

STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING JASA KONTRUKSI PADA PT. JATRA SEJAHTERA MOJOAGUNG JOMBANG

Mahfudiyanto¹, Alfiatus Sa'adah²

¹ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy'ari

Informasi Artikel

Diterima: 2 Juni 2024

Revisi: 10 Juni 2024

Diterima: 15 Juni 2024

Kata kunci:

Strategi Pemasaran, Keunggulan Bersaing

Korespondensi

mahfudiyanto563@gmail.com

alfiatussadah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Jatra Sejahtera Mojoagung Jombang dalam rangka untuk meningkatkan keunggulan bersaing jasa kontruksi, penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Hasil dalam penelitian ini penunjukkan bahwa upaya perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing yaitu dengan meningkatkan kualitas kerja, dengan cara meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan melalui pelatihan dan pengembangan dapat membantu perusahaan menghadapi tantangan yang kompleks, mengembangkan metode kerja, menggunakan metode manajemen proyek yang baik dapat membantu perusahaan menyelesaikan proyek tepat waktu dan dalam anggaran, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan, melengkapi dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk pekerjaan kontrak agar sesuai standar nasional, misalnya : sertifikat pekerja, sertifikat alat, sertifikat iso. Keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan sangat baik pengalaman senior dan kemampuan untuk memproduksi alat sesuai yang diinginkan adalah aset berharga. Kemampuan untuk memproduksi alat sesuai metode yang diinginkan menunjukkan fleksibilitas dan adaptabilitas perusahaan. Perusahaan harus memanfaatkan keunggulan ini untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik lebih banyak pelanggan.

How to Cite

Kutip dokumen ini: Mahfudiyanto & Sa'adah, A., (2024). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING JASA KONTRUKSI PADA PT. JATRA SEJAHTERA MOJOAGUNG JOMBANG. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 6(3), 404-408. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i3.6738>

PENDAHULUAN

Di era modern saat ini, persaingan bisnis antar perusahaan yang sejenis semakin tinggi, maka perusahaan diuntut untuk mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat maka akan menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dimana setiap perusahaan menawarkan keunggulan-keunggulan dari produk yang dihasilkannya keadaan ini menjadi salah satu

faktor pendorong terciptanya persaingan bagi semua kalangan yang khususnya para pelaku bisnis, strategi Pemasaran merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada pelanggan dan hal ini menjadi penting karena akan berhubungan dengan laba yang akan dicapai oleh perusahaan. Strategi pemasaran akan berguna secara optimal bila didukung oleh perencanaan yang terstruksur baik dalam segi internal maupun eksternal perusahaan. Dalam ilmu pemasaran, sebelum melakukan berbagai macam promosi atau pendekatan pemasaran lainnya. Perusahaan harus terlebih dahulu membidik pasar atau segmen secara jelas.

PT. Jatra Sejahtera adalah perusahaan swasta nasional yang didirikan pada bulan Agustus tahun 2009 di Kabupaten Jombang, Jawa Timur dengan lingkup pelayanan jasa kontraktor pembangunan gedung, jalan, jembatan, irigasi dan bendungan, serta perencanaan dan pelaksanaan dalam bidang tata ruang. PT. Jatra Sejahtera merupakan pengembangan dari CV. Jala Sutra dan Bengkel Sidogede yang dirintis pada tahun 1980 di tempat dan dengan lingkup kerja yang sama. Seiring dengan berjalannya waktu serta menitikberatkan pada pekerjaan pemasangan girder, maka berkembanglah beberapa sistem atau metode kerja yang diterapkan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam laporan ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono dalam (Witara, 2023), metode penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme yang biasa digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti berperan sebagai instrument kunci dan melakukan melukiskan suatu keadaan secara objektif atau berdasarkan fakta-fakta yang tampak. Dengan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui informasi secara mendetail mengenai kegiatan magang, karena di dalamnya berisi deskripsi mengenai setiap kegiatan yang dilakukan berdasarkan wawancara, observasi, dokumentasi dan juga catatan lapangan secara langsung, metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci (Hasniaty & Sumanto, 2023). Karena didalamnya berisi deskripsi mengenai kegiatan yang dilakukan berdasarkan Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui informasi secara mendetail mengenai strategi perusahaan dalam meningkatkan pakasitas pemasaran dalam praktek bisnisnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran PT. Jatra Sejahtera

Pada dasarnya strategi pemasaran kontraktor dapat dikelompokkan ke dalam empat karateriksik; pemilihan pasar, produk, harga, distribusi, dan promosi. Keempat hasil tersebut akan memberikan gambaran umum tentang strategi pemasaran produk jasa kontraktor. Perbedaan dalam hal cara penyusunan rencana pemasaran pada kontraktor besar, menengah, dan kecil, tampaknya tidak membuat pendekatan strategi pemasaran mereka secara umum berbeda satu sama lainnya.

Hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya perberdaan yang berarti antara kontrator besar, menengah, dan kecil dalam melaksanakan strategi pemilihan pasar sasaran (market selection) dan strategi bauran pemasaran (marketing mix). (Soemardi, 2007) dimana Saat ini, tingkat kompetensi didunia bisnis konstruksi terus meningkat secara tajam dari hari

ke hari. Persaingan dalam dunia bisnis semakin banyak, sehingga menuntut banyak perusahaan untuk menyusun strategi bisnis agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.

PT. Jatra Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa konstruksi yang telah memiliki pemahaman mengenai strategi pemasaran. Menurut Kurtz (2008), Penafsiran strategi pemasaran merupakan totalitas program perusahaan dalam memastikan sasaran pasar serta memuaskan konsumen dengan membangun campuran elemen dan marketing mix, produk, distribusi, promosi, serta harga.(Ulfithroh, 2023). Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Jatra Sejahtera yaitu strategi harga. Dalam penetapan strategi harga yang ditawarkan sangat mempengaruhi akan kelangsungan berjalannya suatu perusahaan. Penanggung jawab dalam pemasaran jasa perusahaan yaitu tim marketing.

Menurut Tjiptono dkk, (2008), mengatakan harga selaku salah satu elemen bauran pemasaran yang memerlukan pertimbangan. Namun pada faktanya adalah seringkali ada yang merasa kemahalan dari pihak konsumen(Ulfithroh, 2023). Harga merupakan elemen yang sangat penting karena harga merupakan satu-satunya elemen yang mempengaruhi pendapatan dari perusahaan. Perusahaan akan memilih pengguna jasa konstruksi yang memberikan harga penawaran tertinggi terhadap produk jasanya yang telah diajukan, sehingga kemudian akan dituangkan dalam rencana anggaran biaya (RAB) sampai kedalam kontrak perjanjian kerja, dimana telah adanya persetujuan harga antara perusahaan dan pengguna jasa, baik dari pihak swasta maupun pengguna jasa dari pihak pemerintah. Dokumen pendukung yang dibutuhkan oleh perusahaan saat melakukan pemasaran yaitu, surat penawaran, compex profil, surat dukungan. Harga yang ditawarkan biasanya berdasarkan pasar dan bahan baku. Perusahaan akan mengevaluasi yang ditawarkan dengan harga dipasar. Apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan harga kondisi pasar dan sesuai dengan anggaran perusahaan maka pihak perusahaan akan melakukan penandatanganan kontrak harga paket pekerjaan yang akan dilaksanakan atau dikerjakan.

Sebelum dilakukannya penentuan harga sebelum penawaran yang dilakukan PT. Jatra Sejahtera yaitu memiliki rumus yang tercantum seperti lokasi, ukuran dan jumlah material yang dikerjakan, volume pekerjaan (jarak), tingkat kesulitan pengerjaan. PT. Jatra Sejahtera yaitu menawarkan metode yang spesifik dan segi harga, kualitas, keamanan dan waktu penyelesaian yang paling cepat. Apabila harga yang ditawarkan PT. Jatra Sejahtera sesuai dengan kondisi pasar dan sesuai anggaran perusahaan maka pihak perusahaan akan melakukan penandatanganan kontrak harga yang akan dilaksanakan atau dikerjakan, sebelum dilakukannya penandatanganan kontrak harus ada kesepakatan kedua belah pihak, namun apabila PT. Jatra Sejahtera melakukan wanprestasi/tidak bisa menyelesaikan pekerjaan, maka kontrak akan di take over oleh pihak lain. Cara PT. Jatra Sejahtera dalam menentukan harga sebelum dilakukannya penawaran yaitu menetapkan harga berdasarkan harga pesaing dengan menggunakan harga kompetitor sebagai referensi, Hasil dari strategi harga tersebut selama ini berhasil namun yang menjadi kelemahan PT. Jatra Sejahtera yaitu kalah mengenai harga. Adapun perusahaan yang dikerjakan PT. Jatra Sejahtera Tahun 2023 yaitu sebagai berikut.

