

# Analisis Strategi Pemasaran Proyek Perumahan Permata Alam di Jombang

## *Analysis of Marketing Strategy for Permata Alam Housing Project in Jombang*

**Totok Yulianto<sup>1</sup>, Laela Akmalinda Assoraya<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng, Jombang, 61411, Indonesia  
Email: [totokyulianto36@gmail.com](mailto:totokyulianto36@gmail.com)

<sup>2</sup> Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng, Jombang, 61411, Indonesia  
Email: [laelaakmalinda150997@gmail.com](mailto:laelaakmalinda150997@gmail.com)

### **Abstrak**

*Kebutuhan perumahan yang semakin meningkat menyebabkan banyaknya proyek perumahan di Kabupaten Jombang. Ketatnya persaingan proyek pembangunan perumahan mengharuskan pengembang memiliki strategi yang tepat untuk memasarkan perumahan. Perumahan Permata Alam berlokasi di Kabupaten Jombang, Jawa timur dibangun pada area lahan seluas tanah 7.410 m<sup>2</sup>. Metode SWOT meliputi nilai Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunities (peluang), Threats (ancaman) dengan perhitungan software SPSS digunakan untuk menganalisis strategi pemasaran proyek perumahan Permata Alam. Hasil analisis pembangunan perumahan permata alam bersubsidi tersebut dapat dilihat dari nilai perhitungan bobot kekuatan (strength), bobot kelemahan (weaknees), bobot peluang (opportunity), bobot ancaman (threats), rating kuesioner, hasil nilai matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) total 5,47 dan hasil nilai matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) denga total 6,02, setelah itu dicari selisih skor dari faktor internal yaitu 1 dan hasil skor dari faktor eksternal adalah 0,40. Kemudian dijadikan diagram layang ketemu kuadrant I dengan hasil strategi agresif (positif-positif) yaitu pembangunan proyek perumahan subsidi bisa dilakukan dengan hasil yang menguntungkan.*

**Kata Kunci:** Perumahan; SWOT; strategi; pemasaran; IE

### **Abstract**

*The increasing need for housing has led to the number of housing projects in the Jombang Regency. The intense competition for housing development projects requires that developers have the right strategy to market housing. Permata Alam Housing, located in Jombang Regency, East Java, is built on a land area of 7,410 m<sup>2</sup>. The SWOT method includes the value of Strength (strength), Weakness (weakness), Opportunities (opportunities), Threats (threats) with the calculation of SPSS software used to analyze the marketing strategy of the Permata Alam housing project. The results of the analysis of the subsidized natural gem housing development can be seen from the calculation value of the strength (strength), the weight of the weakness (weakness), the weight of opportunities (threats), the rating of the questionnaire, the results of the IFAS matrix value (Internal Factor Analysis Summary). a total of 5.47 and the results of the EFAS (External Factor Analysis Summary) matrix value with a total of 6.02, after which the difference in the score of internal factors is 1 and the score results from external factors are 0.40. Then it is used as a flyover diagram to meet quadrant I with the results of an aggressive strategy (positives-positives), namely the construction of subsidized housing projects can be carried out with profitable results.*

**Keywords:** Housing; SWOT; marketing; strategy; IE

## PEDAHULUAN

Perumahan merupakan suatu kelompok rumah yang berfungsi sebagai tempat tinggal yang telah dilengkapi dengan prasarana lingkungan seperti, ketersediaan listrik, pembuangan sampah, air bersih, jalan dan lainnya yang berfungsi sebagaimana mestinya. Rumah adalah sebuah struktur yang terdiri dari ruangan halaman dan area sekitar yang dipakai sebagai tempat tinggal keluarga (UU RI No. 4 Tahun 1992).

Dalam analisa Yulita Veranda Usman, dan Wiwin Yaren (2015) tentang “Analisis Strategi Pemasaran Perumahan Bekasi Timur Regensi 3” menyatakan bahwa pada masa sekarang perumahan di tanah air terbilang sangat pesat pertumbuhannya dan juga didorong oleh meningkatnya permintaan masyarakat akan perumahan yang sesuai dengan tingkat kebutuhannya.

