

IDENTIFIKASI HAMBATAN PENGEMBANGAN USAHA PROPERTI CV. 99 BERSINAR DI KABUPATEN GRESIK

Fatarisa Ramadhani Yusuf¹, Hadi Ismanto²
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik,
Gresik**

Abstrak | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pertumbuhan usaha sektor properti di Gresik pada tahun 2021 yang mengalami kenaikan harga pada kuartal kedua (Q2), berbeda dengan tahun 2020 (Q4) dan 2021 (Q1) mengalami penurunan yang sangat signifikan, dampak pandemi Covid-19 sangat berpengaruh pada sektor perumahan. Masuknya perusahaan-perusahaan properti baru membuat persaingan semakin tinggi. Permintaan konsumen dengan berbagai fasilitas yang harus ada juga berpengaruh terhadap kelajuan perusahaan. Terhambatnya proyek CV. 99 Bersinar berpengaruh terhadap target perusahaan. Perencanaan pengembangan usaha yang tepat bagi CV. 99 Bersinar guna mengetahui penanganan hambatan proyek dalam satu periode. Pada penelitian ini mengidentifikasi bagaimana perusahaan bisa memertahakan perkembangan dan bisa mencapai target dalam satu periode. Mengetahui hal apa yang dilakukan perusahaan untuk menangani masalah dan strategi yang dilakukan dengan metode RBV, inovasi, dan *dynamic capability*. Penelitian yang dilakukan bersifat kualitatif deskriptif dengan jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Kata Kunci: Usaha, Persaingan, Hambatan, Properti.

Abstract | *This research aims to determine the growth of the property sector business in Gresik in 2021 which experienced a price increase in the second quarter (Q2), in contrast to 2020 (Q4) and 2021 (Q1) which experienced a very significant decline, the impact of the Covid-19 pandemic was very influential in the housing sector. The entry of new property companies makes competition even higher. Consumer demand and the various facilities that must be available also influence the company's speed. Delays in the CV project. 99 Bersinar influences the company's targets. Proper business development planning for CV. 99 Bersinar to find out how to handle project obstacles in one period. This research identifies how companies can maintain development and achieve targets in one period. Knowing what the company is doing to deal with problems and strategies carried out using the RBV method, innovation and dynamic capability. The research conducted was descriptive qualitative in nature with the types of data used being primary data and secondary data. Data collection in this research used interview, observation and documentation methods.*

Keywords: *Business, Competition, Obstacles, Property.*

Pendahuluan

Properti di wilayah Gresik terus bertumbuh, pandemi Covid-19 selama dua tahun memang turut berpengaruh pada percepatan pertumbuhan sektor perumahan. Namun, Gresik yang merupakan kawasan penyanggah Kota Surabaya, menjadi satu nilai tersendiri. Kabupaten Gresik menjadi salah satu wilayah dengan kenaikan properti cukup tertinggi di Provinsi Jawa Timur. Pencapaian harga tinggi properti bahkan mengalahkan Kota dan Kabupaten Bangkalan, Mojokerto, Sidoarjo, Lamongan. Berdasarkan data Rumah.com Indonesia Property Market Index (RIPMI), Kabupaten Gresik pada tahun 2021 mengalami kenaikan harga properti pada kuartal kedua (Q2), hal ini juga dialami pada Kota Surabaya. Sebaliknya, Kabupaten Mojokerto, Sidoarjo, dan Lamongan mengalami penurunan harga properti pada periode kuartal kedua (Q2). Harga kenaikan properti di Kabupaten Gresik menunjukkan penuh harapan yang mulai pulih setelah terpuruk dua kuartal ke belakang. Penurunan pada kuartal (Q4) 2020 dan (Q1) 2021 berdampak pada penyusutan harga properti di Kabupaten Gresik secara tahunan (*year-on-year/YoY*), masing-masing turun sebesar 4,85 persen dan 5,06 persen secara kuartalan (QoQ).

