

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah PT. ABC, sebuah perusahaan manajemen properti yang berfokus pada penyediaan layanan dan pengelolaan properti di wilayah Bandung Raya. Dalam upaya untuk menghadapi dinamika pasar properti yang semakin kompetitif, PT. ABC mengadopsi pendekatan yang berorientasi pada *market insight*, inovasi, dan strategi bisnis adaptif untuk mempertahankan serta meningkatkan keunggulan kompetitifnya (Kotler *et al.*, 2022).

Sebagai salah satu pemain utama di industri properti regional, PT. ABC menghadapi tantangan besar yang dipengaruhi oleh perubahan preferensi konsumen, terutama sejak terjadinya pandemi COVID-19. Pandemi tidak hanya membawa dampak kesehatan global tetapi juga menciptakan perubahan signifikan dalam persepsi masyarakat terhadap hunian. Konsumen kini lebih menekankan pentingnya ruang yang fleksibel, fasilitas kesehatan dalam rumah, dan lingkungan yang mendukung kesejahteraan fisik maupun mental. Oleh karena itu, PT. ABC harus terus beradaptasi dengan tren ini melalui inovasi produk dan pengembangan strategi bisnis berbasis data (Ratten, 2020).

PT. ABC memiliki komitmen untuk memahami kebutuhan pasar melalui integrasi *market insight* yang mendalam. Dengan menggunakan analisis data yang terperinci, perusahaan ini berusaha mendeteksi perubahan pola konsumsi serta preferensi calon penghuni. Sebagai hasilnya, PT. ABC menciptakan solusi hunian yang tidak hanya sesuai dengan kebutuhan saat ini tetapi juga mampu mengantisipasi kebutuhan masa depan (PT. ABC, n.d).

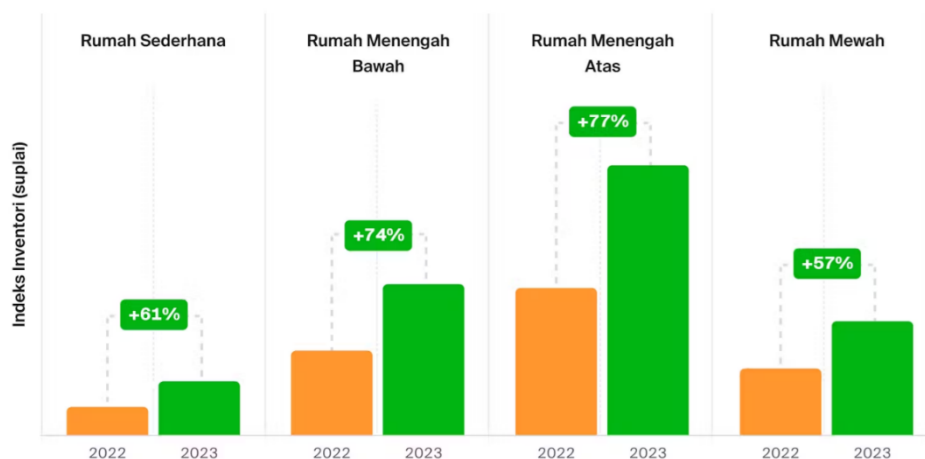
Adaptasi strategis juga menjadi fokus utama PT. ABC, di mana perusahaan ini memanfaatkan teknologi dalam operasional dan pemasaran. Pendekatan adaptif ini memungkinkan perusahaan untuk merespons dengan cepat terhadap tantangan eksternal, seperti kebijakan pemerintah terkait properti, fluktuasi ekonomi, hingga kebutuhan gaya hidup baru. Strategi ini mendukung perusahaan dalam menjaga keberlanjutan dan daya saingnya di tengah lanskap bisnis properti yang terus berubah (Kotler *et al.*, 2022).

Menghadapi perubahan dinamika pasar, pengembang properti perlu meningkatkan kemampuan inovatif dan responsif mereka. Hal ini mencakup pengintegrasian wawasan pasar yang lebih mendalam dan pemanfaatan teknologi untuk memastikan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen yang terus berubah. Selain itu, strategi bisnis harus dirancang dengan fleksibilitas tinggi agar dapat mengantisipasi tantangan maupun peluang yang muncul di masa depan.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Keunggulan kompetitif telah menjadi salah satu tujuan utama yang ingin dicapai oleh organisasi dalam era globalisasi dan digitalisasi. Persaingan yang semakin dinamis memaksa organisasi untuk terus berinovasi, mengembangkan strategi bisnis yang relevan, dan memahami dinamika pasar melalui *market insight* yang mendalam. Dalam konteks ini, kemampuan adaptasi menjadi faktor penentu keberhasilan yang memungkinkan organisasi bertahan dan tumbuh di tengah perubahan yang cepat. Hal ini menjadi relevan bagi PT. ABC, perusahaan yang bergerak di bidang properti dan perumahan, yang menghadapi tantangan besar dalam mengelola perubahan preferensi konsumen, transformasi digital, dan kebutuhan akan inovasi untuk memenangkan persaingan di industri properti.