Maka proyek perumahan harus dicari strategi pemasaran untuk dianalisis dengan aspek teknis. Agar bertujuan untuk memberikan garis besar yang berkaitan dengan wujud fisik proyek.

Investasi perumahan dan properti masih menjadi pilihan sebagian orang, banyak menganggap investasi pada bidang properti sebagai salah satu cara yang baik untuk dikembangkan uangnya.

Proyek perumahan dibangun pada area seluas tanah 7.410 m<sup>2</sup>.

Pada proyek perumahan ini dicari hasil dari faktor internal dan faktor eksternal dengan menggunakan metode SWOT yang digunakan untuk menentukan pokok terpenting dari proyek perumahan ini seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Aspek Teknis

Aspek teknik adalah aspek yang berhubungan tentang teknis proyek contohnya lokasi, fasilitas, tinggi bangunan, luas bangunan, penataan ruang, dan keunggulan perumahan (Soeharto, 1999).

### Statistik

Menurut Prof. Dr. Sudjana, M.A., M.Sc statistik adalah suatu pengetahuan yang berkaitan dengan metode untuk pengumpulan data, pengolahan data, analisis, serta menarik kesimpulan berdasarkan kumpulan data dan analisis yang dilaksanakan.

### Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan pada kuesioner yang telah digunakan dalam pengumpulan data dengan cara mengkorelasikan setiap skor variabel jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama tetapi pada kesempatan yang berbeda atau dengan kata lain alat ukur mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan untuk berkali-kali pada waktu yang berbeda. (Djaali dan Pudji, 2008)

### Metode SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan.

#### Internal

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Kekuatan (*Strength*) adalah kemampuan yang mempunyai nilai lebih perusahaan dibandingkan kemampuan pesaing.

Kelemahan (*Weakness*) adalah faktor yang bisa mengurangi kemampuan perusahaan, hal ini bisa diminimalisir agar tidak mengganggu perusahaan.

#### Ekstrenal

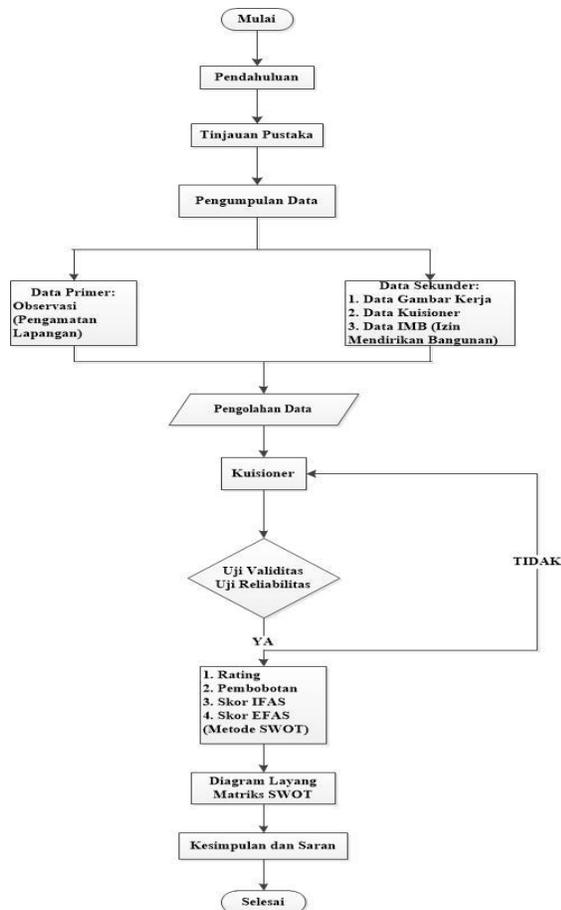
Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Peluang (*Opportunity*) adalah kesempatan-kesempatan yang menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Ancaman (*Threat*) adalah sesuatu yang sangat mungkin terjadi atas perusahaan dan berpotensi merugikan bagi perusahaan.

