

# PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN CV ARUM SINAR SEJAHTERA DEMAK

**Yudho Purnomo**  
**STIE Cendekia Karya Utama**

Pemasaran merupakan aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Pada bidang usaha jasa pun, peran pemasaran sangat krusial dan diutamakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran di CV Arum Sinar Sejahtera Demak. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses dan hambatan apa saja yang telah dialami oleh CV Arum Sinar Sejahtera Demak selama ini.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dalam pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan CV Arum Sinar Sejahtera Demak yaitu marketing mix (bauran) yang meliputi 5P yaitu *Product, Price, Promotion, People* dan *process*.

*Kata Kunci : Strategi pemasarn, Pemasaran, Marketing Mix*

## **Pendahuluan**

Pembangunan infrastruktur era pemerintahan Presiden Joko Widodo dianggap sangat baik. Bahkan berdampak positif terhadap indeks daya saing infrastruktur Indonesia. Berdasarkan data *World Economic Forum*, indeks daya saing infrastruktur Indonesia berada di posisi 82 pada tahun 2014. Merangkak naik ke posisi 71 pada tahun 2015, dan mengalami penurunan pada tahun 2016 dan 2017 yaitu berada diposisi 62 dan 52. Meski mengalami penurunan, capaian pembangunan cukup diacungi jempol dan dinilai berhasil melakukan lompatan besar pada bidang infrastruktur. Hal tersebut memicu bermunculannya perusahaan-perusahaan baru dibidang jasa, lebih tepatnya pada bidang infrastruktur. Dari perusahaan kontraktor skala kecil hingga skala besar saling berlomba-lomba untuk mendapatkan tender proyek tersebut.

Proyek merupakan gabungan dari berbagai sumber daya dan serangkaian kegiatan yang dihimpun dalam suatu wadah organisasi sementara untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun wadah tersebut berbentuk dalam perusahaan Perseroan Terbatas (PT) atau Perseroan Komanditer (CV). Perusahaan tersebut tidak lepas dari kontraktor, kontraktor adalah orang atau badan yang menerima pekerjaan dan menyelenggarakan pelaksanaan pekerjaan sesuai biaya yang telah ditetapkan berdasarkan gambar rencana dan peraturan serta syarat-syarat yang telah ditetapkan (Ervianto 2005). Perusahaan jasa kontruksi adalah perusahaan yang mencakup semua pihak yang terkait dengan proses konstruksi, yang terdiri dari tenaga profesi, pelaksana kontruksi dan para pemasok yang bersama-sama memenuhi kebutuhan dalam perusahaan. Jasa konstruksi menurut Suraji (2003) adalah jasa yang menghasilkan prasarana dan sarana fisik, yang meliputi kegiatan studi, penyusunan rencana teknis, pelaksanaan, pengawasan dan pemeliharannya. Berdasarkan Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017

tentang Jasa Konstruksi bahwa jasa konstruksi mempunyai peranan strategis dalam pembangunan nasional sehingga perlu dilakukan pembinaan baik terhadap penyedia jasa, pengguna jasa maupun masyarakat guna menumbuhkan pemahaman dan kesadaran akan tugas dan fungsi serta hak dan kewajiban masing-masing dan meningkatkan kemampuan dalam mewujudkan tertib usaha jasa konstruksi, tertib penyelenggaraan pekerjaan konstruksi dan tertib pemanfaatan hasil pekerjaan konstruksi.

Walaupun peluang pembangunan infrastruktur di Indonesia bisa dikatakan lebih tinggi namun persaingan pasarnya cukup ketat. Perusahaan penyedia jasa konstruksi dari skala kecil hingga perusahaan skala besar harus mampu bersaing dan mempertahankan perusahaannya. Dalam kondisi persaingan usaha dibidang jasa tersebut menyebabkan suatu ketidakpastian dalam lingkungan bisnis sehingga akan menimbulkan kesulitan dalam proses perencanaan dan pengendalian manajemen perusahaan. Hal tersebut menuntut manajemen perusahaan untuk merencanakan masa depan perusahaan dengan sungguh-sungguh, sehingga perusahaan dapat bertahan dan bersaing dalam kompetisi yang kuat. Kemajuan perusahaan pada penyedia jasa konstruksi tergantung terhadap manajer dalam *me-manage* manajemen perusahaan sehingga mampu menjalankan fungsinya dengan baik dan benar agar tercapai tujuan dan sasaran yang sudah ditargetkan.

