

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyumas adalah bagian dari Provinsi Jawa Tengah yang sekarang ini tengah terjadi perkembangan pada pembangunan. Hal yang terjadi bisa dilihat dari kian meningkatnya jumlah pembangunan misalnya perumahan, gedung, pabrik, kantor, gudang, ruko, dan bangunan yang lain. Alasan terdapatnya sejumlah besar pendirian bangunan di Banyumas sebab harga properti di Kabupaten tersebut dinilai terjangkau dibandingkan daerah lain. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas 2023, bahwa tingkat pertumbuhan konstruksi di Kabupaten Banyumas meningkat 3,36%.

Sektor PDRB	Laju Pertumbuhan PDRB Kabupaten Banyumas Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha (Persen)
	2023
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	1,85
Pertambangan dan Penggalian	2,12
Industri Pengolahan	5,53
Pengadaan Listrik dan Gas	5,94
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	4,09
Konstruksi	3,36
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	5,81
Transportasi dan Pergudangan	7,85

Gambar 1.1 Data tingkat pertumbuhan konstruksi Kabupaten Banyumas

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas

Sehingga tampak dengan jelas jika signifikannya pertumbuhan pembangunan di Banyumas ini berpengaruh terhadap terbukanya potensi bisnis yang menjanjikan. Sebuah contohnya yang mempunyai prospek yakni bengkel las.

Bengkel las adalah bisnis yang berjalan pada bidang jasa. Aktivitas bisnis ini termasuk pada jenis industri pengelasan, yang digolongkan lagi pada aktivitas UMKM yang pada umumnya dalam mengelolanya dilaksanakan dengan perorangan atau keluarga. Bisnis ini banyak diincar oleh masyarakat sekarang ini. Hal ini dikarenakan macam-macam keperluan terhadap properti terlebih tempat tinggal membutuhkan perlengkapan tambahan untuk mendukung contohnya pagar, *tralis*, *rolling door*, *canopy* yang mempunyai fungsi dalam menambah keamanan rumah. Selaras dengan majunya teknologi serta kreativitas individu yang bertambah. Fungsi produk pengelasan yang awalnya sekedar guna meningkatkan keamanan dan dipergunakan dalam memberikan keindahan terhadap rumah. Sekarang ini besi yang pada umumnya dilakukan pengelasan menjadi pagar, *tralis*, *canopy*, dan dapat dijadikan produk substitusi dalam wujud macam-macam interior rumah misalnya ayunan, balkon, rak bunga, rak sepatu, ranjang lipat, serta macam-macam interior yang lain yang dapat memperindah rumah.

Meningkatnya usaha bengkel las di Banyumas tampak dari jumlah industri yang berdiri serta mempunyai kekuasaan atas wilayah terkait, bersaing serta mengalahkan sektor penjualan jasa. Hal ini ditampilkan dalam tabel 1.1 tentang perkembangan UMKM di wilayah Banyumas yang didapatkan dari lembaga Badan Pusat Statistik di bawah ini :

NO.	SEKTOR	TAHUN 2020	TAHUN 2021	TAHUN 2022
-----	--------	---------------	---------------	---------------

1.	Perdagangan	15,23	15,50	15,29
2.	Industri	25,37	25,56	25,55
3.	Jasa	5,57	5,28	4,90

Tabel 1.1 : Perkembangan UMKM Kabupaten Banyumas 2020-2022

Sumber : Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyumas 2023

Pada dunia usaha, persaingan adalah hal yang udah ditemui. Strategi yang tepat dapat menyebabkan bengkel las dapat bersaing, sebab strategi terkait dapat menimbulkan karakteristik yang memperbedakan bengkel satu sama lain. Karakteristik itu yang kemudian dijadikan perhitungan untuk pelanggan dalam menentukan bengkel las yang tepat ketika melaksanakan pemesanan.

Karakter pada umumnya berkaitan pada kelebihan yang dapat diberikan oleh perusahaan atau bengkel terhadap pelanggannya. Keunikan sejumlah pengusaha yang sedang menjalani bisnis bengkel las mulanya sekedar mempunyai modal keahlian yang dimiliki pada waktu individu sebagai pegawai di sebuah bengkel las. Individu merasa mempunyai modal serta keahlian yang memadai, sehingga individu mempunyai keberanian diri dalam melakukan pembukaan bengkelnya sendiri yang mempunyai harapan mempunyai pendapatan yang lebih tinggi.

