

## STRATEGI BERSAING PADA PERUSAHAAN DEVELOPER DI MATARAM (STUDI KASUS PT. SALVA INTI PROPERTY)

COMPETITIVE STRATEGY OF A DEVELOPER COMPANY IN MATARAM  
(CASE STUDY OF PT. SALVA INTI PROPERTY)

<sup>1)</sup> Nazilatus Syiam, <sup>2)</sup> Alfian Eikman <sup>3)</sup> Fahima salsabila, <sup>4)</sup> Marlina Febrianti , <sup>5)</sup>  
Alya Syazwina

<sup>1,2,3,4,5)</sup> Universitas Muhammadiyah Mataram

\*Email: [nazilasyiam98@gmail.com](mailto:nazilasyiam98@gmail.com), [alfian.eikman@gmail.com](mailto:alfian.eikman@gmail.com), [fahimasalsabila63@gmail.com](mailto:fahimasalsabila63@gmail.com),  
[ebyna09@gmail.com](mailto:ebyna09@gmail.com), [alyasyazwina21@gmail.com](mailto:alyasyazwina21@gmail.com),

### ABSTRAK

Persaingan dalam industri properti di Kota Mataram semakin meningkat seiring bertambahnya jumlah pengembang dan kebutuhan masyarakat akan hunian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi bersaing yang diterapkan oleh PT Salva Inti Property, salah satu perusahaan developer lokal yang fokus pada pembangunan rumah sederhana hingga menengah bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam dengan kepala bagian pemasaran perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bersaing perusahaan didasarkan pada pendekatan diferensiasi layanan, seperti pemilihan lokasi strategis, desain rumah yang modern dan sesuai kebutuhan generasi muda, serta kemudahan proses pembelian melalui cicilan uang muka, bantuan administrasi, dan pendampingan pengurusan dokumen. PT Salva Inti Property juga melakukan inovasi dalam promosi melalui media sosial dan layanan konsultasi daring. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk tetap bertahan di tengah ketatnya persaingan dengan pengembang besar lainnya dan memperkuat posisinya di pasar lokal. Temuan ini menegaskan pentingnya adaptasi, pelayanan berbasis kebutuhan konsumen, dan diferensiasi dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di sektor properti.

**Kata Kunci** : strategi bersaing, diferensiasi layanan, pengembang properti, konsumen lokal, Mataram

### ABSTRACT

*Competition in the property industry in Mataram City is intensifying alongside the growing number of developers and the increasing demand for housing. This study aims to identify and analyze the competitive strategies implemented by PT Salva Inti Property, a local development company focused on building affordable to mid-range housing for low-income communities. The research employs a descriptive qualitative approach through in-depth interviews with the company's head of marketing. The findings indicate that the company's competitive strategy is based on service differentiation, including strategic location selection, modern house designs tailored to the needs of younger generations, and an easy purchasing process through down payment installments, administrative assistance, and support in document processing. PT Salva Inti Property also innovates in its promotional efforts by utilizing social media and providing online consultation services. These strategies have enabled the company to remain resilient amidst intense competition from larger developers and to strengthen its position in the local market. The findings highlight the importance of adaptation, customer-oriented services, and differentiation in creating sustainable competitive advantage in the property sector.*

**Keywords**: competitive strategy, service differentiation, property developer, local consumers, Mataram

## PENDAHULUAN

Usaha properti adalah bagian penting dalam perkembangan ekonomi suatu tempat, terutama di Kota Mataram yang sekarang sangat cepat membangun banyak rumah. Pertumbuhan ini terjadi karena makin banyak orang yang ingin punya rumah, dan juga karena makin banyak pengembang yang berlomba memberikan yang terbaik. Dalam persaingan yang makin sengit, setiap perusahaan pengembang harus punya cara yang tepat untuk bersaing agar bisa tetap bertahan dan memperluas pasar.

Dalam teori, cara bersaing diartikan sebagai rencana panjang yang dibuat perusahaan agar lebih unggul di pasar dan tetap bisa beroperasi. Menurut pendapat Porter, ada tiga cara utama untuk bersaing, yaitu dengan menawarkan harga murah, membuat produk berbeda, dan fokus pada pasar tertentu. Perusahaan bisa memilih salah satu atau menggabungkan beberapa cara agar sesuai dengan kondisi pasar dan kemampuan perusahaan. Selain itu, Tjiptono menekankan bahwa cara bersaing harus sesuai dengan hal-hal di luar perusahaan, seperti aturan pemerintah, perilaku pembeli, dan perkembangan teknologi agar tetap berguna dan mudah menyesuaikan diri.

Penelitian sebelumnya oleh Hidayat dan Wibowo menunjukkan bahwa perusahaan properti lokal yang bisa memberikan sesuatu yang istimewa, seperti layanan purna jual yang bagus, desain rumah modern, dan cara pembayaran yang mudah, lebih menarik bagi pembeli daripada pesaingnya. Selain itu, penelitian oleh Yusuf menyoroti pentingnya promosi online yang inovatif untuk meningkatkan informasi tentang produk properti kepada anak muda yang merupakan pembeli baru di perkotaan.

PT Salva Inti Property adalah salah satu pengembang properti lokal yang aktif di Kota Mataram. Perusahaan ini sudah membangun banyak perumahan yang ditujukan untuk kalangan menengah dengan mengutamakan lokasi yang bagus, desain menarik, dan kemudahan dalam membeli. Untuk menghadapi perubahan pasar yang selalu terjadi, termasuk persaingan dari pengembang besar dan lokal, PT Salva Inti Property menggunakan beberapa cara untuk tetap bisa bersaing.

