



Strategi Pemasaran Usaha Jasa Konstruksi dalam Menghadapi Kondisi Turunnya Pasar Konstruksi Swasta (Studi Kasus Pt. Xx-Divisi Gedung)

Deddy Arief Himawan¹, Nurul Yaqin² dan Hadiah Fitriyah³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

¹dariefptpp@gmail.com, ²nurulyaqin18@yahoo.com ³hadiah@umsida.ac.id

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 1 Februari 2022

Disetujui 6 Februari 2022

Diterbitkan 20 Februari 2022

Kata kunci:

Perusahaan Konstruksi, Sektor Swasta, APBN-APBD

Keywords:

Construction Company, Private Sector, APBN-APBD

ABSTRAK

Hadirnya pandemi Covid-19 telah membawa perubahan terhadap dunia dengan berbagai tantangan yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Upaya untuk menghambat penyebaran virus Covid-19 telah menghambat kegiatan perekonomian, termasuk sektor konstruksi yang memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dalam menghadapi kondisi turunnya pasar konstruksi swasta sehingga dapat menetapkan segmentasi pasar konstruksi di masa pandemi Covid-19, untuk mengetahui strategi pemasaran ditahun 2021 mengacu pada realisasi pemasaran ditahun 2020, kondisinya adalah pemasaran sektor swasta ditahun 2020 sangat sedikit dan proyek sektor swasta yang didapat ditahun 2020 banyak yang tidak berkualitas. Untuk tujuan ini, sejumlah besar data dikumpulkan melalui studi literatur, deskriptif kualitatif dan diskusi kelompok fokus. Di sini, kami menyajikan data primer diambil dari data pemasaran PT. XX – Divisi Gedung tahun 2020, sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal atau sumber literatur lainnya. Dari data primer, hasilnya menunjukkan bahwa pasar konstruksi pada tahun 2020 mengalami penurunan terutama di sektor swasta. Untuk itu, pada tahun 2021 PT. XX – Divisi Gedung melakukan strategi pemasaran yaitu di sektor pemerintahan termasuk BUMN, dikarenakan pekerjaan konstruksi sektor swasta banyak yang tertunda maupun terbengkalai. Selain itu, strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. XX – Divisi Gedung adalah dengan memfokuskan pada owner pemerintahan daerah yang memiliki potensial sehingga diharapkan target pemasaran bisa tercapai sesuai prognosa perusahaan.

ABSTRACT

The presence of the Covid-19 pandemic has brought changes to the world with various challenges that were never imagined before. Efforts to prevent the spread of the Covid-19 virus have hampered economic activity, including the construction sector, which makes a major contribution to the economy. This study aims to analyze the marketing strategy in dealing with the declining condition of the private construction market so that it can determine the construction market segmentation during the Covid-19 pandemic, to find out the marketing strategy in 2021 refers to the marketing realization in 2020, the condition is that the private sector marketing in 2020 is very little and Many private sector projects obtained in 2020 are of low quality. For this purpose, a large amount of data was collected through literature study, descriptive qualitative and focus group discussions. Here, we present primary data taken from the marketing data of PT. XX – Building Division in 2020, while secondary data comes from books, journals or other literary sources. From primary data, the results show that the construction market in 2020 experienced a decline, especially in the private sector. For that, in 2021 PT. XX – The Building Division carries out a marketing strategy, namely in the government sector including BUMN, because many private sector construction works are delayed or neglected. In addition, the marketing strategy carried out by PT. XX – Building Division is to focus on local government owners who have potential so that it is hoped that marketing targets can be achieved according to the company's prognosis.