Mempunyai modal keahlian semata tidak cukup dapat bersaing terhadap bengkel yang telah terlebih dahulu berjalan yang pastinya telah mempunyai pelanggan tetap. Tidak cukupnya pengetahuan individu mengenai cara menjalankan suatu bisnis menyebabkan individu sekedar mempunyai sedikit pilihan strategi dengan tidak adanya perencanaan yang memadai, yang kemudian menyebabkan individu tidak dapat bertahan melawan persaingan dunia bisnis yang semakin keras. Sehingga sejumlah pelaku usaha harus dapat membuat

strategi penjualan secara tepat.

Salah satu strategi pemasaran yaitu mengimplementasikan konsep bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Menurut (Kotler dan Gary 2008 : 12) memberikan pernyataan jika pada suatu industri, bauran pemasaran penting untuk memberikan perhatian mengenai sesuatu yang bersangkutan dengan produk yang bisa mencukupi apa yang diperlukan pelanggan, bermanfaat serta bisa memuaskan apa yang diperlukan pelanggan. Semua perusahaan penting untuk mampu mengelola serta menentukan unsur bauran pemasaran yang kemudian dipergunakan atau diutamakan yang oleh karena itu bisa terselenggara dengan efektif supaya dapat menarik pelanggan dalam melaksanakan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah penentuan dari dua atau beberapa alternatif dalam membeli, yang berarti jika individu dapat melakukan pembuatan keputusan, harus ada sejumlah alternatif opsi. Keputusan dalam pembelian dapat merujuk terhadap tahapan untuk mengambil keputusan terkait dilaksanakan. Keputusan pembelian pelanggan ditentukan oleh perilaku pelanggan (Schiffman dan Kanuk 2009: 112). Untuk pelanggan, kebebasan kerap diungkapkan melalui begitu beragamnya opsi produk. Sehingga hampir selalu terhadap opsi, sehingga hampir senantiasa juga terdapat peluang dalam melakukan pengambilan keputusan. Dan juga, dalam menyediakan opsi untuk pelanggan saat sebenarnya tidak terdapat satu saja opsi bisa menjadi strategi usaha yang tepat, strategi terkait bisa mendorong peningkatan penjualan yang mempunyai jumlah yang begitu tinggi (Schiffman dan Kanuk 2008 : 486).

Sejumlah faktor yang bisa memberikan dampak pada keputusan pembelian, sebuah contohnya yaitu memberikan harga yang tepat. Harga produk ataupun jasa adalah sebuah contoh faktor yang menentukan pelanggan dalam melaksanakan keputusan pembelian. Berdasarkan penuturan (Kotler dan Armstrong, 2010 : 314) Harga yaitu beberapa jumlah uang yang diberikan beban terhadap sebuah produk

atau jasa, atau jumlah dari nilai yang dilakukan penukaran pelanggan terhadap sejumlah manfaat sebab mempunyai atau mempergunakan produk atau jasa terkait. Perusahaan melakukan penetapan harga terkait dilakukan penyesuaian pula terhadap nilai, manfaat serta kualitas produk (Martono, 2014 : 688).

Di samping dari harga, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu inovasi desain, berdasarkan penuturan (Suryani 2008 : 304) Inovasi merupakan konsep yang luas sesungguhnya bukan sekedar mempunyai batasan terhadap produk. Inovasi bisa berbentuk ide, beberapa metode maupun objek yang dipandang oleh individu menjadi sebuah hal yang baru. Sementara desain berdasarkan penuturan (Kotler dan Keller 2009 : 10) menguraikan jika desain merupakan totalitas fitur yang menentukan penampilan, rasa, serta fungsi produk menurut keperluan konsumen. (Windarini 2018) memberikan tambahan jika suatu produk, dinyatakan mempunyai kualitas yang bagus apabila dapat menjadi pemenang atas persaingan serta dapat memberikan kepuasan yang besar terhadap konsumen. Sekarang ini, konsumen senantiasa mempunyai harapan yang begitu tinggi apa suatu produk yang dibeli atau dipergunakan, baik yang berbentuk barang ataupun jasa, oleh karena itu sejumlah pelaku bisnis diberikan tuntutan dalam melakukan inovasi serta membuat produk yang mempunyai kualitas unggul, supaya dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Melalui sebuah produk dapat dijadikan sebagai faktor yang krusial untuk mendapatkan perhatian konsumen. Sebelum melihat kegunaan suatu produk, pada umumnya dalam mengambil keputusan pembelian yang dilaksanakan oleh konsumen ditentukan oleh keindahan serta keunikan suatu produk sebuah contohnya yaitu ditentukan oleh inovasi desain yang dapat menarik perhatian pelanggan. (Windarini 2018) memberikan pernyataan jika suatu desain dapat berdampak begitu besar pada keputusan pembelian yang dilaksanakan oleh pelanggan. Apabila produk unik serta menarik desainnya, sehingga