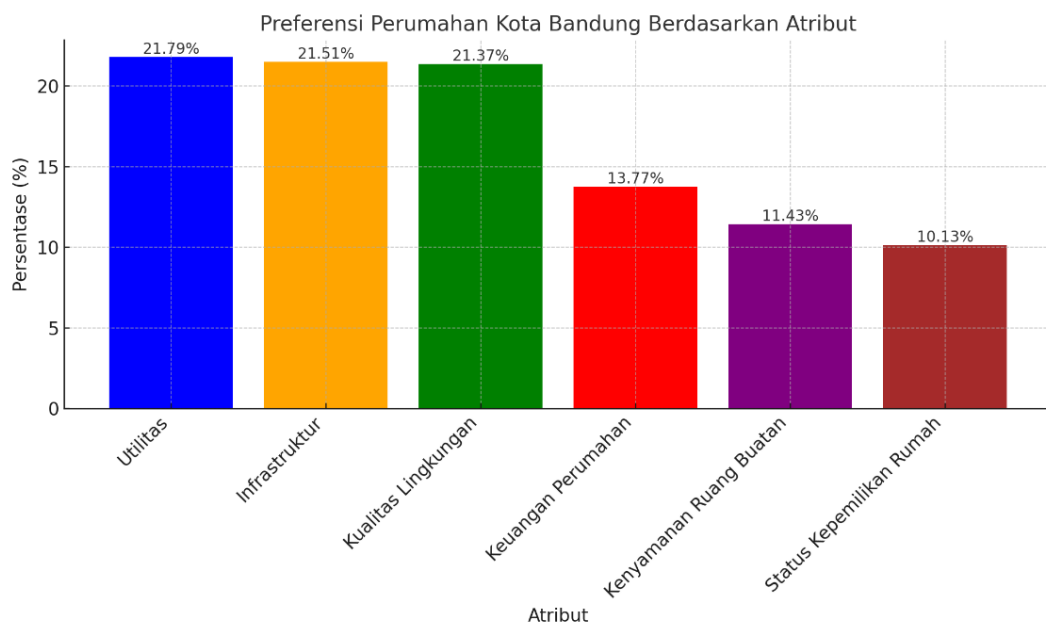
Pertumbuhan Tahunan Inventori Properti Berdasarkan Segmen Harga di 2023



Gambar I.1 Pertumbuhan Tahunan Inventori Properti Berdasarkan Segmen Harga di 2023
Sumber: Pinhome (2024)

Dalam industri properti, memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan merupakan elemen penting untuk menciptakan produk dan layanan yang sesuai

dengan pasar. *Market insight* memberikan pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen, tren desain hunian, serta kebutuhan akan keberlanjutan (*sustainability*) dalam properti. Berdasarkan *Indonesia Residential Market Report 2023 & Outlook 2024* dari Pinhome (2024), pasar properti di Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam inventori rumah di berbagai kategori. Rumah menengah atas mencatatkan pertumbuhan tertinggi sebesar 77%, diikuti oleh rumah menengah bawah dengan 74%, rumah sederhana sebesar 61%, dan rumah mewah dengan pertumbuhan 57%. Grafik pertumbuhan inventori rumah berdasarkan kategori ini dapat dilihat pada **Kesalahan! Sumber referensi tidak ditemukan.**, yang menunjukkan peluang besar bagi pengembang untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada berbagai segmen.



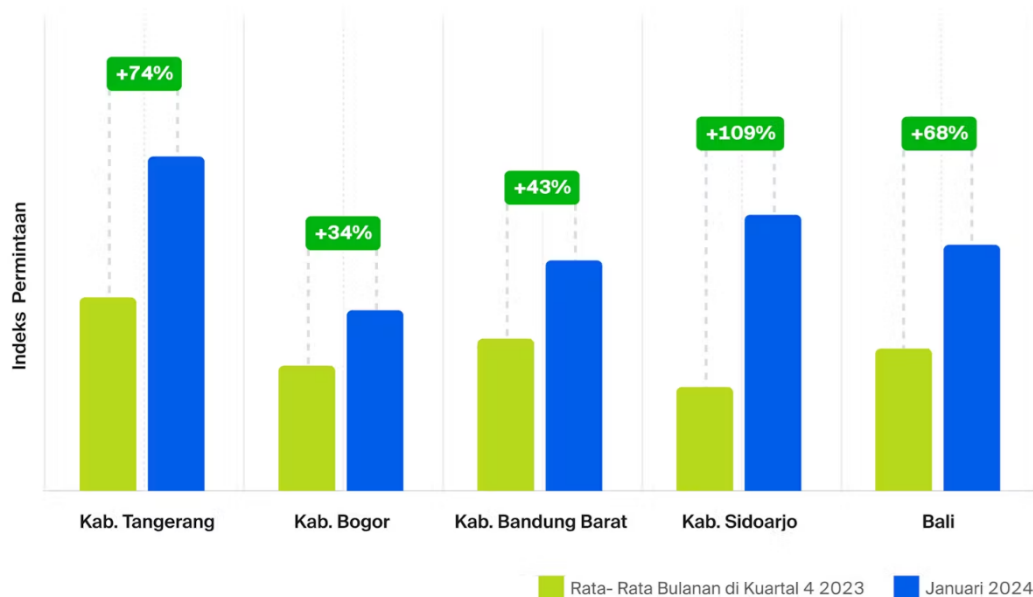
Gambar I.2 Preferensi Perumahan Kota Bandung Berdasarkan Atribut
Sumber: Olahan Penulis dari Nurfadlilawati & Kusuma (2024)