PENDAHULUAN

Industri konstruksi mengalami penurunan yang disebabkan oleh pandemi Covid-19 pada tahun 2020 (Nurmasari, 2020). Penundaan serta keterlambatan sejumlah proyek (Setiawan & Simatupang, 2010) dan latar belakang kondisi ekonomi makro yang buruk membuat proyeksi pertumbuhan industri konstruksi Indonesia dipangkas untuk periode 2020 (Prasetyo, 2020). Pandemi Covid-19 juga berdampak pada pemotongan anggaran Kementerian PUPR hampir 40% di tahun 2020 (Gunawan, 2020), semula Rp. 120 triliun menjadi Rp. 75 triliun (Rahman et al., 2020). Selain adanya keterlambatan penyelesaian akibat terkendalanya mobilitasi peralatan, material dan tenaga kerja (Saudi & Nurdin, 2021), (Maelissa et al., 2021). Berdasarkan data Gapensi, fakta di lapangan, banyak proyek yang tertunda karena mobilitas material dan pekerja yang terganggu. (Triyawan & Fendayanti, 2021), *rescoping* pekerjaan, meniadakan denda, eskalasi harga, penyesuaian harga satuan (Lamtiur, 2021), penambahan biaya untuk pengadaan APD (Dikuraisyin, 2020), serta penurunan suku bunga terkait leasing alat berat (Handoko, 2017). Banyak *owner* swasta yang menunda pelaksanaannya proyeknya sampai dengan situasi pandemi Covid-19 terselesaikan dengan baik (Siswanti et al., 2020). Untuk *owner* pemerintahan sebagian tetap berlanjut dengan kecepatan produksi yang tidak optimal (Faruq & Mulyanto, 2017) dan sebagian lagi ditunda pelaksanaan proyeknya (Saleh & Girindratama, 2021) karena anggaran yang ada dialihkan untuk penanganan pandemi Covid-19 (Onibala et al., 2021). Dengan situasi tersebut diatas, PT. XX – Divisi Gedung harus melakukan strategi pemasaran dengan seksama agar penetrasi pasar dapat dilakukan lebih fokus (Iqbal, 2021) dan target prognosa marketing perusahaan dapat tercapai dengan optimal (Azzahra, 2021).

KAJIAN PUSTAKA

Berdasarkan strategi pemasaran jasa, Kotler dan Keller (2007) menjelaskan bahwa ada empat komponen yang tercakup dalam kegiatan bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai berikut (Kaharudin & Saputra, 2021) : *product, price, promotion, place and distribution* (Lim, 2021). Dalam hal ini, Booms dan Bitner (2001) mengusulkan 3P sebagai tambahan untuk pemasaran jasa yaitu *people, process and Physical evidence* .

Kotler dan Armstrong (2011) menjelaskan bahwa ada tiga jenis pemasaran dalam korporasi jasa, yaitu *external marketing, internal marketing and interactive marketing*. Menurut Hasan (2013) dalam perencanaan strategi pemasaran harus mengacu pada lima elemen kunci yang saling berkaitan yaitu pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, sistem distribusi dan komunikasi pemasaran. David (2006) menjelaskan bahwa proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap yaitu formulasi atau perumusan strategi, implementasi atau pelaksanaan strategi dan evaluasi strategi. Formulasi atau perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menetapkan tujuan-tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kualitatif. Suatu pendekatan yang menekankan aspek keamanan yang lebih dalam dari masalah, daripada melihat masalahnya. Namun, penelitian ini juga didukung oleh penelitian kepustakaan, upaya untuk mendapatkan data dari literatur. Sumber data penelitian meliputi sumber primer atau data primer yang digunakan sebagai sumber penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumenter, yaitu data dikumpulkan dari beberapa referensi atau buku yang berhubungan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini. Sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik analisis kritis yaitu mendeskripsikan, mendiskusikan dan mengkritisi suatu gagasan utama kemudian menggabungkannya dengan gagasan utama lainnya untuk dijadikan perbandingan.

Metodenya adalah dengan menganalisa data pemasaran tahun 2020. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari jurnal internasional dan nasional serta *review* dari pakar manajemen strategis dan pelaku bisnis. Disebutkan, sebagai akibat dari pandemi virus Covid-19 secara global, banyak sektor industri yang mengalami penurunan produktivitas, bahkan ada yang bisa dianggap terhenti akibat virus tersebut. Setiap penurunan kinerja perusahaan harus dapat diprediksi dengan baik oleh para pemangku kepentingan di perusahaan, terutama pimpinan atau manajemen. Penurunan kinerja perusahaan, terutama bagi mereka yang hanya

beroperasi di satu industri/industri, tentu sangat tidak baik dan akan berakibat pada matinya perusahaan secara bertahap karena industri yang digelutinya sudah tidak menarik lagi. Pertumbuhan positif tidak dapat diprediksi kapan akan kembali seperti semula setelah Covid-19, seperti juga belum diketahui kapan virus ini akan berakhir, dalam situasi ketidakpastian yang tinggi, keputusan strategis seperti investasi pada kapasitas produksi yang terbatas, penciptaan produk baru yang dijual di pasar atau memasuki industri mungkin merupakan langkah yang tidak perlu disesali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