Seperti halnya pada industri lain, perkembangan pasar jasa konstruksi sangat dipengaruhi oleh daya beli dari masyarakat dan pemerintah, faktor ekonomi sangat berperan penting dalam transaksi bidang konstruksi. Perkembangan pasar industri konstruksi tidak hanya dipengaruhi oleh sektor ekonomi, akan tetapi juga dipengaruhi oleh perkembangan politik baik dalam negeri maupun luar negeri terutama tingkat regional. Kebijakan penerapan otonomi daerah pada tahun 2000 menyebabkan beralihnya pengelolaan proyek-proyek dari pusat ke daerah-daerah. Konsumen yang tadinya hanya berkonsentrasi di Ibukota akan terbagi ke daerah-daerah potensial. Hal ini akan berpengaruh pada penerapan strategi meraih pangsa pasar dari masing-masing pelaku jasa konstruksi.

Menurut jurnal Andi Asnudin (2004) berdasarkan data BPS (2016), dapat dilihat bahwa jumlah dan nilai proyek konstruksi di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahun. Di tengah ketatnya persaingan bisnis jasa konstruksi, para pelaku jasa konstruksi berupaya keras untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaannya. Terjaganya eksistensi suatu perusahaan diantaranya tergantung pada kemampuan perusahaan tersebut untuk melihat peluang pasar yang ada. Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki dan juga implementasi pemasarannya. Pemasaran dalam perusahaan harus mampu membuat perencanaan dan membuat manajemen konsep harga, promosi dan distribusi sejumlah ide barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi. Baik perusahaan jasa konstruksi skala kecil maupun skala besar, eksistensi implementasi pemasaran yang tepat perlu dipertahankan. Pada perusahaan skala kecil

membangun manajemen dan implementasi pemasaran yang tepat sangat berpengaruh untuk mendorong persaingan pasar dan pertumbuhan perusahaan. Seperti halnya CV Arum Sinar Sejahtera Demak, perusahaan rintisan penyedia jasa konstruksi tersebut juga berupaya keras dalam ketatnya persaingan pasar.

CV Arum Sinar Sejahtera Demak merupakan perusahaan perseroan komanditer yang bergerak dalam penyedia jasa konstruksi. Perusahaan ini beralamat di Jl. Jagalan no 16 Mranggen, Demak, didirikan pada awal tahun 2019. Sebagai perusahaan perseroan komanditer, perusahaan ini diperkasai oleh Rina Dwi Setianingsih sebagai Direktur dan Duwi Setianingsih sebagai komanditer. Tujuan didirikan perusahaan sebagai media dalam memaksimalkan pengelolaan dan pembangunan infrastruktur di Indonesia. CV Arum Sinar Sejahtera Demak bergerak pada bidang konstruksi dan trading dengan spesialisasi untuk prasarana perkeretaapian dan fasilitas pendukungnya meliputi perawatan dan pembangunan jalan rel, jembatan dan lain sebagainya. Fasilitas pendukung meliputi perawatan dan pembangunan stasiun, depo, underpass, dan bangunan dinas lainnya. Saat ini CV Arum Sinar Sejahtera Demak lebih fokus pada perawatan dan pembangunan jalan rel, jembatan dan perawatan serta pembangunan stasiun maupun depo.

Sebagai perusahaan rintisan yang baru berkembang, tentunya CV Arum Sinar Sejahtera Demak sangat memperhatikan manajemen pemasaran maupun SDMnya. Pada umumnya setiap perusahaan menganut salah satu konsep atau filosofi pemasaran, begitu pula dengan CV Arum Sinar Sejahtera Demak. Konsep atau filosofi pemasaran merupakan anggapan yang diyakini perusahaan sebagai dasar setiap kegiatannya dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Ada beberapa konsep yang ada dalam pemasaran, hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor meliputi visi manajemen, lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Yang menjadi dasar perkembangan pemasaran di CV Arum Sinar Sejahtera Demak diantaranya yaitu konsep produksi konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran dan konsep sumber daya manusia.