Tren pertumbuhan permintaan properti di Bandung juga menunjukkan urgensi untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan kompetitif di sektor ini. Data Nurfadlilawati & Kusuma (2024) menunjukkan bahwa konsumen di Bandung memprioritaskan atribut seperti utilitas (21,79%), infrastruktur (21,51%), dan kualitas lingkungan (21,37%). Di sisi lain, atribut seperti keuangan perumahan (13,77%), kenyamanan ruang buatan (11,43%), dan status kepemilikan

rumah (10,13%) memiliki prioritas lebih rendah (Gambar I.2). Informasi ini memberikan panduan strategis bagi pengembang untuk lebih fokus pada aspek infrastruktur dan keberlanjutan yang menjadi preferensi utama konsumen Bandung.

Selain itu, urbanisasi pasca pandemi menjadi salah satu pendorong utama peningkatan permintaan hunian, terutama di kota Bandung yang menunjukkan pertumbuhan tercepat dibandingkan kota-kota besar lainnya di Indonesia. Berdasarkan *Flash Report* Rumah123 (2024), permintaan hunian di Bandung mengalami peningkatan signifikan, baik untuk kategori sewa maupun jual. Pada Mei 2023, permintaan hunian sewa melonjak sebesar 84,4%, sementara permintaan hunian jual meningkat 29,2% secara bulanan. Secara tahunan, antara Desember 2022 hingga Desember 2023, permintaan hunian sewa tumbuh sebesar 68,6%, sedangkan permintaan hunian jual naik 37,1% (Kompas, 2024).

Komparasi Index Permintaan Beli Rumah antara Rata-Rata Bulanan Kuartal 4 2023 dan Januari 2024



Gambar I.3 Komparasi Index Permintaan Beli Rumah antara Kuartal 4 2023 dan Januari 2024
Sumber: Pinhome (2024)

Faktor pendukung utama peningkatan ini adalah beroperasinya Kereta Cepat Jakarta-Bandung (KCJB) pada Oktober 2023, yang memangkas waktu tempuh antara dua kota metropolitan menjadi hanya 45 menit. Efek langsung dari operasional KCJB tercermin dari peningkatan permintaan hunian jual sebesar

18,6% dan pertumbuhan permintaan hunian sewa sebesar 4,6% (Kompas, 2024). Infrastruktur baru ini tidak hanya meningkatkan mobilitas penduduk tetapi juga mendorong pengembangan fasilitas pendukung di sekitar area stasiun, seperti perumahan, area komersial, dan pusat perbelanjaan. Hal ini menjadikan wilayah Bandung Raya, khususnya Kabupaten Bandung Barat, sebagai pusat pertumbuhan properti dengan prospek pasar yang cerah pada tahun 2024, sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar I.3 yang menggambarkan optimisme terhadap sektor properti.

Di sisi lain, integrasi teknologi dalam properti menjadi salah satu tren yang semakin menarik perhatian konsumen. Menurut laporan IDProperti (2023), terdapat peningkatan signifikan terhadap permintaan properti yang mengadopsi teknologi pintar (*smart home*), seperti sistem pengamanan cerdas, pengelolaan energi yang efisien, dan kontrol otomatisasi rumah. Tren ini tidak hanya mencakup segmen rumah mewah tetapi juga mulai diterapkan pada rumah menengah bawah dan menengah atas, sehingga memberikan peluang bagi PT. ABC untuk menawarkan produk yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Bagi PT. ABC, memahami *market insight* ini memberikan peluang strategis untuk menciptakan perumahan yang inovatif, berkelanjutan, dan berbasis teknologi. Namun, tantangan utama terletak pada kemampuan perusahaan dalam mengolah data menjadi *insight* yang dapat ditindaklanjuti (*actionable insight*). Ketidakmampuan untuk memanfaatkan data secara efektif dapat menjadi hambatan dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, investasi dalam teknologi analitik dan pengembangan sumber daya manusia yang kompeten menjadi kunci bagi PT. ABC untuk memaksimalkan potensi pertumbuhan di pasar properti yang terus berkembang.

Transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis di berbagai sektor, termasuk industri properti. Perusahaan properti seperti PT. ABC perlu mengadopsi strategi berbasis teknologi untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah pemasaran digital melalui media sosial dan optimalisasi *search engine* (SEO), yang memungkinkan perusahaan menjangkau segmen pasar secara lebih luas. Penelitian oleh Dourado &

Muzany (2022) menekankan pentingnya penggunaan triangulasi dalam penelitian pemasaran digital di pasar real estat untuk mencapai hasil yang lebih baik. Selain itu, Ong *et al.* (2023) menunjukkan bagaimana inovasi dapat menjadi respons terhadap gangguan teknologi digital yang muncul, seperti portal pencarian properti daring. Moi & Cabiddu (2021) menyoroti pentingnya pengembangan *Agile Marketing Capability*, yaitu kemampuan perusahaan untuk merespons perubahan kebutuhan pasar secara cepat melalui strategi pemasaran berbasis data dan teknologi digital. Pandiangan & Martini (2021) juga menegaskan bahwa inovasi pemasaran digital seperti iklan berbasis data dapat membantu perusahaan menjangkau *audiens* lebih efektif dan efisien, yang sangat penting dalam persaingan di industri properti. Dengan pendekatan ini, PT. ABC dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi yang lebih personal dengan konsumen.