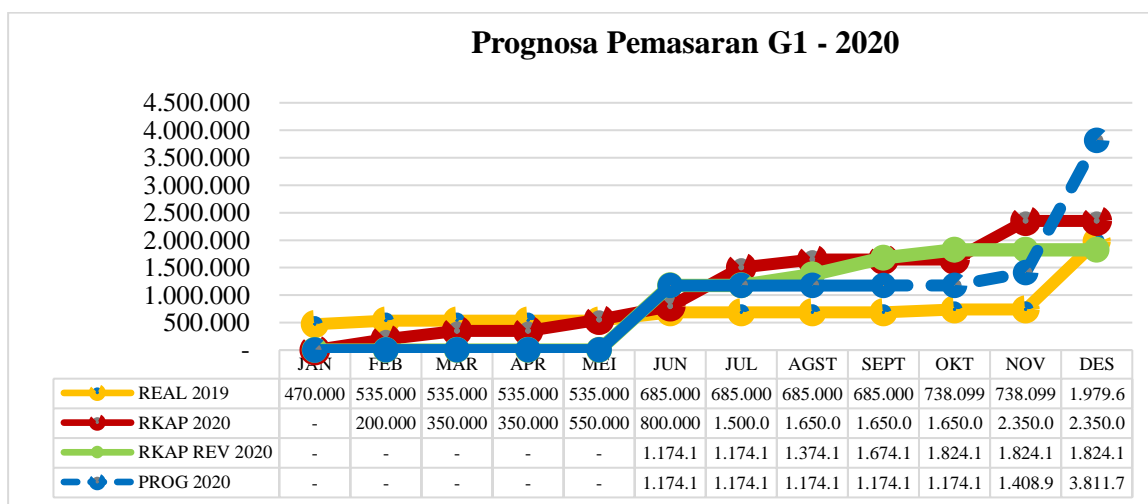
Perkembangan teknologi membawa dampak yang sangat besar bagi dunia pemasaran. Dalam bidang pemasaran jasa, teknologi digunakan sebagai perpanjangan tangan bagi penyedia jasa untuk menyampaikan jasa kepada pelanggan. Layanan yang biasanya dilakukan oleh karyawan penyedia layanan kini telah digantikan oleh teknologi, dalam hal ini teknologi swalayan.

Implikasi dari teknologi self-service mengubah pola hubungan antara pelanggan dan perusahaan. Parasuraman (2000) menjelaskan bahwa teknologi swalayan berdampak pada setiap interaksi antara perusahaan, pelanggan, dan karyawan, dan interaksi tersebut mempengaruhi efektivitas pemasaran. Dalam hal ini, 3 macam hubungan muncul dalam interaksi antara perusahaan, pelanggan dan karyawan, yaitu perusahaan-teknisi, pelanggan-teknis, dan teknis-karyawan.

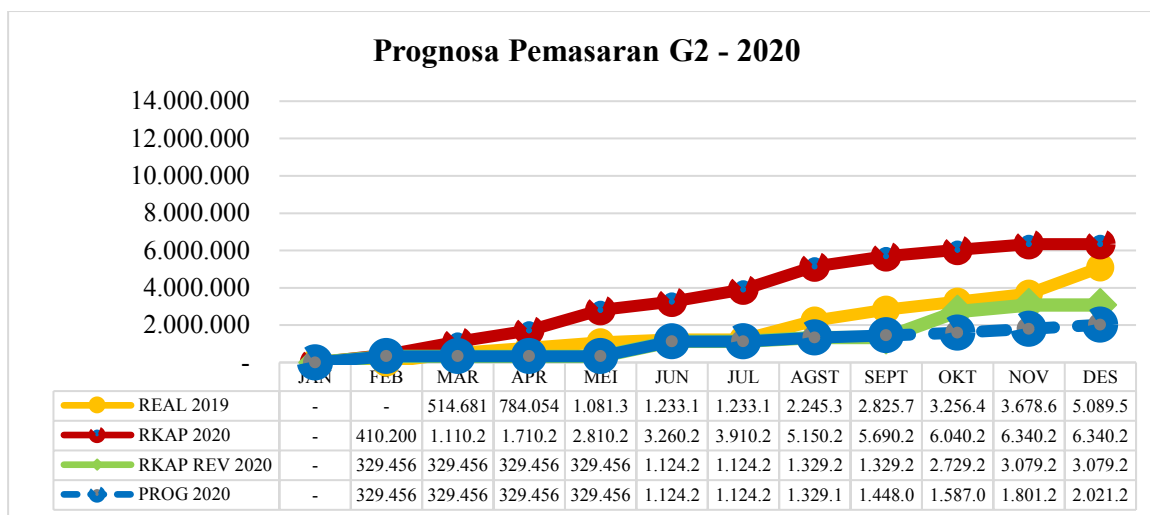
Jasa konstruksi merupakan salah satu industri yang terus tumbuh dengan perkembangan yang pesat. Semakin berkembang suatu daerah maka semakin berkembang pula industri jasa konstruksinya, karena kebutuhan akan bangunan untuk kawasan pemukiman, industri, fasilitas umum, dll semakin meningkat. Usaha jasa bangunan gedung merupakan kegiatan di bidang ekonomi, sosial dan budaya yang memegang peranan penting dalam pencapaian tujuan dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan nasional.