### METODE

Adapun diagram alir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian  
(Sumber: Analisis Penelitian 2020)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Aspek Teknis

Hasil kegiatan menggunakan analisis SWOT meneliti meneliti berbagai faktor dalam strategi yang berkaitan dengan tujuan kegiatan yang akan dilaksanakan. Strategi pemasaran perumahan dilakukan dengan cara menganalisis faktor internal dan faktor eksternal.

### Uji Validitas

Uji validitas yaitu untuk menentukan apakah data responden dinyatakan valid atau tidak valid. Uji validitas dengan jumlah sampel 36 responden, nilai rtabel sebesar 0,329. Dilihat dari rtabel dengan signifikansi 5%, maka rtabel adalah 0,329.

Tabel 1. Rangkuman Hasil Uji Validitas

No soal pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
S1	0,532	0,329	Valid
S2	0,441	0,329	Valid
S3	0,439	0,329	Valid
S4	0,412	0,329	Valid
S5	0,649	0,329	Valid
S6	0,343	0,329	Valid
S7	0,370	0,329	Valid
W1	0,401	0,329	Valid
W2	0,390	0,329	Valid
W3	0,437	0,329	Valid
W4	-0,200	0,329	Tidak Valid
W5	-0,184	0,329	Tidak Valid
W6	0,485	0,329	Valid
O1	0,641	0,329	Valid
O2	0,611	0,329	Valid
O3	0,558	0,329	Valid
O4	0,362	0,329	Valid
O5	0,599	0,329	Valid
T1	0,438	0,329	Valid
T2	0,455	0,329	Valid
T3	0,425	0,329	Valid
T4	0,183	0,329	Tidak Valid
T5	0,396	0,329	Valid

(Sumber: Hasil Analisis 2020)

Dilihat dari tabel 1 ada beberapa pernyataan yang tidak valid, yaitu nomer W<sub>4</sub>, W<sub>5</sub>, dan T<sub>4</sub>. Maka, 3 pertanyaan tersebut tidak digunakan lagi ke perhitungan selanjutnya karena dinyatakan tidak valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu hasil pengukuran yang dapat dipercaya dengan menggunakan software SPSS seperti tabel berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,635	23

(Sumber: Hasil Analisis 2020)

Pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas diperoleh nilai Cronbach's alpha sebesar ,635 atau 63,5%. Sedangkan dari (Nunnally.1960), apabila nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6%, maka kuesioner tersebut dinyatakan reliabel. Sehingga, tabel diatas menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha sebesar 63,5% > 0,6% dinyatakan reliabel.

### Data Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Pada data kuesioner membuat sebuah pertanyaan untuk responden sebanyak 23 pertanyaan dan disebar kepada responden sebanyak 36 orang dengan rata-rata orang yang mempunyai penghasilan perbulan.

### Rating

Rating adalah penilaian yang dilakukan oleh pihak tertentu terhadap suatu hal ataupun pertanyaan. Untuk mengetahui berapa rating yang didapat harus menggunakan data kuesioner, tabel hasil rating dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. Rating Faktor Internal

Rating Faktor Internal		Rating			
Kode	Kekuatan	1	2	3	4
S1	Produk perumahan Permata Alam bersubsidi dengan standart FLPP ( faliditas likuiditas pembiayaan perumahan)	0	2	19	15
S2	Lokasi dekat dengan pasar tradisional kurang lebih 1,3 km	0	1	18	17
S3	Lokasi dekat dengan yayasan pendidikan (Pondok Pesantren dan Sekolah)	0	3	11	22
S4	Bangunan layak huni dengan standar FLPP ( faliditas likuiditas pembiayaan perumahan)	0	7	14	15
S5	Tipe bangunan dengan luas bangunan 30 m2 (diatas standar minimal 21 m2)	0	11	19	6
S6	Petak lahan dengan luas tanah 63 m2 ( diatas standar minimal 60 m2)	0	13	16	7
S7	Luas jalan fasum perumahan 7.5 m2 (diatas standar minimal 6 m2)	0	10	18	8
Kode	Kelemahan	Rating			
W1	Lokasi dekat dengan pemakaman	3	14	13	6
W2	Lokasi tidak berada di Nol jalan pengelolaan pemerintah	3	17	12	4
W3	Lokasi lahan setara dengan elevasi jalan	5	13	12	6
W4	Mutu bahan usuk dari kayu yang mudah terbakar	5	12	12	7
W5	Tidak ada dinding pagar perumahan	2	20	12	2
W6	Minimnya penerangan pada akses jalan masuk perumahan	1	21	14	0