dapat kian menimbulkan ketertarikan pelanggan. Sehingga, sejumlah pelaku bisnis mempunyai tuntutan dalam berusaha terus menerus dalam mempergunakan keterampilan yang ada pada dirinya dengan optimal supaya terbentuk suatu desain yang dapat menarik hati konsumen yang kemudian menimbulkan keputusan pembelian serta mempergunakan produk yang bersangkutan. Apabila produk semakin kreatif sehingga akan menjadikan produk terkait mempunyai daya tarik di hati pelanggan. Kualitas pelayanan pun adalah sebuah contoh faktor yang menentukan keputusan pembelian. Berdasarkan penuturan (Kotler dan Keller 2009 : 50) Kualitas pelayanan yaitu sebuah pernyataan mengenai sikap pada perbandingan pada harapan dengan kinerja. Kualitas pelayanan begitu berkaitan erat terhadap kapabilitas penjual produk ataupun jasa untuk menyediakan pelayanan. Hal ini memberikan interpretasi jika kualitas pelayanan mencakup karyawan kepada konsumen. Hubungan internal baik pada karyawan terhadap konsumen dapat berdampak begitu besar pada pandangan kualitas pelayanan (Laksana 2008 : 95). Memuaskan apa yang diinginkan konsumen adalah hal yang tidak mudah, hal ini sebab kian kritisnya tingkat kesadaran konsumen terhadap hal dalam mendapatkan sarana dan prasarana serta pelayanan dengan optimal, sebab konsumen yang merasakan kepuasan diinginkan dapat datang lagi, hingga menyebarkan terhadap individu lain yang kemudian bisa memposisikan pesang pada urutan terendah atau kebalikannya.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga mendapati kuatnya persaingan sekarang ini yaitu “SB Corp” yang ada di Klapagading RT 05 RW 11, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Hal ini dapat dilihat dari tabel rekapitulasi berikut ini :

No	Bulan	Tahun	Jumlah Customer
1.	Januari	2023	2

2.	Februari	2023	3
3.	Maret	2023	3
4.	April	2023	2
5.	Mei	2023	2
6.	Juni	2023	8
7.	Juli	2023	5
8.	Agustus	2023	5
9.	September	2023	6
10.	Oktober	2023	7
11.	November	2023	9
12.	Desember	2023	9
13.	Januari	2024	3
14.	Februari	2024	2
15.	Maret	2024	3
16.	April	2024	2
17.	Mei	2024	2
JUMLAH			73

Tabel 1.2 : Rekapitulasi jumlah customer SB Corp tahun 2023 - 2024

Sumber : data primer diolah 2024

Di wilayah Wangon, SB Corp memiliki pesaing lain seperti Samudra Las, Zahro Las, dan Udin Las. Masalah yang muncul yakni keputusan dalam membeli produk SB Corp yang terpengaruh terhadap harga, inovasi desain serta kualitas pelayanan. Dari sisi produk, SB Corp mempunyai kualitas yang unggul serta sejajar terhadap harga. Sementara dari sisi harga pada kenyataannya produk yang ditawarkan beragam dibandingkan produk yang serupa yang di tempat lain. Apabila konsumen mempunyai keinginan volume serta desain yang mempunyai tingkat kesulitan tinggi, sehingga konsumen harus melakukan pembayaran dengan harga yang lebih tinggi.