Kegiatan konstruksi adalah kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan sarana dan prasarana, yang meliputi pembangunan *cutature*, pengembangan lahan untuk konstruksi dan instalasi mekanikal dan elektrikal. Meskipun kegiatan konstruksi dikenal sebagai pekerjaan, konstruksi sebenarnya merupakan kegiatan yang terdiri dari beberapa pekerjaan lain yang berbeda dengan tujuan akhir dari satu kesatuan konstruksi, oleh karena itu terdapat domain/subsektor yang dikenal dengan klasifikasi. Berdasarkan UU no. 2 Tahun 2017 tentang Jasa Konstruksi, disebutkan bahwa “Jasa Konstruksi” adalah jasa konsultasi konstruksi dan/atau pekerjaan konstruksi.

Perusahaan jasa konstruksi mengalami dampak yang sangat signifikan di masa pandemi ini. Dari sisi PDB sektor bisnis, dampak negatif COVID-19 dirasakan hampir di semua sektor. Jasa akomodasi dan katering, perdagangan, pengolahan, perdagangan, pengangkutan dan pergudangan, serta konstruksi merupakan sektor-sektor yang terkena dampak paling negatif pada tahun 2020. Berikut adalah data grafik dari pihak swasta dan pemerintah.



Tabel 1. Prognosa Pemasaran G1 – 2020.



Tabel 2. Prognosa Pemasaran G2 – 2020.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, pada bulan Januari 2021 peneliti melakukan analisa pemasaran untuk menentukan strategi pemasaran tahun 2021. Kemudian melakukan evaluasi data mengacu pada data pemasaran tahun 2020. Dari data pemasaran tahun 2020 memang memperlihatkan secara nilai kontak, perolehan sektor swasta lebih besar dari perolehan sektor pemerintahan. Tetapi secara jumlah proyek yang diperoleh, untuk sektor swasta sesuai prognosa awal ditargetkan 4 proyek, hanya meraih 3 proyek itupun ketiga proyek tersebut tidak dapat dikerjakan langsung karena masih menghadapi beberapa kendala seperti kendala pembebasan lahan, kendala ketersediaan dana dan kendala pandemi Covid-19. Sedangkan di sektor pemerintah, sesuai prognosa yang ditargetkan meraih 9 proyek dapat tercapai 9 proyek sesuai target dan semua proyek yang diperoleh dapat terselesaikan dengan baik. Berdasarkan data pemasaran tahun 2020, akhirnya strategi manajemen untuk pemasaran 2021 adalah fokus terhadap sektor pemerintahan yang meliputi APBN, APBD 1, APBD 2 dan BUMN.

Penerbitan Perpres, Perppu dan PP secara bersamaan menggambarkan keadaan darurat yang sangat mendesak yang membutuhkan tindakan cepat untuk menormalkan atau mengendalikan situasi. Iskandar Z Hartawi, Ketua BPP GAPENSI, mengaku pihaknya juga terkena imbasnya. Sebagai asosiasi pelaku jasa bangunan dengan 30.763 anggota BUJK (Badan Usaha Jasa Bangunan) di Indonesia, 82% dari ukuran UMKM akan merasakan dampak yang paling signifikan.

Sebagai bagian dari pelaku ekonomi, sektor jasa bangunan memberikan dampak yang besar terhadap wabah Covid-19. Elemen-elemen pelaksanaan konstruksi seperti material, pengrajin, peralatan, transportasi, waktu dan mobilitas berhubungan langsung dengan wabah Covid-19 sehingga menimbulkan ketidakpastian.