Milan Adrianta Metallica. (2016) menjelaskan Komunikasi pemasaran mempunyai peran penting bagi perusahaan untuk melakukan pencitraan (image) atas suatu merek tertentu. Selain itu komunikasi pemasaran dapat mengembangkan kesadaran konsumen terhadap produk/jasa yang dihasilkan perusahaan, sehingga konsumen mengenal produk/jasa yang ditawarkan.. Dengan penerapan *relationship marketing* dan konsep manajemen pemasaran yang baik dan teratur, CV Arum Sinar Sejahtera Demak mampu mendapatkan tender proyek dalam dua tahun terakhir ini. Dalam kurun waktu satu tahun setidaknya tiga hingga lima tender proyek bisa dikerjakan. Hal tersebut membuktikan bahwa sebagai perusahaan rintisan baru mampu bersaing dalam ketatnya industri bisnis konstruksi. Keberhasilan pada CV Sinar Arum Sejahtera karena perusahaan tersebut mampu menjalankan dengan baik manajemen pemasarannya serta memperhatikan lingkungan internal maupun eksternal. Sehingga

perusahaan tersebut tetap berkembang dan mampu berdiri ditengah persaingan yang ketat. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan produk jasa pada perusahaan konstruksi CV Arum Sinar Sejahtera Demak. Dipilihnya lokasi tersebut karena sebagai perusahaan rintisan CV Arum Sinar Sejahtera Demak menunjukkan peningkatan dan keberhasilan dalam memenangkan tender proyek

## **Metode penelitian**

### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, sebagai berikut:

#### a. Metode Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis (Sugiyono, 2014:145). Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran di CV Arum Sinar Sejahtera Demak Metode Wawancara

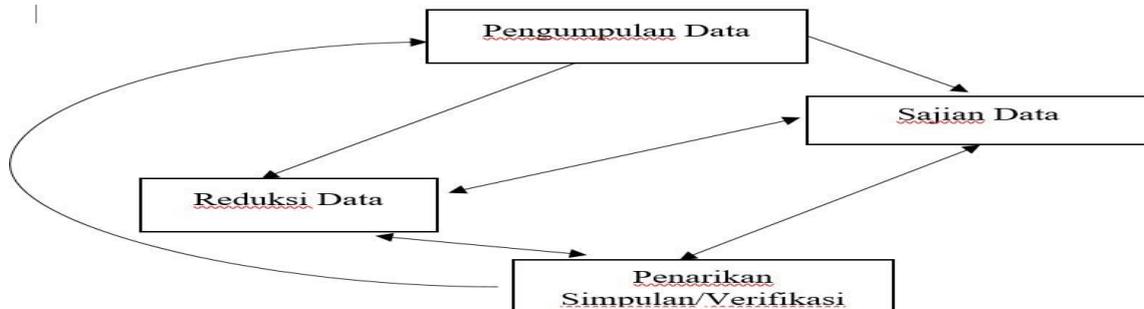
Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara terstruktur dimana akan dilakukan wawancara langsung dengan Direktur CV Arum Sinar Sejahtera Demak yaitu Ibu Rina Dwi Setianingsih dan beberapa staff kerjanya. Wawancara dilakukan untuk mengetahui lebih terperinci penerapan strategi pemasaran yang telah dilakukan.

#### b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan atau gambar. Dengan metode ini diharapkan peneliti memperoleh data tentang penerapan strategi pemasaran dan data lain yang berhubungan dengan permasalahan.