(Sumber: Hasil Analisis 2020)

Pada tabel 3 adalah data jumlah responden yang mengisi skala nilai rating pada masing-masing pernyataan untuk faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan.

Tabel 4. Rating Faktor Eksternal

Rating Faktor Eksternal		Rating			
Kode	Peluang	1	2	3	4
O1	Permintaan penyediaan perumahan subsidi masih tinggi	1	8	18	9
O2	Tingkat bunga KPR yang rendah dan tetap	0	7	10	19
O3	Penyediaan lahan pemakaman	0	9	22	5
O4	Tingkat daya beli masyarakat perumahan bersubsidi	0	14	16	6
O5	Adanya nilai tambah tiap tahun terhadap harga jual lahan	0	12	15	9
Kode	Ancaman	Rating			
T1	Kenaikan harga jual perumahan subsidi tiap tahun	5	10	13	8
T2	Tidak ada bangunan komersil dalam bentuk ruko	1	14	16	5
T3	Banyaknya bermunculan penyediaan kavling dan perumahan non subsidi	1	13	14	8
T4	Adanya isu pencemaran lingkungan	9	11	5	11
T5	Kenaikan harga material dan upah	3	7	20	6

(sumber: Hasil Analisis 2020)

Pada tabel 4 merupakan hasil dari jumlah data kuesioner yang mengisi skala nilai rating pada masing-masing pertanyaan yaitu peluang dan ancaman untuk faktor eksternal.

Tabel 5. Perhitungan Bobot Faktor Internal

Bobot Faktor Internal			
Kode	Kekuatan	Jumlah data kuesioner	Bobot
S1	Produk perumahan Permata Alam bersubsidi dengan standart FLPP ( faliditas likuiditas pembiayaan perumahan)	121	0,15

S2	Lokasi dekat dengan pasar tradisional kurang lebih 1,3 km	124	0,16
S3	Lokasi dekat dengan yayasan pendidikan (Pondok Pesantren dan Sekolah)	127	0,16
S4	Bangunan layak huni dengan standar FLPP (falditas likuiditas pembiayaan perumahan)	116	0,15
S5	Tipe bangunan dengan luas bangunan 30 m2 (diatas standar minimal 21 m2)	103	0,13
S6	Petak lahan dengan luas tanah 63 m2 ( diatas standar minimal 60 m2)	102	0,13
S7	Luas jalan fasum perumahan 7.5 m2 (diatas standar minimal 6 m2)	106	0,13
Total Kekuatan		799	1,00

Kode	Kelemahan	Jumlah data kuesioner	Bobot
W1	Lokasi dekat dengan pemakaman	94	0,17
W2	Lokasi tidak berada di Nol jalan pengelolaan pemerintah	89	0,17
W3	Lokasi lahan setara dengan elevasi jalan	91	0,17
W4	Mutu bahan usuk dari kayu yang mudah terbakar	93	0,17
W5	Tidak ada dinding pagar perumahan	86	0,16
W6	Minimnya penerangan pada akses jalan masuk perumahan	85	0,16
Total Kelemahan		538	1,00

(Sumber: Hasil Analisis 2020)

Pada tabel 5 adalah pembobotan faktor internal dapat dihitung dengan cara jumlah data kuisisioner adalah 121 dibagi dengan total jumlah data kuisisioner sebesar 799 sebagai berikut  $\frac{121}{799} = 0,15$ .