Transformasi digital juga harus mencakup penguatan sistem manajemen internal untuk memastikan kelancaran operasional. Syafi'i *et al.* (2023) menegaskan bahwa penerapan perangkat lunak manajemen proyek berbasis teknologi dapat meningkatkan efisiensi koordinasi antar bagian, termasuk dalam alokasi sumber daya hingga pelaporan kemajuan pembangunan. Penggunaan *big data analytics* memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi pola perilaku pasar secara akurat, sementara kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dapat memberikan prediksi tren pasar untuk mendukung pengambilan keputusan strategis (BGSF, 2023). Vigren *et al.* (2022) menggarisbawahi bahwa kemampuan untuk menyerap inovasi baru dalam ekosistem digital real estate dapat memperkuat efisiensi dan daya saing perusahaan. Oladiran & Dickins (2024) menunjukkan bagaimana *PropTech* telah mengubah berbagai aspek operasi properti, termasuk perencanaan, pengelolaan, dan transaksi, menjadikan teknologi sebagai elemen kunci dalam strategi bisnis modern. Moi & Cabiddu (2021) juga menekankan pentingnya integrasi alat digital dalam proses internal, yang membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan mengelola disrupsi teknologi dengan lebih baik. Keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada pelatihan karyawan dalam mengoperasikan teknologi secara optimal. Dengan menggabungkan pemasaran digital yang inovatif dan pengelolaan internal berbasis teknologi, PT. ABC dapat

meningkatkan daya saing, memperkuat keberlanjutan bisnis, dan mengokohkan posisinya di pasar properti.

Inovasi merupakan pendorong utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif di industri properti. PT. ABC memiliki peluang besar untuk menghadirkan solusi inovatif, seperti pengembangan hunian modular, pemanfaatan energi terbarukan, serta teknologi yang mendukung efisiensi biaya dan kenyamanan penghuni. Inovasi ini tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga mencakup proses, seperti automasi konstruksi, aplikasi berbasis teknologi untuk layanan purna jual, dan platform digital yang mempermudah transaksi properti. Lebih dari sekadar faktor penggerak daya saing, inovasi berperan sebagai elemen kunci yang menghubungkan pemahaman pasar (*market insight*) dengan strategi bisnis yang tepat guna.

Dengan adanya inovasi, wawasan pasar dapat diterjemahkan menjadi solusi nyata yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan, sementara strategi bisnis menjadi lebih adaptif terhadap dinamika industri. Berdasarkan laporan dari RICS (2024), teknologi seperti *Building Information Modeling* (BIM) dan automasi digital mampu meningkatkan efisiensi proyek hingga 20% dan mempercepat waktu konstruksi hingga 15%. Teknologi ini memungkinkan pengembang untuk mengelola proyek dengan lebih baik, mengurangi pemborosan material, dan meningkatkan produktivitas. Farida & Setiawan (2022) menekankan bahwa inovasi tidak hanya mendorong strategi bisnis yang efektif, tetapi juga menjadi jembatan yang memperkuat hubungan antara wawasan pasar dan strategi bisnis dalam membentuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Hal ini sejalan dengan temuan Bian *et al.* (2022), yang menunjukkan bahwa tingkat inovasi regional memiliki korelasi positif dengan peningkatan hasil finansial properti komersial. Dengan pendekatan inovasi yang terintegrasi, PT. ABC dapat memperluas daya saingnya di pasar properti yang semakin dinamis.

Selain itu, teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI) dan *Internet of Things* (IoT) semakin relevan dalam pengembangan properti, terutama dalam menciptakan hunian pintar (*smart home*) dan meningkatkan efisiensi energi. Dalam konteks industri properti, inovasi berfungsi sebagai mekanisme strategis yang

memungkinkan perusahaan mengonversi wawasan pasar menjadi keputusan bisnis yang lebih responsif dan berbasis teknologi. Penerapan teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan modern yang mengutamakan kenyamanan, keberlanjutan, dan efisiensi biaya. Zulfikarijah *et al.* (2023) mencatat bahwa inovasi hijau (*green innovation*) berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja lingkungan dan daya tarik pasar. Pemerintah Indonesia turut aktif mendorong transformasi teknologi di sektor properti untuk mempercepat pembangunan nasional. Wakil Menteri Komunikasi dan Informatika, Nezar Patria, menegaskan pentingnya penerapan teknologi digital dalam mendukung program pembangunan tiga juta rumah pada 2024 (Melintas, 2024). Digitalisasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam perencanaan dan konstruksi, tetapi juga mendorong transparansi dan aksesibilitas informasi bagi masyarakat. Dengan adanya inovasi sebagai penghubung antara wawasan pasar dan strategi bisnis, PT. ABC dapat mengembangkan pendekatan yang lebih inovatif, responsif, dan berorientasi pada keberlanjutan, sehingga memperkuat daya saingnya dalam industri properti yang semakin kompetitif.