## Metode/Teknik Analisis

Miles dan Huberman (dalam Sutopo, 2002:94) menyatakan bahwa ada dua model pokok dalam melakukan analisis dalam penelitian kualitatif, yaitu model analisis jalinan atau mengalir (*flow model of analysis*) dan model analisis interaktif. Penelitian yang telah dilakukan ini menggunakan model analisis interaktif, yang setelah proses pengumpulan data dilakukan, selanjutnya dilakukan reduksi data, sajian data serta penarikan simpulan dan verifikasi. Selanjutnya, pada aplikasinya peneliti telah mengumpulkan data di lapangan dengan melakukan wawancara mendalam untuk tiap informan, dan setelah itu berdasarkan catatan kecil serta hasil rekaman dideskripsikan secara lengkap dan selanjutnya dilakukan refleksi untuk merenung dan mengetahui bila masih ada data yang kurang lengkap, atau untuk memperdalamnya pada informan berikutnya. Selanjutnya dilakukan wawancara dengan informan berikutnya dengan pertanyaan yang lebih mendalam dan dilengkapi setelah dilakukan refleksi pada hasil deskripsi data informan selanjutnya, begitu seterusnya hingga diperoleh data yang lengkap serta mendalam, selanjutnya dilakukan pengaturan data dan reduksi data, sehingga data bisa dipisah-pisahkan berdasarkan kelompok-kelompok yang bermanfaat dalam membuat sajian data serta penarikan simpulan.



Tabel 1. Proses Interaksi

Karena sifat penelitian kualitatif yang lentur dan terbuka, maka meski penelitian menggunakan strategi studi kasus tunggal terpancang dengan kegiatan penelitian dipusatkan pada tujuan dan pertanyaan yang telah dirumuskan namun tetap saja bersifat terbuka dan spekulatif, karena segalanya ditentukan oleh keadaan yang sebenarnya di lokasi studi. Perlu dijelaskan pula, bahwa penelitian kualitatif ini analisisnya secara keseluruhan bersifat *empirico inductive*, yang sangat berbeda dengan analisis kuantitatif yang bersifat *hypotetico deductive* dengan mengajukan hipotesis penelitian (Kirk dan Miller, dalam Sutopo, 2002).

## Hasil penelitian dan pembahasan

Tabel 2  
Ringkasan Temuan

| Pertanyaan                                                                                   | Direktur                                                                                  | Wakil<br>Direktur                                    | Adsmi-<br>nistrasi | Pelaksana                                                                 | Kategori                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Bagaimana strategi CV Arum Sinar Sejahtera Demak dalam menjalankan                        | 1. Perencanaan<br>2. Persiapan<br>3. Faktor internal : aspek keuangan, SDM, pemasaran dan | 1. Mencakup segala perencanaan<br>2. Mengklasifikasi | 1. Etos Kerja      | 1. Perencanaan sebelum terjun ke lapangan<br>2. Membuat <i>time table</i> | 1. Produk Jasa (Kualitas produk)<br>2. Harga Jasa (Memberikan garansi)                                 |
| kelangsungan usahanya?                                                                       | operasional<br>Faktor Eksternal : pesaing dan pendatang baru                              | deskripsi pekerjaan                                  |                    |                                                                           | 3. Promosi (word of mouth)<br>4. <i>People</i> (SDM memadahi)<br>5. Proses (Perencanaan dan persiapan) |
| 2. Apa saja hambatan yang dialami CV Arum Sinar Sejahtera Demak dan bagaimana menanganinya ? | 1. Kendala internal dan eksternal<br>2. Menganalisis penyebab kendala/hambatan            |                                                      |                    | 1. Diskusi<br>2. Komunikasi                                               |                                                                                                        |

|                                                                                              |                                                                                |                                                                                                                                                       |                                          |                                       |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------|--|
| <p>3. Bagaimana cara untuk meningkatkan penjualan jasa di CV Arum Sinar Sejahtera Demak?</p> | <p>1. Promosi mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>)<br/>2. Promosi digital</p> | <p>1. Menjaga komunikasi<br/>2. Menjaga kesetiaan pelanggan, mengutamakan kualitas produk jasa<br/>3. Meningkatkan kualitas kerja dan operasional</p> | <p>1. Menjalani komunikasi yang baik</p> | <p>1. Pengendalian secara berkala</p> |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------|--|

Dari tabel diatas dapat ditarik garis bahwa strategi pemasaran yang diterapkan di CV Arum Sinar Sejahtera Demak yaitu strategi marketing bauran atau mix. Strategi marketing bauran memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan produk saja. Dalam bisnis jasa, marketing bauran mengenal strategi yang disebut 7P meliputi *product, place, price, promotion, people, process dan physical evidence*. Namun berdasarkan analisis wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, CV Arum Sinar Sejahtera Demak hanya mencakup *product, price, promotion, people dan process*.