Minat konsumen di Kabupaten Gresik dalam membeli properti masih mendominasi dengan harga kurang dari 400 Juta-an. Berdasarkan sumber Rumah123.com minat pembeli 4,76 persen dengan harga >1 Milyar, 1,59 persen dengan harga 650 Juta-1 Milyar, 28,57 persen dengan harga 400 Jutaan, dan 65,08 persen dengan harga <400 Juta. Sebagian konsumen di Gresik membeli properti untuk dihuni dan *end-user*, hanya sedikit yang digunakan untuk investasi. Disisi lain, daerah Menganti dan Driyorejo harga properti sudah meningkat dan motif investasi sudah cukup tinggi.

Persaingan dalam bisnis properti semakin ketat dan tingkat selektif konsumen dalam memilih properti sangat tinggi, salah satu perusahaan properti yang berkembang di wilayah Gresik Selatan yaitu CV. 99 Bersinar. Perusahaan ini hadir untuk memasarkan produk jualnya dengan melihat kondisi perkembangan pasar dan keunggulan persaingan yang dialami oleh kompetitor.. Perusahaan ini memulai usahanya pada tahun 2021 Bulan Februari, yang beralamat Kantor Pemasaran Perum Swan Menganti Park Blok F-02, Pelemwatu, Menganti, Gresik. Saat ini terdapat dua produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini, yakni pembelian tanah kavling dan rumah kavling. Kedua produk ini memiliki berbagai type dengan kesesuaian konsumen.

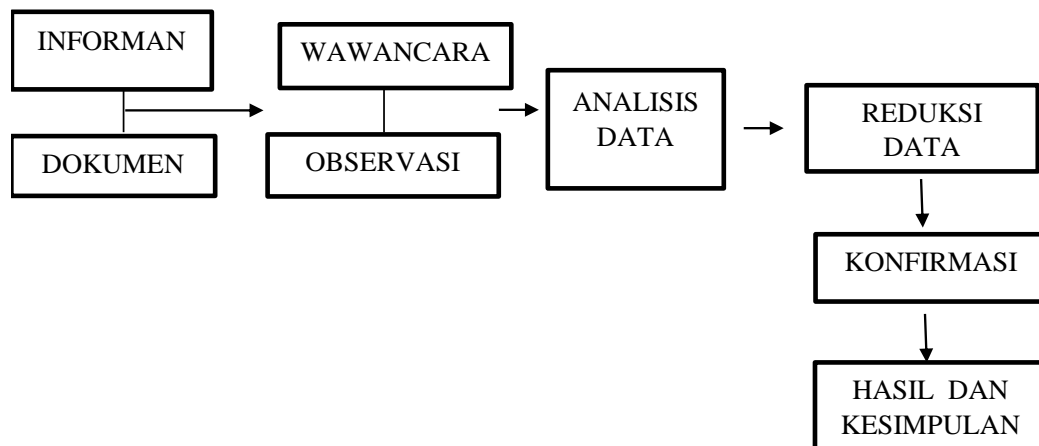
Tanah kavling dan rumah kavling CV. 99 Bersinar berlokasi di daerah Benjeng dan Kedamean. Pada tahap satu proyek tanah kavling CV. 99 Bersinar terletak di Desa Bengkeloh Lor, Kecamatan Benjeng, Kabupaten Gresik dengan total tanah kavling 36 dengan berbagai ukuran. Penyelesaian proyek tahap satu ini, menyelesaikan dalam kurun waktu sekitar 10 bulan dengan metode pembayaran *cash* dan kredit. Tahap dua proyek tanah kavling CV. 99 Bersinar terletak di Desa Njarakan, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik dengan total 21 unit tanah kavling. Penyelesaian proyek tahap 2 ini dalam waktu 7 bulan berjalan. Pada tahap tiga proyek tanah kavling CV. 99 Bersinar dengan total 38 tanah kavling, berbeda dengan tahap 1 dan 2 karena pada tahap ini ada pembagian petak, 13 proyek tanah kavling, 24 proyek rumah kavling, dan 1 fasilitas musholah. Menyajikan berbagai keuntungan yang didapat oleh *user* beli seperti legalitas aman, pembayaran *cash* potongan, kredit tanpa bunga, akad notaris, serta investasi yang menguntungkan.