Dalam menghadapi perubahan pasar, regulasi, dan teknologi, tingkat adaptasi yang tinggi menjadi faktor utama bagi PT. ABC dalam mempertahankan daya saingnya di industri properti yang dinamis. Adaptasi memungkinkan perusahaan untuk merespons kebutuhan pasar yang terus berkembang, seperti menghadirkan perumahan yang lebih terjangkau bagi segmen tertentu, mengikuti tren hunian berkelanjutan, atau mempercepat adopsi teknologi terbaru. Misalnya, permintaan akan hunian di area strategis dengan aksesibilitas tinggi, terutama di wilayah berkembang seperti Bandung, mengharuskan perusahaan untuk lebih fleksibel dalam merancang portofolio produknya. Menurut Vigren *et al.* (2022), kapasitas adaptif yang tinggi memungkinkan perusahaan menyerap inovasi baru melalui ekosistem digital, sehingga lebih siap menghadapi disrupsi teknologi di sektor properti. Kemampuan adaptasi ini tidak hanya membantu perusahaan memenuhi permintaan konsumen, tetapi juga membuka peluang bagi inovasi produk dan layanan yang lebih relevan. Dalam penelitian ini, adaptasi yang tinggi menjadi kunci utama dalam memperkuat hubungan antara inovasi dan keunggulan

kompetitif, karena perusahaan yang lebih fleksibel akan lebih optimal dalam mengimplementasikan strategi inovasi secara efektif. Farida & Setiawan (2022) menegaskan bahwa inovasi memberikan dampak maksimal terhadap daya saing apabila didukung oleh kemampuan adaptasi yang tinggi, karena hal ini memungkinkan inovasi untuk diintegrasikan dengan lebih efisien dalam strategi bisnis perusahaan.

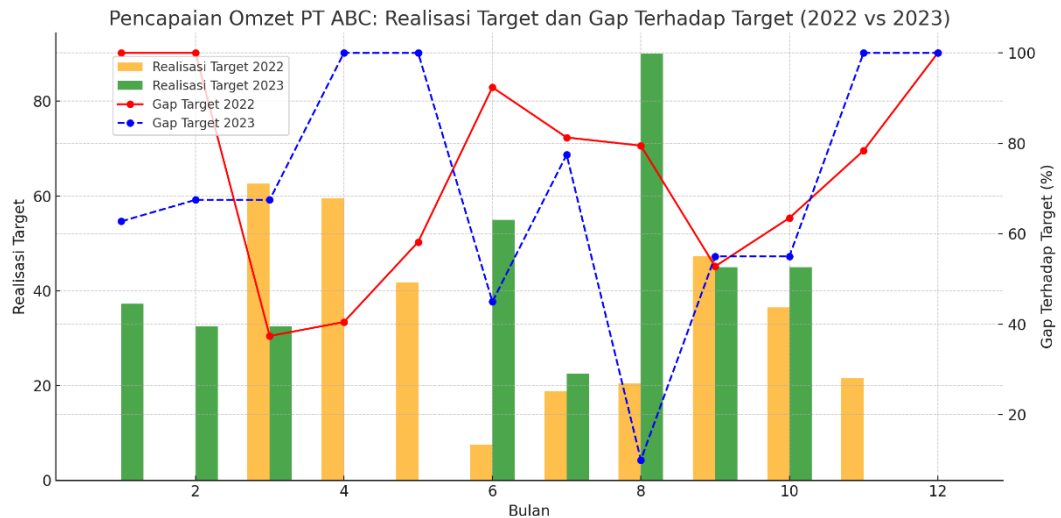
Adaptasi tidak sekadar berfungsi sebagai respons pasif terhadap perubahan, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam memperkuat sinergi antara *market insight*, strategi bisnis, dan inovasi. Dalam konteks industri properti, penelitian ini menyoroti bahwa tingkat adaptasi yang tinggi akan memberikan dampak lebih besar terhadap daya saing perusahaan dibandingkan perusahaan yang kurang responsif terhadap perubahan pasar. Adaptasi yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk membaca tren pasar dengan lebih cepat, memperbarui portofolio produk secara berkala, serta mengelola risiko bisnis yang muncul akibat perubahan ekonomi atau kebijakan pemerintah. Misalnya, tantangan seperti keterbatasan lahan atau perubahan kebijakan perizinan dapat diminimalkan melalui adaptasi strategi pengembangan proyek dan optimalisasi sumber daya. Dengan pendekatan yang fleksibel dan tingkat adaptasi yang tinggi, PT. ABC dapat lebih efektif dalam menerapkan inovasi sebagai strategi utama untuk mempertahankan daya saing di pasar properti yang terus berkembang. Vijayakumar & Davidova (2024) menekankan pentingnya peran *innovation hubs* dalam mengintegrasikan teknologi baru untuk meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan dalam sektor properti. Penelitian ini menegaskan bahwa perusahaan dengan adaptasi tinggi lebih mampu mengoptimalkan inovasi sebagai faktor utama dalam membangun keunggulan kompetitif, sehingga menjadikannya sebagai elemen sentral dalam strategi bisnis PT. ABC.