Strategi Pemasaran dari CV Arum Sinar Sejahtera Demak yang diterapkan yaitu Marketing Mix (Bauran) yang meliputi 7P, namun di CV Arum Sinar Sejahtera Demak hanya menerapkan 5P yaitu sebagai berikut:

1. *Product/Produk*

- membangun infrastruktur berdasarkan standarisasi nasional yang telah ditetapkan
- menggunakan material yang berkualitas tinggi dan SNI
- Mengutamakan kualitas bangunan yang kokoh dan tahan lama
- Klien bisa *request* bentuk dan bahan bangunan sesuai keinginannya

2. *Price/Harga*

- Penetapan harga sesuai dengan standarisasi pasar proyek
- Penetapan harga rendah tidak mengurangi kualitas proyek

- Memberikan jaminan garansi pada setiap pembangunan proyek

### 3. Promotion

- Promosi yang dilakukan CV Arum Sinar Sejahtera Demak merupakan promosi dari mulut ke mulut
- Promosi yang rendah sangat sesuai bahwa mendatangkan *income* yang besar
- Pendapatan klien, hanya terbatas oleh relasi dari tempat kerja sebelumnya

### 4. People/Orang (Sumber Daya Manusia)

- memastikan setiap karyawan memiliki etos kerja yang tinggi
- karyawan staff kantor minimal memiliki pendidikan S1
- karyawan tim lapangan minimal memiliki pendidikan SMA/K
- memiliki loyalitas yang tinggi dalam pelayanan dan pelaksanaan di lapangan
- memastikan karyawan dapat melayani klien dengan baik dan tidak mengecewakan

### 5. Process

- proses pelaksanaan proyek dapat dikerjakan sesuai dengan deadline dan rencana
- selain itu juga berdasarkan *time table* yang sudah ditentukan
- proses dalam pelayananpun dilakukan sebaik mungkin sehingga memberikan kenyamanan pada klien

Dengan prinsip 5P tersebut maka CV Arum Sinar Sejahtera Demak sangat berhasil dalam menerapkan strategi bauran pemasaran berdasarkan nilai-nilai yang telah ditetapkan.

Adapun analisis SWOT CV Arum Sinar Sejahtera Demak yaitu sebagai berikut.

### 6. Kekuatan (Strenght)

- Memiliki relasi yang cukup luas sehingga membantu menunjang kemajuan CV Arum Sinar Sejahtera Demak
- Pelayanan yang baik dan kualitas proyek selalu diutamakan
- Menjaga kesetiaan pelanggan sehingga CV Arum Sinar Sejahtera Demak tidak akan kehilangan klien

### 7. Kelemahan (Weakness)

- CV Arum Sinar Sejahtera Demak hanya melakukan promosi dari mulut ke mulut maka salah satu kekurangannya yaitu dalam promosi
- Terbatasnya staff kantor

### 8. Peluang (Opportunity)

- Tinggi tingkat pembangunan infrastruktur menjadi peluang bagi CV Arum Sinar Sejahtera Demak untuk mendapatkan proyek lebih banyak

- Penetapan harga dengan tidak melakukan markup terlalu tinggi memberikan peluang besar untuk bisa menang tender

#### 9. Ancaman (Treatment)

- Diiringi dengan banyaknya pendatang baru, menjadi persaingan lebih ketat
- Perubahan cuaca yang ekstrem sehingga berpengaruh terhadap proses pembangunan