Tabel 6. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

Bobot Faktor Eksternal			
Kode	Peluang	Jumlah data kuesioner	Bobot
O1	Permintaan penyediaan perumahan subsidi masih tinggi	107	0,20
O2	Tingkat bunga KPR yang rendah dan tetap	120	0,22

O3	Penyediaan lahan pemakaman	104	0,19
O4	Tingkat daya beli masyarakat perumahan bersubsidi	100	0,19
O5	Adanya nilai tambah tiap tahun terhadap harga jual lahan	105	0,20
Total Peluang		536	1,00
Kode	Ancaman	Jumlah data kuesioner	Bobot
T1	Kenaikan harga jual perumahan subsidi tiap tahun	96	0,20
T2	Tidak ada bangunan komersil dalam bentuk ruko	95	0,20
T3	Banyaknya bermunculan penyediaan kavling dan perumahan non subsidi	101	0,21
T4	Adanya isu pencemaran lingkungan	90	0,19
T5	Kenaikan harga material dan upah	101	0,21
Total Ancaman		485	1,00

(Sumber: Hasil Analisis 2020)

Pada tabel 6 adalah pembobotan dapat dihitung dengan cara jumlah data kuisisioner adalah 107 dibagi dengan total jumlah data kuisisioner sebesar 536 sebagai beikut  $\frac{107}{536} = 0,20$

### Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah faktor internal suatu perusahaan diidentifikasi suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) kemudian disusun untuk merumuskan faktor strategi internal dalam kerangka strength dan weakness perusahaan.

Tabel 7. Matriks IFAS

IFAS					
Kode	Kekuatan	Bobot	Rating	(Bobot x Rating)	Skor (S-W)
S1	Produk perumahan Permata Alam bersubsidi dengan standar FLPP (falditas likuiditas pembiayaan perumahan)	0,15	3	0,45	1
S2	Lokasi dekat dengan pasar tradisional	0,16	3	0,47	

	kurang lebih 1,3 km			
S3	Lokasi dekat dengan yayasan pendidikan (Pondok Pesantren dan Sekolah)	0,16	4	0,64
S4	Bangunan layak huni dengan standar FLPP (falditas likuiditas pembiayaan perumahan)	0,15	4	0,58
S5	Tipe bangunan dengan luas bangunan 30 m2 (diatas standar minimal 21 m2)	0,13	3	0,39
S6	Petak lahan dengan luas tanah 63 m2 ( diatas standar minimal 60 m2)	0,13	3	0,38
S7	Luas jalan fasum perumahan 7.5 m2 (diatas standar minimal 6 m2)	0,13	3	0,40
Total Kekuatan		1,00		3,30
Kode	Kelemahan	Bobot	Rating	(Bobot x Rating)
W1	Lokasi dekat dengan pemakaman	0,17	2	0,34
W2	Lokasi tidak berada di Nol jalan pengelolaan pemerintah	0,17	2	0,34
W3	Lokasi lahan setara dengan elevasi jalan	0,17	2	0,34
W4	Mutu bahan usuk dari kayu yang mudah terbakar	0,17	3	0,51
W5	Tidak ada dinding pagar perumahan	0,16	2	0,32
W6	Minimnya penerangan pada akses jalan masuk perumahan	0,16	2	0,32
Total Kelemahan		1,00		2,17

(Sumber: Hasil Analisis 2020)

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa faktor internal pada kekuatan adalah 3.30 dan pada kelemahan 2.17 jadi total faktor IFAS 5,47,

kemudian dicari skornya dengan selisih S-W mendapatkan nilai 1. Menghasilkan nilai signifikansi dari bobot terbesar kekuatan yaitu Lokasi dekat dengan yayasan pendidikan (Pondok Pesantren dan Sekolah) untuk ancaman Mutu bahan usuk dari kayu yang mudah terbakar. Hal ini menandakan bahwa perumahan permata alam memiliki strategi pemasaran pada perencanaan internalnya.

### Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Setelah faktor internal suatu perusahaan diidentifikasi suatu tabel EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor strategi eksternal dalam kerangka opportunity dan threats perusahaan.