CV. 99 Bersinar selalu mengupayakan dalam memberikan pelayanan dan produk terbaik untuk para *user* nya. Perusahaan ini tumbuh dan berkembang ketika Indonesia mengalami guncangan pandemi covid-19, yang berakibat beberapa industri mengalami penurunan. Namun, perusahaan ini justru memulai usahanya dengan baik dan dapat memberikan produk yang terbaik dengan harga yang dapat diterima oleh masyarakat. Produk yang ditawarkan oleh CV. 99 Bersinar semakin memudahkan para *user* untuk mendapatkan tanah kavling yang didapat. Namun, para *user* dalam memutuskan pembelian perlu *crosscek* untuk mendapatkan tanah yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. CV. 99 Bersinar berkomitmen memberikan yang terbaik dengan memenuhi harapan para *user* nya.

Tingginya permintaan atas tempat tinggal atau rumah dengan fasilitas penduduk menyebabkan berdirinya perusahaan-perusahaan properti yang menyediakan pemukiman terpadu. Permasalahan yang dihadapi CV. 99 Bersinar adalah tidak tercapainya target proyek dalam satu periode, hal ini disadari dengan banyaknya persaingan dengan produk yang ditawarkan sama.

Berdasarkan hal ini, CV. 99 Bersinar menyadari keberadaan pesaing sangat berpengaruh terhadap kelajuan perusahaan. Keberadaan SDM dengan mutu yang tinggi guna memenuhi kebutuhannya menjadi tantangan tersendiri bagi CV. 99 Bersinar. Perencanaan pengembangan usaha yang matang guna mengatasi hambatan yang dilalui perusahaan agar terus berjalan dan sesuai target periode.

Kerangka penelitian yang digunakan digambarkan pada bagan berikut :



Gambar 1 Kerangka Penelitian

Sumber: Peneliti, 2024

Metode

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian fenomenologi dengan metode kualitatif deskriptif, metode penelitian ini yang berdasarkan filsafat *postpositivisme* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna generalisasi (Sugiyono (2016:9). Berdasarkan di atas, maka penelitian ini sangat relevan dengan menggunakan

metode penelitian kualitatif karena fokus penelitian ini menjelaskan permasalahan yang dihadapi oleh CV. 99 Bersinar dalam mengembangkan usahanya.

Jenis Data

Jenis data yang penelitian ini dapat dibedakan menjadi tiga yaitu :

1. Data subjek : 1 pemilik
2. Data fisik : Kantor pemasaran dan lokasi tanah kavling CV. 99 Bersinar.
3. Data dokumenter : Data wawancara, observasi, dan data lainnya yg terkait dengan CV. 99 Bersinar

Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer ini diperoleh secara langsung oleh peneliti di lapangan atau lokasi penelitian dengan mengobservasi ataupun wawancara dengan informan yang bersangkutan dengan penelitian. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah diolah maupun diperoleh dari peneliti.

Hasil dan Pembahasan

CV. 99 Bersinar perusahaan yang bergerak dalam bidang properti dan menjadi pilihan masyarakat untuk investasi jangka panjang. Perusahaan yang berdiri tiga tahun berjalan ini terus menerus mencari jati dirinya untuk mengembangkan usaha. Persaingan di dunia properti seiring berkembangnya zaman mulai bermunculan, membuat CV. 99 Bersinar semakin berusaha untuk menyaingi kompetitor yang lain. Kompetitor yang menawarkan berbagai produk yang menarik membuat acuan perusahaan untuk tidak ingin kalah saing dalam dunia usaha. Ketika Boyd, Walker dan Larrache di tahun (2000:248) menyatakan bahwa pesaing (*competitor*) adalah struktur industri, sepak terjang berbagai kekuatan persaingan yang memengaruhi kemampuan suatu industri.