Sinergi antara *market insight*, strategi bisnis, dan inovasi menjadi elemen kunci dalam menciptakan daya saing yang kuat di sektor properti. *Market insight* memberikan pemahaman mendalam tentang tren pasar, preferensi konsumen, dan perubahan lingkungan bisnis, yang kemudian menjadi dasar bagi perumusan strategi bisnis yang lebih tepat sasaran. Strategi bisnis yang relevan memungkinkan

perusahaan untuk merespons kebutuhan pasar dengan cepat dan efisien, sementara inovasi berperan dalam mengeksekusi strategi tersebut dengan cara yang kreatif dan unik. De Paola *et al.* (2022) menekankan bahwa inovasi, didukung oleh analisis pasar yang kuat, berkontribusi langsung dalam pengambilan keputusan strategis di sektor *real estate*, memungkinkan perusahaan memanfaatkan peluang pasar dengan lebih baik. Bagi PT. ABC, pemanfaatan *market insight* untuk mengidentifikasi peluang, seperti tingginya permintaan properti di area berkembang seperti Bandung Raya, dapat membantu perusahaan merancang produk yang lebih kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sementara itu, Bian *et al.* (2022) menunjukkan bahwa inovasi lokal, seperti solusi berbasis komunitas atau wilayah, dapat memberikan dampak signifikan pada hasil finansial properti komersial. Inovasi dalam pengembangan hunian modular, integrasi teknologi pintar (*smart home*), serta penggunaan konsep keberlanjutan semakin memperkuat nilai tambah produk yang ditawarkan.

Adaptasi menjadi faktor penghubung yang memperkuat sinergi antara *market insight*, strategi bisnis, dan inovasi. Kemampuan PT. ABC untuk menyesuaikan strategi bisnis dengan kondisi pasar yang dinamis serta memanfaatkan teknologi terkini membantu perusahaan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Misalnya, integrasi platform digital untuk pemasaran dan layanan pelanggan dapat memperluas jangkauan pasar, sementara teknologi *Building Information Modeling* (BIM) dan otomasi konstruksi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan produktivitas (RICS, 2024). Ong *et al.* (2023) memberikan contoh bagaimana program evaluasi agen properti seperti *Property Agent Review* dapat mengintegrasikan wawasan pasar dengan strategi inovasi untuk meningkatkan kinerja. Schildt (2022) menyoroti bahwa logika digitalisasi, seperti penggunaan data untuk menciptakan efisiensi dan kontrol sistem informasi, memungkinkan perusahaan merancang strategi digital yang lebih adaptif dan efektif. Dengan adaptasi yang cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi, PT. ABC mampu mengatasi tantangan persaingan, seperti munculnya kompetitor baru dan perubahan kebijakan pemerintah, serta memperkuat posisinya sebagai pemain kunci di industri properti. Sinergi yang efektif antara elemen-elemen ini

tidak hanya meningkatkan daya saing perusahaan, tetapi juga memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.



Gambar I.4 Pencapaian Omzet PT. ABC: Realisasi Target dan Gap Terhadap Target
Sumber: Olahan Penulis

Dalam menghadapi tantangan industri properti yang semakin kompetitif, PT. ABC dihadapkan pada masalah signifikan terkait adaptasi terhadap perubahan pasar, keterlambatan realisasi target omzet, serta kendala internal seperti kebutuhan modal besar dan hambatan komunikasi operasional. Data menunjukkan adanya fluktuasi realisasi target antara tahun 2022 dan 2023, di mana beberapa bulan seperti Maret dan April mengalami penurunan, sementara di bulan Juni dan Oktober terjadi peningkatan yang tidak konsisten (Gambar I.4). Hal ini mengindikasikan perlunya perbaikan strategi bisnis yang lebih adaptif dan berbasis inovasi agar perusahaan dapat merespons dinamika pasar dengan lebih cepat dan efektif. Dalam konteks ini, De Paola *et al.* (2022) menyoroti perlunya penelitian yang mendukung keberlanjutan serta kebijakan pembangunan yang lebih tangguh, yang sejalan dengan kebutuhan PT. ABC untuk mengatasi tantangan pasar dengan pendekatan strategis. Selain itu, Azzam *et al.* (2022) menunjukkan bahwa inovasi menjadi krusial untuk memitigasi hambatan struktural, seperti keterbatasan lahan dan perubahan kebijakan, yang sering menjadi hambatan signifikan dalam pengembangan proyek properti.