Kenyataannya, pekerjaan konstruksi di satu kabupaten terbengkalai karena material dan pengrajin didatangkan dari kabupaten tetangga, dan arus lalu lintas terganggu karena kebijakan pemekaran kabupaten yang diterapkan oleh pimpinan kabupaten. Dan, jika bahannya harus didatangkan dari provinsi lain. Belum lagi harus impor karena naiknya harga variabel dan melonjaknya bahan baku akibat naiknya dolar.

Menurut Iskandar, keadaan darurat akibat Covid-19 berdampak pada proses pekerjaan konstruksi yang tidak berjalan dengan baik, efisien, berkualitas dan tepat waktu. BPP Gapensi menyimpulkan bahwa realitas saat ini telah masuk kategori force majeure, yang sejalan dengan maksud Perpres Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang mengatur bahwa penyebaran Covid-19 bercirikan oleh kasus luar biasa Jumlah kematian dan/atau kematian meningkat di seluruh wilayah dan negara, dengan implikasi politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan, serta kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Oleh karena itu, Sekjen BPP Gapensi Andi Rukman N. Karumpa menyampaikan beberapa pandangan dan pendapatnya kepada Pemerintah. Terkait pekerjaan yang sedang berjalan, pemerintah dinilai perlu mengeluarkan payung hukum untuk memperpanjang waktu penyelesaian pekerjaan di luar tahun anggaran, termasuk penghapusan denda keterlambatan pekerjaan akibat pandemi. Hal ini diikuti dengan kenaikan harga, yang menyesuaikan harga satuan item pekerjaan dengan menambahkan addendum untuk biaya tambahan atau dengan rebalancing (mengurangi item pekerjaan). Ketiga,

memberikan biaya tambahan kepada penyedia layanan untuk pengadaan APD dan melaksanakan SOP sesuai protokol pencegahan Covid-19 masing-masing proyek, sesuai dengan pedoman pemerintah pusat dan pemerintah daerah tempat proyek berada.

Selanjutnya terkait dengan keberlangsungan proses pengadaan barang dan jasa konstruksi. Pertama, pemerintah diminta mengevaluasi kembali Surat Keputusan Menteri Keuangan (SE No.S-247/MK.07/2020 tentang Keterlambatan Pengadaan Barang dan Jasa dari DAK fisik. Kedua, diusulkan belanja modal fisik menjadi dialokasikan hanya untuk mendapatkan manfaat dari kegiatan ini) Prinsip-prinsip proyek multi-tahun yang gagal mencapai tujuan atau fungsi tahun ini.

Kemudian ada kebijakan sektor keuangan di sektor jasa bangunan. Pertama, penurunan suku bunga modal kerja konstruksi yang disertai dengan restrukturisasi kredit dan penundaan pembayaran pokok sesuai skala usaha. Kedua, menurunkan suku bunga modal kerja, terutama untuk pembayaran cicilan sewa alat berat konstruksi.

Demikian saran dan masukan BPP Gapensi kepada pemerintah dalam menyikapi wabah Covid-19 dan dampaknya terhadap industri jasa bangunan. Harapan untuk membangun sinergi dalam mengatasi Covid-19 dan mendorong negara ini untuk terus maju, itu akan menjadi fokus dan percikan

KESIMPULAN

Kegiatan konstruksi adalah kegiatan sarana dan prasarana bangunan gedung, meliputi pembangunan gedung, pembangunan teknik sipil, dan instalasi mekanikal dan elektrikal. Meskipun suatu kegiatan konstruksi disebut sebagai pekerjaan, konstruksi sebenarnya merupakan suatu kegiatan yang terdiri dari beberapa pekerjaan lain yang berbeda yang tujuan akhirnya adalah suatu unit bangunan.

Dikeluarkannya Perpres Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Covid-19 semakin menyoroti dan mengukuhkan fokus dan keseriusan pemerintah dalam menyikapi bencana nasional ini. Industri konstruksi dan konsultan bangunan termasuk yang paling terpukul karena hampir semua pekerjaan atau proyek dari anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN) dan anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD) telah dipotong dan dipindahkan untuk menanggapi pandemi Covid-19.