RBV (*Resources Based View*)

Adanya faktor internal dan eksternal yang seringkali mengalami transfigurasi perlu dipertimbangkan oleh manajemen CV. 99 Bersinar sehingga dapat bertahan mampu dimasa mendatang. Untuk itu perlu adanya suatu pendekatan internal yang meliputi sumber daya (*resource*) perusahaan yang dapat menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian, dapat diketahui

penelitian menggunakan teori RBV dapat menganalisis keunggulan strategi berdasarkan sumber daya dan kapabilitas yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain dan mengevaluasi strategi bersaing pada CV. 99 Bersinar.

Berdasarkan data wawancara yang telah dijelaskan oleh pemilik CV. 99 Bersinar bernama Bapak Luky Alfianto mengungkapkan keunggulan perusahaan lain yaitu dengan segi harga dan proses pembayaran dalam sistem kredit.

“sistem pembayaran yang kami terapkan disini saya mengusahakan tidak membebani *user* dan juga tidak merugikan perusahaan. Alhamdulillah untuk sistem seperti ini juga insya Allah berkah untuk kedepannya, karena sistem pembayaran kredit yang kami gunakan ialah kredit tanpa bunga, tanpa adanya denda/potongan. Ibaratnya sistem syariah yang tanpa bunga”

Sistem pembayaran yang mudah ini tentunya menjadi salah satu pertimbangan cukup memuaskan bagi calon konsumen CV. 99 Bersinar yang hendak membeli properti secara kredit.

“kami menerapkan sistem seperti ini selain menghindari dari akad-akad bathil, juga mendengarkan aspirasi dari calon konsumen kami. Sebagian besar perusahaan lain masih menggunakan bunga tambahan jika pembayarannya kredit serta ada denda jika konsumen itu telat membayar jatuh tempo”

Berdasarkan pemaparan diatas dapat diketahui bahwa calon konsumen juga memerhatikan kemudahan bertransaksi secara terbuka dan sesuai dengan konsumen. Masalah yang timbul dengan adanya sistem seperti ini, sekitar 30 persen konsumen melalaikan pembayaran yang berakibat tidak sesuai arus kas pada tiap bulan.

Inovasi

Mengacu pada *Doblin Innovation Framework* terdapat sepuluh tipe inovasi dibagi menjadi tiga kategori besar yaitu *configuration*, *offering*, dan *experience*. Ketiga kelompok tersebut merupakan strategi inovasi perusahaan yang digunakan dalam meningkatkan aspek internal perusahaan sebagai sarana untuk memasarkan hasil eksternal yang baik.

1. Configuration

Konfigurasi dalam kaitannya dengan inovasi ini berfokus pada pekerjaan perusahaan dibelakang layar. Tipe inovasi ini tidak langsung berhubungan dengan pelanggan, namun berhubungan dengan keseimbangan perusahaan.

Pada tahap pertama yaitu *profit model*, yaitu bagaimana perusahaan dapat menghasilkan uang, dan mendapatkan keuntungan ketika menemukan ide yang baru. CV. 99 Bersinar untuk mendapatkan keuntungan yang lebih ini dengan menampilkan produk baru yaitu rumah kavling. Proyek rumah kavling ini mulai terbentuk pada Bulan Oktober 2023 dengan cara yang baru guna mengembangkan produk mereka.