Beberapa desain yang ditawarkan oleh SB Corp ini begitu beragam. Dari desain sederhana hingga modern. Pada umumnya pihak yang mempunyai bengkel berupaya menemukan model yang terbaru yang sedang trend di internet, relasi pemilik yang berada di luar kota sampai berupaya menemukan katalog model yang paling baru. Namun apabila tingkat kesulitan serta kerumitan tinggi pada suatu desain dapat membutuhkan waktu dalam mengerjakan yang panjang.

Pada kualitas pelayanan yang diberikan suatu bengkel las penting untuk mempunyai kualitas pelayanan yang memadai serta mempunyai pekerja yang profesional. Sikap profesional yang penting untuk ada pada pekerja bengkel las yakni pekerja yang sudah terlatih, terampil, serta mempunyai tanggungjawab. Semua perusahaan pastinya mempunyai keinginan supaya strategi yang disusun terlaksanakan secara baik yang mana pada penerapan strategi terkait pastinya menyebabkan keuntungan pada perusahaan terutama yaitu daya serta jual SB Corp ini masih berapa pada batas daerah serta individu yang mengetahui atau pernah menjadi konsumen bengkel las yang dimaksud.

1.2. Deskripsi Bisnis

Dengan didirikan pada tahun 2014 dan bertempat di Jl Klapagading RT 05 RW 11, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah, SB Corp muncul sebagai sebuah entitas bisnis yang tidak hanya berperan sebagai penyedia jasa konstruksi berkualitas, tetapi juga sebagai pemimpin yang dapat diandalkan di dalam industri ini, menitikberatkan pada komitmen untuk memberikan solusi terbaik dan pelayanan yang memenuhi standar kualitas tinggi. Sejarah panjang SB Corp dalam industri konstruksi mencerminkan komitmen SB Corp untuk memberikan kontribusi positif pada pembangunan lokal dan memberikan solusi konstruksi yang terbaik untuk kebutuhan pelanggan di wilayah Banyumas dan sekitarnya.

Dalam menyediakan layanan konstruksi, SB Corp memiliki berbagai produk unggulan, antara lain, pembuatan pagar stainless, pagar minimalis, folding gate, pintu lipat, tangga putar, kanopi, dan beragam produk konstruksi lainnya. Produk-produk ini bukan hanya mencerminkan keahlian teknis yang tinggi, tetapi juga komitmen kami untuk menggunakan bahan berkualitas tinggi dari distributor pertama, sehingga memberikan keamanan, ketahanan, dan kepuasan terbaik bagi pelanggan.

Keunggulan dari SB Corp adalah menyediakan masa jaminan/garansi hingga 2 bulan, menawarkan pembayaran termin maksimal 3 bulan dan memiliki tim profesional SB Corp yang terampil berpengalaman serta yang terlibat secara aktif dalam setiap proyek konstruksi. SB Corp menyadari bahwa keberhasilan suatu proyek bukan sekedar terkait pada keterampilan teknis, namun juga dalam perencanaan waktu yang cermat dan komunikasi yang efektif dengan pelanggan. Oleh karena itu, SB Corp memastikan bahwa setiap proyek dijalankan dengan penuh dedikasi dan keahlian, memberikan hasil yang memenuhi dan bahkan melampaui ekspektasi pelanggan.

SB Corp memahami bahwa keberhasilan suatu proyek tidak hanya bergantung pada aspek teknis dan kualitas produk, tetapi juga pada harga yang terjangkau. Dalam upaya SB Corp untuk memberikan layanan yang dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, harga layanan konstruksi SB Corp dimulai dari 500.000/m. Berikut merupakan rincian dari harga penjualan dari SB Corp :

No	Nama Product	Gambar Product	Harga

1.	Pagar Stainless		Rp. 1.200.000 per meter dengan ketebalan plat 2,5 mili
2.	Pintu Lipat		Rp. 1.000.000 per meter dengan menggunakan holo 46 ketebalan 1 mili dan plat galvanis ketebalan 1 mili
3.	Folding Gate		Rp. 600.000 per meter dengan ketebalan daun folding 0,6 mili
4.	Pintu Minimalis		Rp. 600.000 per meter
5.	Kanopi		Rp. 550.000 per meter dengan menggunakan bahan atap

			alderon lapis dua dan holo 46 1 mili
6.	Tangga Kanopi		Rp. 650.000 per meter
7.	Pagar Minimalis		Rp. 500.000 per meter