Penelitian ini dibuat untuk mempelajari cara bersaing yang dilakukan oleh PT Salva Inti Property dalam menghadapi persaingan di pasar properti Kota Mataram. Penelitian ini memakai metode studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada pihak manajemen perusahaan. Pertanyaan yang diajukan mencakup berbagai hal penting, yaitu: informasi umum perusahaan, kondisi persaingan, cara pemasaran, perbedaan produk, inovasi dalam layanan, hingga penilaian terhadap cara bersaing yang diterapkan.

Dari penelitian ini, diharapkan bisa didapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana PT Salva Inti Property menghadapi tantangan pasar dan membuat cara bersaing yang sesuai dan berkelanjutan. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan bisa membantu mengembangkan strategi manajemen di sektor properti lokal, terutama di kota-kota yang sedang berkembang seperti Mataram.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan instrumen pengambilan data melalui wawancara mendalam kepada pihak kabag marketing PT Salva Inti Property. Wawancara dilakukan berdasarkan panduan pertanyaan yang disusun dalam enam kategori utama: gambaran umum perusahaan, analisis lingkungan dan persaingan, strategi pemasaran, strategi diferensiasi dan inovasi, keunggulan kompetitif, serta evaluasi strategi. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali secara komprehensif strategi yang digunakan dalam menghadapi dinamika pasar properti di Kota Mataram.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Salva Inti Property telah menjalankan bisnisnya selama beberapa tahun, mulai dari tahun 2008 hingga saat ini. Perusahaan ini memiliki target utama Masyarakat berpenghasilan rendah jadi Perusahaan salva berfokus pada pembangunan rumah yang sederhana hingga menengah yang ditujukan bagi warga setempat. Keunggulan utama perusahaan ada pada pemilihan lokasi yang tepat dan pelayanan kepada customer.



**Gambar 1.** Perumahan Subsidi.



**Gambar 2.** Perumahan Komersil.

Menurut keterangan dari perusahaan, persaingan di bisnis properti di Mataram cukup tinggi, dengan banyaknya pengembang dari daerah dan nasional. Walaupun beberapa pesaing punya banyak modal, PT Salva Inti Property bisa bertahan dengan memanfaatkan hubungan baik dengan pelanggan lokal, keluwesan dalam pelayanan, dan penawaran harga yang bersaing. Masalah terbesar berasal dari aturan pemerintah, kondisi ekonomi yang berubah-ubah, dan perubahan selera pelanggan.

Cara pemasaran yang digunakan meliputi promosi langsung lewat media sosial, kerja sama dengan agen properti setempat, serta ikut serta dalam pameran perumahan. Penentuan harga dilakukan dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat sekitar, sambil tetap memberikan nilai lebih melalui berbagai fasilitas dan pelayanan yang disediakan. Perusahaan menerapkan cara berbeda dalam bentuk desain rumah minimalis

yang modern, penyesuaian dengan kebutuhan generasi milenial, serta kemudahan dalam proses pembelian. Selain itu, inovasi dilakukan melalui layanan konsultasi online.



**Gambar 3.** Open booth Event di LEM.

Keunggulan utama PT Salva Inti Property terletak pada cara mereka yang ramah dan fleksibel terhadap pelanggan, serta kecepatan dalam membuat keputusan. Penilaian terhadap strategi dilakukan secara rutin berdasarkan respons pasar dan perubahan aturan pemerintah.

Strategi bersaing yang digunakan oleh PT. Salva Inti Property yakni dalam strategi differensiasi pelayanan, karena Perusahaan ini tau pasti target pasar mereka siapa, jadi strategi yang digunakan sangat memberikan kemudahan bagi para customer. Yakni dengan memberikan bantuan berupa uang muka yang bisa dicicil pembayarannya, karena Masyarakat berpenghasilan rendah seringkali mereka tidak mempunyai uang cash dalam jumlah yang banyak, oleh karena itu Perusahaan memberikan keringanan dengan memudahkan biaya administrasi, tidak hanya itu namun juga membantu para konsumen untuk memenuhi dokumen yang mungkin mereka kurang pahami, hal ini sangat membantu bagi konsumen yang gagap teknologi.

**Gambar 4.** Form pembayaran uang muka dan biaya proses.

**Gambar 5.** Form permohonan developer

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pihak PT Salva Inti Property, dapat disimpulkan bahwa perusahaan menerapkan strategi bersaing yang berfokus pada diferensiasi layanan dan pendekatan yang ramah terhadap konsumen lokal, khususnya masyarakat berpenghasilan rendah. Strategi tersebut mencakup pemilihan lokasi yang strategis, desain rumah modern yang disesuaikan dengan kebutuhan generasi muda, serta kemudahan dalam proses pembelian seperti cicilan uang muka, bantuan administrasi, dan pendampingan dalam pengurusan dokumen. Di tengah persaingan pasar properti yang semakin ketat di Kota Mataram, perusahaan mampu mempertahankan eksistensinya dengan memanfaatkan kekuatan pada fleksibilitas pelayanan, pendekatan personal, serta adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen. Strategi yang diterapkan terbukti relevan dengan karakteristik pasar lokal dan menjadi keunggulan kompetitif yang tidak dimiliki oleh banyak pesaing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., & Wibowo, A. (2020). Strategi diferensiasi pada industri properti lokal. *Jurnal Manajemen Strategis*, 8(1), 25–34.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yusuf, M. (2021). Inovasi pemasaran digital dalam industri properti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 61–70.