Gambar 2 Contoh Rumah Kavling

Pada tahap kedua adalah *network*, dengan cara perusahaan menangani hubungan dengan perusahaan lain untuk kepentingan bersama dan memanfaatkan jaringan untuk meningkatkan kemitraan. Berdasarkan hasil wawancara, CV. 99 Bersinar telah melakukan hubungan kemitraan dengan PT. Ahsana Properti Mojokerto. Kedua perusahaan ini saling bermitra dalam membangun proyek rumah kavling yang diberi nama Tanjung Bersinar. Inovasi *structure* menjadi tahap ketiga, yaitu dengan keselarasan bakat para karyawan pada setiap divisi yang berkaitan. Perusahaan tanah kavling ini sedikit demi sedikit telah melakukan perubahan terhadap struktur organisasi, yang awalnya hanya memiliki satu admin, pada Bulan Agustus 2023 telah memiliki 4 karyawan tambahan yaitu tim marketing, tim legal, dan pengawas proyek guna keefektifan perusahaan sesuai dengan

tujuannya.

Tahap keempat adalah *process*, berkaitan dengan keefektifan perusahaan dalam mengurangi waktu produksi dan mengurangi biaya yang tidak perlu dikeluarkan. CV. 99 Bersinar dalam hal operasionalnya melakukan proses yang sedemikian rupa untuk proyek rumah kavling ini, berbagai cara untuk membangun proyek rumah kavling ini agar berjalan sesuai rencana dan target perusahaan.

2. Offering

Menurut Doblin, *product performance* dan *product system* merupakan tipe inovasi pada penawaran produk, berhubungan dengan pelanggan, layanan, pengalaman, dan nilai produk itu sendiri. *Product performance* berfokus pada nilai dan fitur kualitas produk. Dapat diketahui dengan pengembangan produk baru dengan meningkatkan produk yang sudah ada guna meningkatkan nilai jual. Tanjung bersinar *cluster* ini berbeda dengan proyek tanah kavling sebelumnya, menjadikan rumah hunian yang layak dan berkah untuk para konsumen. Konsep yang modern sangat mendukung kepribadian bagi kaum muda yang baru memiliki rumah.



Gambar 3 Contoh Design Rumah

Product System pada tahap ini hampir sama dengan kinerja produk, lebih tepatnya selain produk utama terdapat produk pelengkap yang menunjang nilai lebih pada produk itu sendiri. Fasilitas umum yang diberikan kepada konsumen Tanjung Bersinar selain akses jalan dekat dekat pemukiman dan daerah yang ramai juga memberikan fasilitas musholah yang terletak di depan

cluster. Hal tersebut menjadi poin tambahan kepada konsumen karena sudah memiliki musholah yang dekat dengan rumah mereka.



Gambar 4 Design Musholah Tanjung Bersinar

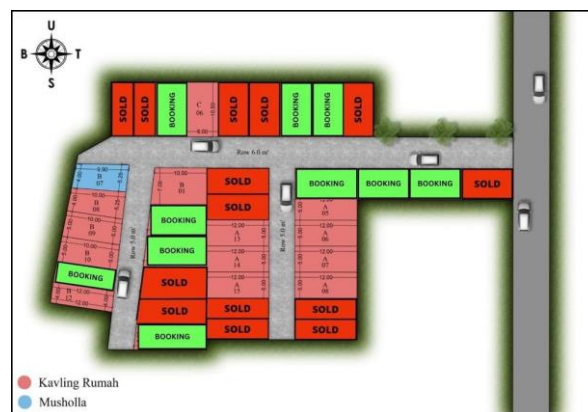
3. Experience

Inovasi *service* berkaitan dengan hubungan antara konsumen dan pebisnis. Hal tersebut berkaitan dengan seberapa hubungan baik kepada konsumen, kepuasan konsumen, penyelesaian komplain dengan baik. Pada saat proses pemasaran proyek Tanjung Bersinar, CV. 99 Bersinar dan PT. Ahsana Properti berusaha semaksimal mungkin untuk melayani para calon konsumen yang ada. Berbagai keluhan, saran, dan menyelesaikan masalah dihadapi dengan baik oleh para karyawan. Hal tersebut dapat menjadi nilai tambah bagi para calon konsumen yang akan membeli produk tersebut.



