

## ABSTRAK

Rumah liar merupakan rumah ilegal yang dihuni oleh masyarakat berpenghasilan rendah dan pekerja industri. Untuk memenuhi kebutuhan mereka akan hunian yang layak, terjangkau, dan sesuai kebutuhan serta mengurangi jumlah rumah liar di Kota Batam, maka dibangunlah rumah susun sewa oleh BP Batam. Saat ini, rumah susun tersebut tersebar di 5 lokasi kawasan industri di Kota Batam. Seiring berjalannya waktu, terdapat beberapa masalah yang menyebabkan terjadinya penurunan jumlah penghuni rumah susun pada tahun 2017-2018. Masalah tersebut seperti kelesuan ekonomi, kurangnya strategi pemasaran, dan banyaknya sarana/prasana rumah susun yang rusak dan tidak diperbaiki. Meski sudah dilakukan pembenahan dan membaiknya keadaan ekonomi, masih banyak masyarakat yang tidak tertarik untuk menghuni rumah susun BP Batam dan memilih untuk tinggal di rumah liar.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengusulkan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat masyarakat dalam menempati rumah susun milik BP Batam. Aspek-aspek yang diteliti meliputi faktor keadaan internal, faktor keadaan eksternal, Matriks IE, Matriks TOWS, dan usulan strategi pemasaran melalui STP dan bauran pemasaran.

Teknik pengambilan data menggunakan *Forum Group Discussion* (FGD) sebagai data primer dan data perusahaan serta artikel sebagai data sekunder. Sampel pada penelitian ini sebanyak 6 orang yang selanjutnya disebut sebagai narasumber. Narasumber akan ditanyakan mengenai aspek-aspek yang akan diteliti.

Faktor keadaan internal rumah susun BP Batam terdiri dari frekuensi penawaran yang tinggi, fasilitas dan sarana/prasarana yang lengkap, struktur bangunan yang baik, struktur pengelolaan yang baik, letaknya tersebar di Kota Batam, jumlah SDM kurang, SDM kurang kompeten, terikat dengan PERKA, lemahnya birokrasi, dan anggaran kurang. Faktor keadaan eksternal terdiri dari kontrak hunian sementara, pengembangan usaha, peningkatan pariwisata, revitalisasi, kebijakan pemerintah, pengembangan pembangunan, penyewaan hunian oleh masyarakat sekitar rumah susun, tingkat pertumbuhan ekonomi, adanya inovasi dari pengelola rumah susun lainnya, kondisi saat ini, dan tingkat industri negara lain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rumah susun BP Batam berada di sel 5 dalam Matriks IE yang disebut *growth strategy* dengan konsentrasi melalui integrasi horizontal. Strategi pemasaran yang diambil sebaiknya Strategi SO (*Strength-Opportunity*). Strategi SO (*Strength-Opportunity*) dipilih karena nilai kekuatan dan peluang lebih besar dari kelemahan dan ancaman.

BP Batam dapat memperhatikan usulan strategi SO (*Strength-Opportunity*) yang dapat digunakan dalam memasarkan rumah susun yang mereka kelola. Sehingga BP Batam dapat menarik minat masyarakat Kota Batam dalam menghuni rumah susun BP Batam, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi jumlah rumah liar (ruli) di Kota Batam.

**Kata Kunci:** Faktor Keadaan Eksternal, Faktor Keadaan Internal, Matriks IE, Matriks TOWS, dan Usulan Strategi Pemasaran.