1. Jemb. Makarti – Morowali
2. A. Tol IKN Karangjoang – KKT (wein)
3. B. Tol IKN Karangjoang – KKT (OP)
4. Proyek Jemb Kapuas
5. Citra Garden buduran – Sidoarjo

2. Upaya perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing

- a. Meningkatkan kualitas kerja, dengan cara meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan melalui pelatihan dan pengembangan dapat membantu perusahaan menghadapi tantangan yang kompleks.
- b. Mengembangkan metode kerja, menggunakan metode manajemen proyek yang baik dapat membantu perusahaan menyelesaikan proyek tepat waktu dan dalam anggaran, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan.
- c. Melengkapi dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk pekerjaan kontrak agar sesuai standar nasional, misalnya : sertifikat pekerja, sertifikat alat, sertifikat iso.

Keunggulan kompetitif adalah keuntungan yang dimiliki perusahaan, sebagai akibat dari pemanfaatan dari sumber daya strategisnya melalui kemampuan organisasi seperti biaya, inovasi dan keunggulan harga. Selain memiliki kapabilitas manajemen dan pemasaran, perusahaan kontruksi juga perlu memastikan bahwa mereka kompetitif dan mampu menanggung tantangan dalam persaingan kompetitif pada industri kontruksi. Keunggulan kompetitif yang dimiliki PT. Jatra Sejahtera yaitu :

1. Senior dalam hal pengalaman
2. Bisa memproduksi alat sesuai metode yang diinginkan hampir semua bisa sesuai permintaan dari pemesanan

KESIMPULAN

Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Jatra Sejahtera yaitu strategi harga. Dalam penetapan strategi harga yang ditawarkan sangat mempengaruhi akan kelangsungan berjalannya suatu perusahaan. Penanggung jawab dalam pemasaran jasa perusahaan yaitu tim marketing.

Harga merupakan elemen yang sangat penting karena harga merupakan satu-satunya elemen yang mempengaruhi pendapatan dari perusahaan. Perusahaan akan memilih pengguna jasa kontruksi yang memberikan harga penawaran tertinggi terhadap produk jasanya yang telah diajukan, sehingga kemudian akan dituangkan dalam rencana anggaran biaya (RAB) sampai kedalam kontrak perjanjian kerja, dimana telah adanya persetujuan harga antara perusahaan dan pengguna jasa, baik dari pihak swasta maupun pengguna jasa dari pihak pemerintah. Dokumen pendukung yang dibutuhkan oleh perusahaan saat melakukan pemasaran yaitu, surat penawaran, company profil, surat dukungan. Upaya perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing yaitu dengan :

- a. Meningkatkan kualitas kerja, dengan cara meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan melalui pelatihan dan pengembangan dapat membantu perusahaan menghadapi tantangan yang kompleks.
- b. Mengembangkan metode kerja, menggunakan metode manajemen proyek yang baik dapat membantu perusahaan menyelesaikan proyek tepat waktu dan dalam anggaran, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan.
- c. Melengkapi dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk pekerjaan kontrak agar sesuai standar nasional, misalnya : sertifikat pekerja, sertifikat alat, sertifikat iso.

Keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan sangat baik pengalaman senior dan kemampuan untuk memproduksi alat sesuai yang diinginkan adalah aset berharga. Kemampuan untuk memproduksi alat sesuai metode yang diinginkan menunjukkan fleksibilitas dan adaptabilitas perusahaan. Perusahaan harus memanfaatkan keunggulan ini untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik lebih banyak pelanggan. Misalnya, mereka bisa menekankan pengalaman senior mereka dalam pemasaran dan penjualan,

atau menunjukkan bagaimana memenuhi kebutuhan pelanggan dengan metode produksi perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

Hasniaty, & Sumanto, F. A. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing Jasa Konstruksi Pada PT. Kelinci Mas Unggul. *Jurnal Entrepreneurship Digital*, 1(1), 19–33.

Soemardi, B. W. (2007). *Strategi Pemasaran : Suatu Tinjauan Terhadap*. 2006, 1–12.

Sugiyono (2018, P. 13. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.

Ulfithroh, N. (2023). Strategi Pemasaran dan Harga dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor Ac di CV. Fassa Group Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 2016–2023.

Sudaryana, B. dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.

Witara, K. dkk. (2023). *Metodologi Penelitian Bidang Pendidikan : Panduan Praktis*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Zafri dan Hera. H. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT. Rajagrafindo Persada.