Gambar 5 Pelayanan Calon Konsumen

Inovasi pada *brand* berkaitan dengan citra merek dari bisnis, pada hal ini yang dinilai adalah pada calon konsumen/konsumen yang bisa membandingkan dengan kompetitor yang lain. Untuk strategi *brand* diperkuat dan juga harus mempertimbangkan nilai perusahaan dan produk. pada saat *grand opening* Tanjung Bersina *cluster* yang diadakan pada tanggal 30 Oktober 2023 sebanyak 10 calon konsumen telah memboking untuk beberapa *cluster*. Representasi dari satu hari ini membuahkan hasil yang cukup bagi perusahaan, *brand* mulai dikenal oleh masyarakat dan bisa mengenalkan ke masyarakat yang lebih luas dengan adanya rumah kavling Tanjung Bersinar.



Gambar 6 Site Plan Tanjung Bersinar

Dynamic Capability

Kapabilitas dinamik menekankan eksploitasi yang ada, baik internal maupun eksternal guna menghadapi keadaan yang berubah dengan cepat. Menurut (Wang dan Ahmed, 2007) kapabilitas dinamik dapat dianalisis dengan tiga elemen utama, yaitu (*adaptive capabilities, absorptive capabilities, dan innovative capabilities*).

1. *Adaptive Cabalities*

Kemampuan adaptif perusahaan ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi dan memanfaatkan pasar yang berkembang, termasuk kemampuan perusahaan untuk merespons peluang eksternal, memantau pelanggan dan pesaing dengan mengalokasikan sumber daya untuk pemasaran.

Dari hasil wawancara dan pengamatan dari CV. 99 Bersinar dapat memaparkan peluang, memonitor pasar, memindai konsumen dan pesaing. Tindakan pengembang dalam menanggapi peluang

disesuaikan dengan sumber daya yang dimiliki. Hal ini, membuat CV. 99 Bersinar dapat menawarkan produk dengan baik karena sesuai dengan kriteria yang dicari. Berikut ini kutipan wawancara dengan narasumber

“setelah kami analisa dengan beberapa karyawan, kami sedikit mengerti kalau beberapa calon konsumen kami meminta *cashback* atau hadiah tambahan jika mereka melakukan transaksi lunas, hal itu sudah kami terapkan dengan mempertimbangkan keadaan kami”

Kegiatan mencari peluang baru untuk mendapatkan konsumen serta mengevaluasi pasar dan pesaing guna mengetahui apakah sistem manajemen perusahaan dapat menanggapi dengan cepat terkait pergeseran prioritas bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa CV. 99 Bersinar mampu mengembangkan kapabilitas adaptif dengan mulai memberikan keinginan konsumen sebagai dasar memonitor pasar dan mengeksplorasi sumber daya lain untuk memajukan peluang yang ada.

2. *Absorptive Capabilities*

Kapabilitas absorptif ini penting dimiliki oleh perusahaan karena kemampuannya untuk mentransformasi pengetahuan baru (yang dibutuhkan) menjadi pengetahuan yang dapat digunakan (Adeniran & Jonhston, 2012). Kapabilitas absorptif merupakan fungsi dari keahlian perusahaan, upaya teknologi internalnya dan kaitannya dengan sumber pengetahuan eksternal (Lall, 1992).

Kapabilitas absorptif memiliki empat dimensi yaitu akuisisi, asimilasi, transformasi, dan eksploitasi (Zahra & George, 2002). Dalam wawancara dan pengamatan, ditemukan bahwa perusahaan tidak memiliki pengembangan terkait dengan bukti pembayaran yang sistematis. Proses akuisisi pengetahuan yang dialami CV. 99 Bersinar ini belum diterapkan, hal ini diketahui dari data yang diperoleh dan belum optimal dalam mengembangkan operasi perusahaan.