Strength • Memiliki lokasi project yang strategis • Memiliki harga jual yang kompetitif. • Memiliki pilihan produk yang beragam dan fleksibel. • Memiliki tim yang lengkap dan berpengalaman di bidangnya. • Memiliki portofolio aset yang baik.	Weakness • Kebutuhan modal yang besar. • Delivery unit rumah terkadang terlambat dari jadwal. • Proses legalitas atau perijinan yang memakan waktu lama. • Missed Komunikasi yang terjadi dalam operasional. • Perusahaan yang relatif baru di bidang properti.
Opportunities • Kebutuhan pemenuhan backlog yang tinggi. • Peminat properti di Bandung tinggi. • Portofolio yang terus bertumbuh. • Pengetahuan dan pengalaman yang semakin luas. • Kemitraan yang semakin terbuka.	Threats • Kebijakan peraturan perijinan dan pajak. • Hal tak terduga seperti pandemi dan perang. • Keterbatasan lahan untuk proyek baru. • Kompetitor baru. • Daya beli masyarakat akibat ekonomi makro.

Gambar I.5 Analisis SWOT PT. ABC
Sumber: Olahan Penulis

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh hasil analisis SWOT (Gambar I.5) yang menunjukkan adanya ancaman signifikan, seperti kebijakan perizinan yang kompleks, keterbatasan lahan untuk proyek baru, serta daya beli masyarakat yang menurun akibat kondisi ekonomi makro (CNBC Indonesia, 2025). Di sisi lain, peluang dari tingginya kebutuhan *backlog* perumahan, peningkatan minat properti di Bandung (Nursya'bani, 2024)., serta kemitraan yang semakin terbuka memberikan ruang bagi PT. ABC untuk memperbaiki strategi bisnisnya. Dengan memanfaatkan keunggulan internal—seperti lokasi proyek strategis, harga kompetitif, dan portofolio aset yang baik (PT.ABC, 2023) —penelitian ini dapat membantu PT. ABC merumuskan pendekatan yang lebih terstruktur dan inovatif. Oladiran & Dickins (2024) menekankan pentingnya literatur terkait transformasi digital dalam *real estate*, khususnya *PropTech*, yang relevan untuk memberikan wawasan akademis dan praktik tentang integrasi teknologi dalam operasional perusahaan. Dengan dukungan penelitian ini, PT. ABC diharapkan dapat merancang strategi berbasis inovasi yang tidak hanya mampu bersaing di pasar tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang.

Berdasarkan fenomena di atas dilakukan penelitian tentang: **“Pengaruh Market insight dan Strategi Bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi yang dilakukan oleh Manajemen Properti PT. ABC”**. Pendekatan yang terstruktur dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berbasis data untuk membantu organisasi mengintegrasikan elemen-elemen tersebut secara efektif guna mencapai keberlanjutan dan keunggulan kompetitif di lingkungan bisnis yang semakin berkembang.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *market insight*, Strategi Bisnis, Inovasi, Adaptasi dan Keunggulan Kompetitif pada perusahaan properti PT. ABC?
2. Berapa besar pengaruh langsung *Market insight* terhadap Inovasi pada perusahaan properti PT. ABC?
3. Berapa besar pengaruh langsung Strategi Bisnis terhadap Inovasi pada perusahaan properti PT. ABC?
4. Berapa besar pengaruh langsung *Market insight* terhadap Keunggulan Kompetitif pada perusahaan properti PT. ABC?
5. Berapa besar pengaruh langsung Strategi bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif pada perusahaan properti PT. ABC?
6. Berapa besar pengaruh langsung Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif pada perusahaan properti PT. ABC?
7. Berapa besar pengaruh tidak langsung *Market insight* terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi pada perusahaan properti PT. ABC?
8. Berapa besar pengaruh tidak langsung Strategi Bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi pada perusahaan properti PT. ABC?
9. Berapa besar pengaruh tidak langsung *Market insight* terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi yang dimoderasi oleh adaptasi pada perusahaan properti PT. ABC?
10. Berapa besar pengaruh tidak langsung Strategi Bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi yang dimoderasi oleh adaptasi pada perusahaan properti PT. ABC?
11. Berapa besar pengaruh inovasi terhadap keunggulan kompetiti yang dimoderasi oleh adaptasi pada perusahaan properti PT. ABC?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

1. Marketi Insight, Strategi Bisnis, Inovasi, adaptasi dan keunggulan kompetitif pada perusahaan Properti PT. ABC.
2. Besarnya pengaruh langsung *Market insight* terhadap Inovasi pada perusahaan properti PT. ABC.
3. Besarnya pengaruh langsung Strategi Bisnis terhadap Inovasi pada perusahaan properti PT. ABC.
4. Besarnya pengaruh langsung *Market insight* terhadap Keunggulan Kompetitif pada perusahaan properti PT. ABC.
5. Besarnya pengaruh langsung Startegi bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif pada perusahaan properti PT. ABC.
6. Besarnya pengaruh langsung Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif pada perusahaan properti PT. ABC.
7. Besarnya pengaruh tidak langsung *Market insight* terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi pada perusahaan properti PT. ABC.
8. Besarnya pengaruh tidak langsung Strategi Bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi pada perusahaan properti PT. ABC.
9. Besarnya pengaruh tidak langsung *Market insight* terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi yang dimoderasi oleh adaptasi pada perusahaan properti PT. ABC.
10. Besarnya pengaruh tidak langsung Strategi Bisnis terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi yang dimoderasi oleh adaptasi pada perusahaan properti PT. ABC.
11. Besarnya pengaruh inovasi terhadap keunggulan kompetiti yang dimodetasi oleh adaptasi pada perusahaan properti PT. ABC.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang signifikan baik secara teoritis maupun praktis, baik dalam pengembangan ilmu pengetahuan maupun penerapan di dunia bisnis. Berikut adalah manfaat penelitian ini dari masing-masing aspek:

1.5.1. Aspek Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk memperkaya literatur di bidang manajemen strategis dengan menambah wawasan baru mengenai hubungan antar variabel kunci dan peran mediasi serta moderasi dalam pengembangan keunggulan kompetitif. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan model konseptual yang lebih relevan dengan tantangan industri di era modern.

1. Menambah literatur di bidang manajemen strategis, terutama terkait hubungan antara *Market insight*, Inovasi, Strategi Bisnis, Adaptasi, dan Keunggulan Kompetitif.
2. Memberikan pemahaman baru mengenai peran mediasi dan moderasi dalam model konseptual manajemen strategis.
3. Mengembangkan model penelitian yang dapat diadopsi untuk studi lebih lanjut di berbagai sektor industri lainnya.
4. Mendukung pengembangan teori yang relevan untuk menghadapi tantangan bisnis di era pasca pandemi.

1.5.2. Aspek Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan panduan yang aplikatif bagi perusahaan properti dalam merancang strategi adaptif untuk meningkatkan daya saing. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengambil kebijakan di perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

1. Memberikan panduan kepada perusahaan properti dalam merancang strategi bisnis adaptif untuk meningkatkan daya saing.
2. Membantu pengambil keputusan memahami pentingnya *Market insight* dan Inovasi dalam membangun keunggulan kompetitif.
3. Menjelaskan bagaimana Adaptasi dapat dimanfaatkan sebagai faktor kunci dalam menghadapi dinamika pasar.
4. Memberikan rekomendasi implementasi strategi berbasis data untuk meningkatkan efektivitas operasional perusahaan properti.

5. Menyediakan acuan bagi manajer atau pemimpin perusahaan untuk merespons perubahan kebutuhan konsumen dan tren pasar dengan lebih baik.

1.6. Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan yang perlu diperhatikan agar hasilnya dapat diinterpretasikan dengan tepat:

1. Konteks Industri: Penelitian ini difokuskan pada sektor properti, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya berlaku untuk industri lain.
2. Geografis: Analisis dibatasi pada perusahaan properti yang beroperasi di wilayah Bandung Raya, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi untuk wilayah lain.
3. Variabel yang Diteliti: Penelitian ini menggunakan *Market insight*, Inovasi, Strategi Bisnis, Adaptasi, dan Keunggulan Kompetitif sebagai variabel utama, sehingga faktor lain di luar variabel ini tidak dianalisis.
4. Metode Pengumpulan Data: Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur, sehingga hasil penelitian sangat bergantung pada persepsi dan interpretasi responden terhadap instrumen yang digunakan.
5. Periode Waktu: Penelitian ini bersifat *cross-sectional*, yaitu data dikumpulkan dalam satu periode waktu tertentu, sehingga tidak menganalisis perubahan hubungan antar variabel dalam jangka panjang.
6. Aspek Kualitatif Tidak Dimasukkan: Penelitian ini berfokus pada pendekatan kuantitatif, sehingga tidak mengeksplorasi lebih jauh aspek-aspek kualitatif yang mungkin relevan.
7. Pengaruh Faktor Sosial dan Budaya: Penelitian tidak memperhitungkan secara spesifik faktor sosial dan budaya yang dapat memengaruhi variabel penelitian, seperti persepsi masyarakat terhadap inovasi dan adaptasi.
8. Pengukuran Keunggulan Kompetitif: Keunggulan kompetitif diukur berdasarkan indikator yang dirancang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga hasilnya mungkin berbeda jika menggunakan indikator atau pendekatan pengukuran lain.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

A. Bab I Pendahuluan

Bab ini mencakup latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini bertujuan memberikan pengantar dan arah penelitian secara menyeluruh.

B. Bab II Tinjauan Pustaka dan Ruang Lingkup Penelitian

Bab ini membahas landasan teori, konsep-konsep yang relevan, penelitian terdahulu, serta kerangka konseptual penelitian. Selain itu, ruang lingkup penelitian dijelaskan untuk memberikan batasan yang jelas mengenai cakupan penelitian yang dilakukan.

C. Bab III Metode Penelitian

Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan, meliputi desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, instrumen yang digunakan, dan teknik analisis data. Bab ini bertujuan memberikan panduan langkah-langkah penelitian secara sistematis.

D. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil pengolahan data, pengujian hipotesis, serta pembahasan yang mengaitkan temuan penelitian dengan teori dan penelitian terdahulu. Analisis data disampaikan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mendukung tujuan penelitian.

E. Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian serta implikasi dan saran untuk pengembangan teori, kebijakan, dan praktik manajerial. Saran juga diberikan untuk penelitian mendatang yang relevan dengan topik ini.