Iskandar Z Hartawi, Ketua BPP GAPENSI, mengaku pihaknya juga terkena imbasnya. Sebagai asosiasi dengan pelaku jasa bangunan di Indonesia, dengan 30.763 anggota BUJK (Badan Usaha Jasa Bangunan). BPP Gapensi menyampaikan beberapa pandangan dan pendapat kepada pemerintah. Terkait pekerjaan yang sedang berjalan, pemerintah dipandang perlu mengeluarkan payung hukum perpanjangan waktu penyelesaian pekerjaan di luar tahun anggaran.

SARAN

Dari permasalahan serta data yang didapatkan, diharapkan perusahaan jasa konstruksi harus lebih hati-hati dan memiliki strategi baru agar saat masa pandemi tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, K. M. (2021). *Khaerun Mawartisna Azzahra_70200121098_tugas sejarah kesehatan masyarakat dan puskesmas*.
- Dikuraisyin, B. (2020). Manajemen Aset Wakaf Berbasis Kearifan Lokal Dengan Pendekatan Sosio-Ekonomi di Lembaga Wakaf Sabilillah Malang. *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF*, 7(2), 100–117.
- Faruq, U. al, & Mulyanto, E. (2017). *Sejarah Teori-Teori Ekonomi*.
- Gunawan, A. (2020). 5 Dimensi Dampak Kebijakan Covid-19 Terhadap Sistem Keolahragaan Nasional. *Jejaring Administrasi Publik*, 12(1), 23–42.
- Handoko, B. N. (2017). Produktivitas Alat Berat Pada Pembangunan Jalan Ruas Jailolo–Matui Provinsi Maluku Utara. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Teknik Sipil*, 1(1).
- Iqbal, M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Khora Studio & Salon Dalam Meningkatkan Pendapatan*.

- Kaharudin, M. R., & Saputra, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Keripik Tempe Azzahra Desa Sumber Rahayu Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *ADL ISLAMIC ECONOMIC: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(2), 143–162.
- Lamtiur, L. (2021). *Perlindungan Hukum Terhadap Keterlambatan Bangunan Konstruksi Akibat Covid 19*.
- Lim, W. M. (2021). A marketing mix typology for integrated care: the 10 Ps. *Journal of Strategic Marketing*, 29(5), 453–469.
- Maelissa, N., Gaspersz, W., & Metekohy, S. (2021). DAMPAK PANDEMI COVID-19 BAGI PELAKSANAAN PROYEK KONSTRUKSI DI KOTA AMBON. *JURNAL SIMETRIK*, 11(1), 411–416.
- Nurmasari, I. (2020). Dampak covid-19 terhadap perubahan harga saham dan volume transaksi (Studi kasus pada PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk.). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 3(3), 230–236.
- Onibala, A., Rotinsulu, T. O., & Rorong, I. P. F. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja Keuangan Daerah Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 22(2), 67–89.
- Prasetyo, A. (2020). *DINAMIKA INDIKATOR EKONOMI DAERAH DENGAN PERSPEKTIF KEBIJAKAN SOSIAL*. Indocamp.
- Rahman, F., Rohmah, H. Z., Prabawa, I. K., & Dewi, D. A. K. (2020). *Monograf Korupsi Dana Bencana di Indonesia*. Inteligencia Media (Kelompok Penerbit Intrans Publishing).
- Saleh, M. I., & Girindratama, M. W. (2021). Pengaruh Penerapan Audit E-Commerce Terhadap Kinerja Auditor: Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik Di Surabaya, Indonesia. *Akuntansi Dan Teknologi Informasi*, 14(2), 32–49.
- Saudi, A. I., & Nurdin, A. (2021). Pendekatan Pendekatan Metode Jalur Kritis Pada Pekerjaan Peningkatan Ruas Jalan Transmigrasi Piriang Tapiko. *BANDAR: JOURNAL OF CIVIL ENGINEERING*, 3(1), 1–9.
- Setiawan, D., & Simatupang, R. (2010). Pengembangan Model Simulasi Integrasi Biaya dan Jadwal Proyek Konstruksi di Bawah Ketidakpastian. *Jurnal Teknik Sipil*, 6(2), 165–192.
- Siswanti, I., Sitepu, C. N. B., Butarbutar, N., Basmar, E., Saleh, R., Sudirman, S., Mahyuddin, M., Parinduri, L., & Prasasti, L. (2020). *Manajemen Risiko Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Triyawan, A., & Fendayanti, Z. E. U. (2021). Dampak pandemi covid-19 terhadap keberlangsungan perusahaan jasa konstruksi. *FORUM EKONOMI*, 23(2), 223–230.