“...memang kurangnya kami dari proses input data konsumen ke aplikasi yang lebih sistematis, kami masih menggunakan kwitansi tertulis dan dilanjutkan input manual melalui excel, tetapi kami sudah mengupayakan untuk mencari aplikasi yang terjangkau dan lebih lengkap”

Dari hasil wawancara dapat dipaparkan bahwa belum melakukan asimilasi dan transformasi. Proses eksploitasi dilakukan oleh CV. 99 Bersinar guna memperbaiki operasional perusahaan pada kegiatan operasional maupun pengembangan produk kompetitor.

Proses eksploitasi belum dijalankan secara optimal karena tidak didasari dengan asimilasi dan transformasi pengetahuan dan kemampuan yang ada. Kapabilitas absorptive sering tercermin dalam inovasi perusahaan dan kemampuannya dalam memanfaatkan pengetahuan baru dan penting untuk kegiatan inovasi perusahaan (Cohen & Levinthal, 1989).

3. *Innovative Capabilities*

Kapabilitas inovatif bagi perusahaan memicu peningkatan *competitive advantage* (Adeniran & Johnston, 2012). Konsekuensi agar perusahaan terus mampu memiliki *competitive advantage* yang besar, jelas diperlukan inovasi dalam waktu cepat (Wang & Ahmed, 2004) bahwa keberhasilan dan daya juang perusahaan amat tergantung kepada kemampuannya menciptakan nilai baru, kemampuannya berinovasi (Adeniran & Johnston, 2012).

Dari hasil pengamatan dan wawancara, CV. 99 Bersinar melakukan inovasi produk, dan layanan. Produk yang dikembangkan oleh CV. 99 Bersinar ialah dengan pasarkan tanah kavling dan rumah kavling siap bangun yang ber-IMB (Izin Mendirikan Bangunan).

“baru-baru ini kami telah menambah fasilitas untuk para konsumen kami, kami fasilitasi dengan adanya tanah kavling siap bangun ber-IMB atau Izin Mendirikan Bangunan, kebanyakan masyarakat tidak mau ribet jika sudah berhubungan dengan izin-perizinan, maka kami fasilitasi para konsumen dengan itu”

“untuk memasarkan produk kita juga ada yang baru, selain di media sosial dan sebar brosur. Kami juga melakukan *gathering* konsumen yang dilakukan di hotel, dengan menarik konsumen secara luas dan mencapai target per periode kami”

Salah satu upaya guna pengembangan usaha terus dilakukan, namun hal tersebut masih terus menjadi evaluasi agar lebih optimal. Menurut (Saunila, 2016) kapabilitas inovatif perusahaan bergantung pada pengetahuan yang dimilikinya, dan juga kemampuannya untuk menerapkan. CV. 99 Bersinar harus menciptakan kapabilitas inovatif bukan hanya untuk menciptakan produk atau layanan baru juga memperbaiki strategi perusahaan guna menciptakan nilai tambah baru kepada konsumen maupun calon konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Tahap RBV (Resources Based View) yang digunakan pada CV. 99 Bersinar adalah dengan memudahkan cara pembayaran para konsumen, dengan adanya pembayaran kredit tanpa bunga, tanpa potongan dan denda jika melebihi jatuh tempo. Tujuan utama dengan adanya program tersebut menghindarkan dari transaksi yang bathil dan menjaga keberkahan dalam pembelian produk.
2. Inovasi yang digunakan CV. 99 Bersinar ialah bekerja sama dengan perusahaan lain yaitu PT. Ahsana Properti dan membuat proyek baru rumah kavling Tanjung Bersinar. Inovasi yang dilakukan CV. 99 Bersinar guna memertahakan operasional perusahaan dan meningkatkan nilai produk baru, menjalin hubungan dengan para calon konsumen yang baik dengan diadakannya *gathering* konsumen.
3. Teori *Dynamic capability* pada CV. 99 Bersinar melihat pesaing yang memiliki produk yang sama, hasil yang ditemukan bahwa pada sistem operasionalnya CV. 99 Bersinar masih menggunakan manual tanpa adanya aplikasi yang sistematis.

