

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam melakukan promosi, perumahan Nirwana Golden Park menggunakan acuan pada bauran promosi. Yang dimana lebih berfokus kepada *Personal Selling*, *Advertising* dan *Direct Marketing*.
 - a. Untuk melakukan *Personal Selling* perumahan Nirwana Golden Park mendirikan stand di mall-mall yang berada di daerah Bogor.
 - b. Untuk melakukan *Advertising* perumahan Nirwana Golden Park menggunakan beberapa media, yaitu: melalui koran, internet dan spanduk yang biasa melingkupi daerah Cibinong, Depok, Citereup dan Bogor.
 - c. Untuk melakukan *Direct Marketing* perumahan Nirwana Golden Park menggunakan cara KPR (Kredit Pemilikan Rumah) yang bekerja sama langsung dengan sejumlah bank.

2. Kemudian terkait antara hubungan strategi pemasaran perumahan Nirwana Golden Park dengan metode SWOT, penulis melihat memiliki hubungan. Ini terlihat pada hasil SWOT yang penulis jabarkan sebagai berikut, yaitu:

a. Strategi SO

Memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan perumahan-perumahan lain yang berada di daerah Cibinong yaitu tepat berada di pusat pemerintahan daerah Bogor dan Memiliki tempat yang strategis yaitu tepat berada di pusat pemerintahan daerah yang kedepannya akan menjadi daerah pusat kota membuat perumahan Nirwana Golden Park berpeluang untuk mendapatkan keuntungan lebih besar dan memperluas ruang lingkup perumahan itu sendiri.

b. Strategi ST

Perumahan Nirwana Golden Park satu satunya perumahan yang memiliki fasilitas lebih lengkap dibandingkan perumahan-perumahan lain yang berada di daerah Cibinong yang mencegah Berpindahnya calon pembeli yang akan berdomisili di perumahan Nirwana Golden Park ke perumahan lain, yang memiliki harga lebih murah seperti : perumahan Kinan City, perumahan Mutiara Hijau dan perumahan Ervina Residence.

c. Strategi WO

Meskipun perumahan Nirwana Golden Park memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan perumahan perumahan lain yang berada di daerah Cibinong-Bogor tetapi perumahan nirwana Memiliki tempat yang strategis yaitu tepat berada di pusat pemerintahan daerah yang kedepannya akan menjadi daerah pusat kota membuat perumahan Nirwana Golden Park berpeluang untuk mendapatkan keuntungan lebih besar dan memperluas ruang lingkup perumahan itu sendiri.

d. Strategi WT

Ancaman yang timbul, seperti: Berpindahnya calon pembeli yang akan berdomisili di perumahan Nirwana Golden Park ke perumahan lain, yang memiliki harga lebih murah seperti : perumahan Kinan City, perumahan Mutiara Hijau dan perumahan Ervina Residence, ini dikarenakan perumahan Nirwana Golden Park memiliki model atau tipe rumah yang kurang lebih sama seperti perumahan-perumahan lain yang berada di daerah Cibinong.

B. Saran

Saran yang dapat penulis bagikan kepada perumahan Nirwana Golden Park dari hasil analisa strategi TW ialah:

Dengan ancaman yang timbul seperti pindahnya calon pembeli yang akan berdomisili di perumahan Nirwana Golden Park ke perumahan lain. perumahan lain memiliki tipe rumah yang hampir sama dengan perumahan Nirwana Golden Park dan memiliki harga yang lebih murah dibandingkan perumahan Nirwana Golden Park. Perumahan Nirwana Golden Park harus mengkedepankan fasilitas yang perumahan Nirwana Golden Park miliki pada saat melakukan promosi agar calon konsumen dapat melihat kelebihan yang dimiliki oleh perumahan Nirwana Golden Park di antara perumahan-perumahan lain yang berada di daerah Cibinong.