Tabel 8. Matriks EFAS

EFAS					
Kode	Peluang	Bobot	Rating	(Bobot x Rating)	Skor (O-T)
O1	Permintaan penyediaan perumahan subsidi masih tinggi	0,20	3	0,60	<b>0,40</b>
O2	Tingkat bunga KPR yang rendah dan tetap	0,22	4	0,88	
O3	Penyediaan lahan pemakaman	0,19	3	0,57	
O4	Tingkat daya beli masyarakat perumahan bersubsidi	0,19	3	0,57	
O5	Adanya nilai tambah tiap tahun terhadap harga jual lahan	0,20	3	0,60	
Total Peluang		1,00		3,21	
Kode	Ancaman	Bobot	Rating	(Bobot x Rating)	
T1	Kenaikan harga jual perumahan subsidi tiap tahun	0,20	3	0,60	
T2	Tidak ada bangunan	0,20	3	0,60	

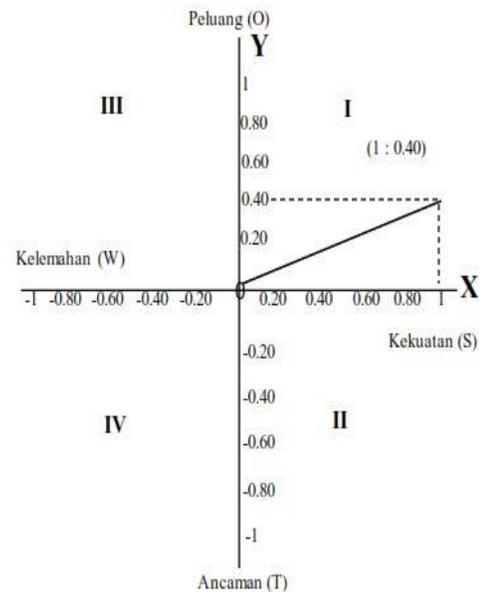
	komersil dalam bentuk ruko			
	Banyaknya bermunculan			
T3	penyediaan kavling dan perumahan non subsidi	0,21	3	0,63
	Adanya isu pencemaran lingkungan	0,18	2	0,38
	Kenaikan harga material dan upah	0,21	3	0,60
	Total Ancaman	1,00		2,81

(Sumber: Hasil Analisis 2020)

Berdasarkan pada tabel 8 diketahui bahwa faktor eksternal pada peluang memiliki total 3.21 dan pada ancaman 2.81 jadi total faktor EFAS 6,02, kemudian dicari skornya dengan selisih O-T mendapatkan nilai 0,40. Menghasilkan nilai signifikansi dari bobot terbesar peluang yaitu tingkat bunga yang rendah dan tetap untuk ancaman banyaknya bermunculan penyediaan kavling dan perumahan non subsidi. Hal ini menandakan bahwa perumahan permata alam memiliki strategi pemasaran pada perencanaan faktor eksternalnya.

#### Diagram Layang Analisis SWOT

Dari hasil perhitungan pada faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram layang SWOT, menjelaskan masing-masing nilai skor terhadap analisis SWOT. Berikut adalah gambar diagram layang:



Gambar 2. Diagram Layang SWOT  
(Sumber: Hasil Analisis 2020)

Pada gambar diagram layang terletak pada kuadrat I (1:0,40).

Menunjukkan strategi agresif (positif-positif) jadi memungkinkan untuk tetap dilakukannya kegiatan yang dapat menguntungkan perusahaan tersebut.

#### Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk mengukur faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel alternatif strategi yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Matriks SWOT