Daftar Referensi

- Admin. (2022). *Perkembangan Perumahan Gresik*. Property and the City. <https://propertyandthecity.com/perkembangan-perumahan-gresik/>
- Nugraha, R. (2021). *Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Penjualan Properti Tanah Kavling di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada PT Aditya Global Sejahtera)*. Skripsi. Universitas Lambung Mangkurat.
- Oktavia, S. (2017). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Giri Mukti Residence Sumedang*. Skripsi. Universitas Pasundan.
- Rahmi. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Tanah Kavling pada PT. Mah Sajajar Djaya di Banjarmasin*. Skripsi. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Reksa. (2023). *Pembangunan Smelter Freeport di Gresik, Tingkatkan Hunian Ekspatriat di Surabaya*. Bisnis dan Invest. <https://bisnisdaninvest.com/2023/07/21/pembangunan-smelter-freeport-di-gresik-tingkatkan-hunian-ekspatriat-di-surabaya/>
- Sholahuddin, M. (2022). *Properti di Gresik Merangkak Naik Lagi, Pengembang Ubah Konsep Hunian*. JawaPos.com. <https://www.jawapos.com/surabaya-raya/01378336/properti-di-gresik-merangkak-naik-lagi-pengembang-ubah-konsep-hunian>
- Anugrah, D., Andini. (2022) *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Tanah Kavling Pada PT Brilliant Mina Bumi*. Thesis. STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya.

- Eka Silvia, Vicky F Sanjaya, K. (2022). *Pengaruh Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Tanah Kavling di CV. BI PROPERTY (Studi Pada Konsumen Produk Tanah Kavling Di CV. BI Property Bandar Lampung)*. Artikel. Politeknik Kutaraja.
- Admin. (2022). *Surabaya Sudah Penuh Gresik Terpopuler Untuk Berinvestasi Property*. <https://forestcerme.com/index.php/2022/02/04/surabaya-sudah-penuh-gresik-terpopuler-untuk-berinvestasi-property>
- Admin. (2022). *Berkembang Pesat di Gresik Selatan*. Property and the city. <https://propertyandthecity.com/berkembang-pesat-di-gresik-selatan>
- Cahyo Bagus Setiawan, H., Hidayat, N., Dwi Komara, B., Kurniawan, A., & Study Program, E. (2021). Dynamic Capability Pesantren Entrepreneur. *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 3(2), 58–67.
- Muharam, D. R. (2017). Penerapan Konsep Resources-Based View (RBV) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 14(1), 82–95. <https://doi.org/dx.doi.org/10.31113/jia.v14i1.4>
- Rahmi, V. A., Fathoni, M. Z., & Ismanto, H. (2020). Potensi Lokal Pengembangan Bisnis Desa Saat Pandemi Tengah Melanda Negeri. *MATRIK: Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri - Produksi*, 21(1), 53–62. <https://doi.org/10.350587/Matrik>
- Rahmi, V. A., & Sudarmiatin. (2022). Resiliensi Bisnis UMKM Produk Olahan Ikan selama Masa Pandemi: Peluang dan Kendala. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 178–190. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v8i2.7189>
- Setiawan, M. R. Y., Kurniawan, A., Rahmi, V. A., & Ismanto, H. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kafe “Inspirasi Kopi” Dengan Metode Business Model Canvas Dan Ten Types Of Innovation. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(5), 319–326. <https://doi.org/doi.org/10.61132/maeswara.v1i5.273> Strategi
- Sudrajat, D. (2013). Kapabilitas Dinamik, Kinerja Inovasi, dan Kinerja Perusahaan Jasa Logistik di Indonesia (Suatu Kerangka Penelitian). *Binus Business Review*, 4(2), 798–811. <https://doi.org/doi.org/10.21512/bbr.v4i2.1396>

