas Regional II Cabang Lampung belum sepenuhnya melakukan kegiatan promosi dengan baik	sebaiknya lebih banyak melakukan kegiatan promosi, agar masyarakat lebih mengenal produk Perumahan yang ada di Perumahan Perumnas Regional II Cabang Lampung.  Promosi dapat dilakukan

				melalui media cetak yang berupa brosur dan baner, juga melalui media elektronik seperti melalui iklan di televisi.
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Teori Diolah, 2014

Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung sudah cukup baik dalam melaksanakan kebijaksanaan pemasaran. Keadaan ini terus menuntut perusahaan untuk mempertahankan strategi bauran pemasaran yang telah dilakukan agar tujuan perusahaan yang telah dilakukan agar tujuan perusahaan yang telah direncanakan dapat tercapai lebih baik untuk kedepannya.

### **4.3 Pembahasan kebijakan pemasaran pada Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung**

#### **4.3.1 Analisa SWOT**

Dari analisa SWOT, strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung ini didasarkan pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung.

#### **4.3.1.1 Kekuatan (*Strenght*)**

Hal-hal yang dikategorikan sebagai kekuatan pada Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya Tipe rumah yang ditawarkan kepada konsumen
2. Harga rumah yang tergolong murah dibanding para kompetitor
3. Perusahaan yang sudah terpercaya karena merupakan BUMN

#### **4.3.1.2 Kelemahan (*Weakness*)**

Kelemahan-kelemahan yang perlu diperbaiki oleh Perum-Perumnas Regional II Cabang Lampung adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung
2. Banyaknya competitor yang memiliki kegiatan bisnis perumahan seperti Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung

#### **4.3.1.3 Peluang (*Opportunity*)**

Peluang yang dimiliki oleh Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung dalam meningkatkan volume penjualannya rumah adalah:

1. Semakin banyaknya kalangan menengah keatas yang ingin membeli rumah tipe kecil dengan harga yang murah
2. Lokasi Perumahan Perum-Perumnas Regional II Cabang Lampung yang strategis dan mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi dan kendaraan umum,

#### 4.3.1.4 Ancaman (*Threat*)

Ancaman yang harus diwaspadai oleh Produk Perum-Perumnas Regional II Cabang Lampung adalah sebagai berikut:

1. Kondisi persaingan yang semakin ketat
2. Strategi Promosi yang gencar yang dilakukan oleh pesaing
3. kondisi perekonomian yang tidak stabil.

Dari pembahasan diatas terlihat bahwa Perum-Perumnas Regional II Cabang Lampung belum dapat mengoptimalkan keunggulan dan peluang yang dimiliki serta meminimalisi kelemahan dan ancaman yang dimiliki oleh Produk Perumahan

**Tabel 5. Strategi Pemasaran pada Perum-Perumnas Regional II Cabang**

#### **Bandar Lampung**

	Strength	Weakness
<b>SWOT</b>	1. Banyaknya tipe rumah yang ditawarkan kepada konsumen 2. Harga lebih murah disbanding kompetitor 3. Perusahaan yang terpercaya karena BUMN	1. Kurangnya promosi yang dilakukan Perum-Perumnas Lampung 2. Banyak competitor yang memiliki bisnis serupa
Opportunity	Strength >> Opportunity	Weakness >> Opportunity
1. Semakin banyaknya kalangan menengah keatas yang ingin membeli tipe rumah yang kecil 2. Lokasi perumahan	1. Mempertahankan dan menambah tipe rumah agar lebih bervariasi 2. Meningkatkan saluran distribusi	1. Meningkatkan Strategi Promosi 2. meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan

Perum-Perumnas Lampung yang strategis	3. Meningkatkan pelayanan terhadap kepuasan konsumen	3. Melakukan evaluasi terhadap biaya atau pengeluaran yang berpengaruh pada harga jual
Threat	Strength >< Threat	Weakness >< Threat
1. Kondisi persaingan ketat ditandai dengan munculnya rumah murah dari Developer lainnya 2. Strategi promosi gencar dilakukan pesaing 3. Kondisi Perekonomian tidak stabil	1. Memelihara serta meningkatkan pelayanan dan hubungan baik dengan konsumen 2. Meningkatkan dan memperkuat strategi distribusi terhadap produk yang ditawarkan untuk mengantisipasi ancaman pesaing	1. Meningkatkan kegiatan produksi dan kemampuan bersaing 3. Melakukan revaluasi terhadap kebijakan harga sehingga lebih kompetitif.

**Sumber: Hasil Pengamatan 2014**

### **1. Strategi SO ( *Strength - Opportunities* )**

Dengan kekuatan yang dimiliki oleh Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung adalah diantaranya harganya yang lebih murah dibanding pesaing serta banyaknya variasi rumah. Dengan meningkatkan saluran distribusi dan meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dapat membuat konsumen tetap royal terhadap Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung.

### **2. Strategi WO ( *Weakness - Opportunity* )**

Kelemahan yang dimiliki oleh Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung diantaranya meliputi kurangnya kegiatan promosi yang membuat kalangan masyarakat kurang mengetahui info baru dari Perum-Perumnas

Regional II Cabang Bandar Lampung, dan banyaknya competitor yang mempunyai bisnis sejenis. Hal ini dapat diatasi dengan meningkatkan strategi promosi Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung, meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan.

### **3. Strategi ST ( *Strength – Threat* )**

Kelemahan-kelemahan yang ada pada Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung harus diatasi dengan mengedepankan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung agar dapat mengantisipasi dan menghadapi ancaman dari para pesaing. Kegiatan-kegiatan tersebut mencakup peningkatan segi pelayanan terhadap konsumen agar tercipta hubungan baik antara konsumen dengan perusahaan, serta harus meningkatkan strategi distribusi dalam mengantisipasi para pesaing.

### **4. Strategi WT ( *Weakness – Threat* )**

Kelemahan yang dimiliki oleh Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung diantaranya kurang familiarnya produk perusahaan Perum-Perumnas Regional II Cabang Bandar Lampung di masyarakat, serta banyak competitor yang memiliki bisnis sejenis. Hal ini dapat diatasi dengan meningkatkan kegiatan produksi dan kemampuan bersaing dan melakukan revaluasi terhadap kebijakan harga sehingga lebih kompetitif.