Faktor Internal		Kekuatan (Strength)						Kelemahan (Weakness)						
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6
		Strategi Kekuatan-Peluang (SO)						Strategi Kelemahan-Peluang (WO)						
Peluang (Opportunities)		Strategi Kekuatan-Peluang (SO)						Strategi Kelemahan-Peluang (WO)						
Permintaan penyediaan perumahan subsidi masih tinggi		1	1. Lokasi dekat dengan yayasan pendidikan (pondok pesantren dan sekolah) maka nilai tambah tiap tahun terhadap harga jual lahan naik.					1	1. Lokasi tidak berada di Nol jalan pemerintahan					
Tingkat bunga KPR yang rendah dan tetap		2	2. Produk perumahan bersubsidi dengan FLPP permintaannya masih tinggi.					2	2. Pengembang menyediakan pagar dinding untuk makam.					
penyediaan lahan pemakaman		3	3. Perumahan bersubsidi dengan FLPP memiliki tingkat bunga KPR yang rendah dan tetap.					3	3. Perencanaan menggunakan gavalum agar tidak mudah terbakar karena pelebaran akses jalan masuk perumahan dan dilakukan penambahan lampu penerangan pada perumahan.					
Tingkat daya beli masyarakat perumahan bersubsidi		4	4. Tingkat daya beli masyarakat masih banyak karena bangunan perumahan bersubsidi layak huni dengan standar FLPP.					4	4. Dilakukan perencanaan pelebaran akses jalan masuk perumahan dan dilakukan penambahan lampu penerangan pada perumahan.					
Adanya nilai tambah tiap tahun terhadap harga jual lahan		5						5						
Ancaman (Threats)		Strategi Kekuatan-Ancaman (ST)						Strategi Kelemahan-Ancaman (WT)						
Kenaikan harga jual perumahan subsidi tiap tahun		1	1. Menciptakan produk perumahan subsidi yang layak huni dengan standar FLPP dengan menggunakan bahan material yang bagus					1	1. Selalu melakukan promosi dimedia cetak maupun media elektronik, online seperti promosi pada facebook, Instagram website dan lainnya.					
Tidak ada bangunan komersil dalam bentuk ruko		2	2. Tidak ada bangunan ruko karena lokasi dekat dengan pasar tradisional berjarak kurang lebih 1,3 km					2	2. Menarik pembeli dengancara melakukan promosi berhadiah.					
Banyaknya bermunculan penyediaan kavling dan perumahan non subsidi		3	3. Kenaikan harga material dan upah bisa dilakukan dengan kecepatan dalam pembangunan perumahan.											
Adanya isu pencemaran lingkungan		4												
Kenaikan harga material dan upah		5												

(Sumber: Hasil Analisis 2020)

Berdasarkan analisis diatas menunjukkan bahwa strategi pemasaran dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal.

## KESIMPULAN

Hasil nilai matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) total 5,47 dan hasil nilai matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) dengan total 6,02, kemudian dicari total skor dari faktor internal yaitu 1 dan hasil skor dari faktor eksternal adalah 0,40. Kemudian dijadikan diagram layang kuadrant 1 dengan hasil strategi agresif (positif-positif) yaitu pembangunan proyek perumahan subsidi bisa dilakukan dengan hasil yang menguntungkan.

## REFERENSI

- Arlinah and Khadijah. 2017. "Metode SWOT Dalam Perencanaan Pengembangan Pemukiman Tepi Air Berbasis Pengetahuan Lokal Dan Partisipatif Di Desa Daruba Kabupaten Morotai," *J.ETNOHISTORI2*
- Frederika, A. A. Wiranata, And I. B. G. A. P. Kamajaya. 2016. "Analisis Investasi

Pembangunan Dedari Kenderan Villas," *J. Ilm. Tek. Sipil*, Vol. 20, No. 2, Pp. 127–133, 2016, [Online].

Prasetyo, Agung dkk. 2020. "kajian awal perencanaan lajur khusus sepeda dengan menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis) dan SWOT"

Sudipta, Ketut Gusti I Gede. 2018. "Analisis Kelayakan Proyek Pembangunan Perumahan Di Kabupaten Jembrana," Fakultas Teknik Universitas udayana.

Veranda Usman, Yulita and Wiwi Yaren. 2013. "Analisa Strategi Pemasaran Perumahan Bekasi Timur Regensi 3" Fakultas Teknik, Universitas Pancasila

Yanto, Hari dkk. 2019. " Analisis Investasi Pada Pembangunan Perumahan Nuansa Beringin" Jurnal Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Lancang Kuning Pekanbaru