

ABSTRAK

Perkembangan industri pengembang perumahan yang kompetitif, menuntut perusahaan pengembang perumahan untuk melakukan inovasi terhadap produk perumahannya. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan pengembang perumahan adalah dengan mulai menargetkan generasi milenial sebagai pasar dari produk perumahannya. Banyaknya generasi milenial yang memasuki angkatan kerja dan berumah tangga, membuat mereka sebagai pembeli potensial pasar properti yang lebih besar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses perumusan strategi bisnis pengembang perumahan yang menargetkan generasi milenial pada PT Kanzu Permai Abadi. Analisis strategi bisnis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis lingkungan eksternal melalui analisis PESTEL dan Porter, analisis lingkungan internal melalui analisis fungsi bisnis, dan perumusan strategi melalui analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan dengan wawancara semi terstruktur kepada pihak strategis pemilik dan pihak pemasaran dari PT Kanzu Permai Abadi. Validasi penelitian dilakukan dengan triangulasi data.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bagian SO (*Strength-Opportunity*) merupakan alternatif strategi terpilih PT Kanzu Permai Abadi. Implikasi strategis perusahaan menerapkan strategi agresif di bagian pemasaran dengan menargetkan generasi milenial sebagai pasar potensial, memaksimalkan teknologi melalui media sosial, menciptakan *branding* kuat sebagai pengembang perumahan bagi generasi milenial, dan menjadi perusahaan perumahan yang terdiferensiasi dengan pesaingnya. Kesesuaian strategis menjadikan perusahaan PT Kanzu Permai Abadi memperoleh keunggulan kompetitifnya.

Kata Kunci: *Strategi Bisnis, Pengembang Perumahan, Generasi Milenial.*