Tabel 1.3 : Katalog Produk

Dengan memberikan harga mulai dari Rp. 500.000/m SB Corp menciptakan keseimbangan yang optimal antara biaya dan kualitas. Dengan pendekatan ini, SB Corp tidak hanya menawarkan layanan konstruksi yang handal dan berkualitas tinggi tetapi juga ramah kantong.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh SB Corp mencerminkan tekad kami untuk mencapai pasar yang lebih luas serta melakukan komunikasi dengan efektif terhadap pelanggan potensial. SB Corp menggabungkan pendekatan door-to-door, yang melibatkan identifikasi wilayah target, penyusunan materi pemasaran yang

efektif, pelatihan tim pemasaran untuk berkomunikasi secara persuasif, dan kunjungan langsung ke rumah atau bisnis potensial, dengan memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp. Kami menciptakan konten yang menarik dan informatif di Instastory untuk mencapai pasar yang lebih luas dan tetap terhubung dengan pelanggan.

Keberhasilan finansial SB Corp juga menjadi cermin dari keberhasilan SB Corp dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan solusi konstruksi yang mereka butuhkan. Dalam menjalankan operasionalnya, SB Corp memiliki target pasar yang spesifik, yaitu kelompok usia 25-54 tahun. Segmen ini mencakup pekerja, pengusaha, dan individu yang tengah membutuhkan layanan konstruksi untuk proyek rumah tangga atau bisnis. Dengan penargetan yang cermat, kami dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran serta memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Dengan merangkum semua elemen ini, SB Corp berkomitmen untuk terus menjadi pemimpin di industri konstruksi, memberikan layanan yang terbaik, inovatif, dan memenuhi standar kualitas tinggi, sambil terus memberikan dampak positif pada masyarakat lokal dan ekonomi daerah. Dengan demikian, SB Corp bukan hanya sekadar perusahaan konstruksi, tetapi mitra yang dapat diandalkan dalam membangun masa depan yang lebih baik.

1.3. Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini akan mencakup analisis menyeluruh terhadap rencana bisnis yang telah diimplementasikan atau direncanakan oleh bengkel las. Fokus akan diberikan pada aspek-aspek kunci seperti:

- a. Struktur Organisasi: Menganalisis struktur organisasi bengkel las, termasuk pembagian tugas dan tanggung jawab di antara personel.

- b. Visi, Misi, dan Nilai: Memahami visi dan misi bisnis bengkel las serta nilai-nilai inti yang mendasari keputusan dan operasional sehari-hari.
- c. Produk dan Layanan: Menilai jenis produk dan layanan yang ditawarkan oleh bengkel las, dengan fokus khusus pada keunggulan dan keunikannya.
- d. Pasar Sasaran: Menganalisis segmen pasar yang dituju oleh bengkel las, termasuk karakteristik dan preferensi pelanggan potensial.
- e. Persaingan: Menilai tingkat persaingan di industri konstruksi dan bagaimana bengkel las memposisikan dirinya di pasar

1.4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data bertujuan untuk memperkuat argumen penulis dengan dukungan data konkret dan penggunaan data dapat memperkuat kepercayaan pembaca terhadap informasi yang diberikan. Pada pengumpulan data ini penulis akan menjabarkannya dengan 2 variasi penjabaran yang berbeda. Jika dikutip dari website Banyumaskab pada 24 Februari 2024 mengenai pertumbuhan konstruksi meningkat sebanyak 3.36%. Hal ini menjadi landasan berdirinya SB Corp

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab pendahuluan menguraikan mengenai latar belakang pasar dan peluang di industri jasa konstruksi di Indonesia serta mengidentifikasi persaingan jasa konstruksi kedepan. Selain itu, dalam bab ini akan diuraikan deskripsi bisnis, cakupan dan batasan penelitian, teori literatur yang relevan, metode pengumpulan data yang digunakan, serta secara garis besar akan dijelaskan struktur secara menyeluruh dari riset yang dilaskanakan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab kedua memuat tentang landasan teori yang terkait pada topik dan variabel riset yang akan dijadikan rujukan dalam penyusunan kerangka pemikiran

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan mengenai jenis penelitian, metode dan teknik yang dipergunakan dalam melakukan pengumpulan serta analisis data

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan tentang hasil pembahasan yang diuraikan dengan sistematis melalui identifikasi masalah dan tujuan penelitian

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran tentang penelitian