#### **Pembahasan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui beberapa hal yang mempengaruhi kesuksesan CV Arum Sinar Sejahtera Demak hingga saat ini dalam menjalankan kelangsungan usahanya, antara lain produk jasa, harga jasa, promosi, *people* dan prosesnya. CV Arum Sinar Sejahtera Demak merupakan perusahaan konstruksi yang saat ini fokus hanya pada pembangunan sarana dan prasarana rel kereta api. Awal mula didirikannya CV Arum Sinar Sejahtera Demak berdasarkan ketertarikannya karena sudah lama berkecimpung di dunia sarana dan prasaran rel kereta api. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Ibu Rina Direktur dari CV Arum Sinar Sejahtera Demak yang menyatakan bahwa:

*“Awal mula saya mendirikan CV Arum Sinar Sejahtera Demak karena dulu pekerjaan saya di bidang konstruksi tepatnya di konstruksi rel kereta api. Pada saat itu saya masih ikut dengan PT orang sana sini, setelah jalan kurang lebih 5 tahun akhirnya ada salah satu atasan saya memberikan masukan untuk mendirikan perusahaan sendiri. Kata beliau saya sudah mampu untuk jalan sendiri dengan mendirikan perusahaan yang berupa perusahaan komanditer terlebih dahulu. Dengan saya mendirikan CV sendiri maka saya akan lebih mudah mendapatkan proyek sendiri tanpa terikat kontrak sana sini. Dan sayapun tertarik untuk mendirikan CV sendiri yaitu CV Arum Sinar Sejahtera Demak.”*

Berdasarkan pernyataan Direktur CV Arum Sinar Sejahtera Demak dapat diketahui bahwa bisnis ini dirintis mulai dari nol berdasarkan pengalaman beliau bekerja sebelumnya. Namun dengan segala usaha dan strategi pemasaran yang dilakukan CV Arum Sinar Sejahtera Demak menjadikannya mampu berlangsung hingga saat ini.

CV Arum Sinar Sejahtera Demak selalu mengutamakan kualitas produk jasa yang dengan mengutamakan kualitas material dan hasil pembangunan yang kokoh dan tahan lama. Bahan material yang dipilih untuk proyekpun sangat selektif dan sesuai porsinya tanpa ada pengurangan volume material. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Bapak Lukman sebagai Pelaksana lapangan di CV Arum Sinar Sejahtera Demak.

*“Selalu mengontrol dan terus memantau kemajuan proyek setiap saat. Memastikan laju pekerjaan berjalan dengan baik dan maksimal. Selain itu juga membangun komunikasi yang baik dengan klien. Dan yang terpenting juga memastikan kualitas proyek sesuai dengan rencana, maksudnya menggunakan material yang berkualitas tinggi, tidak mengurangi komposisi material demi mencari keuntungan. Di CV ini kami selalu mengutamakan kualitas dan kuantitas proyek sehingga tidak mengecewakan klien. Hal-hal tersebut yang akan membantu dalam membentuk citra baik perusahaan.”*

Meskipun CV Arum Sinar Sejahtera Demak menggunakan material dan bahan baku yang berkualitas tinggi, namun dalam penetapan harga CV Arum Sinar Sejahtera Demak tidak membuat markup yang terlalu besar. Ia masih mengikuti standar harga proyek di pasaran secara umum agar tetap bisa bersaing dengan kompetitor. Selain menetapkan harga proyek konstruksi secara standar, CV Arum Sinar Sejahtera Demak juga memberikan garansi pembangunan guna untuk memberikan jaminan kepada klien. Garansi ini bertujuan untuk menyakinkan klien bahwa proyek konstruksi yang kami kerjakan benar-benar baik dan berkualitas tinggi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Ibu Duwi sebagai Wakil Direktur di CV Arum Sinar Sejahtera Demak.

*“Yang pertama dilakukan yaitu menjaga kesetiaan pelanggan, karena promosi kita kan masih dalam mulut ke mulut jadi menjaga kesetiaan klien itu sangat penting. Selain itu kita juga fokus terhadap kualitas produk jasa kita, memastikan bahwa kualitas proyek dan pelayanan kita bagus sehingga klien merasa puas dan akan kembali menggunakan jasa kita. Karena ini bidang jasa konstruksi ya, jadi kita juga memberikan garansi terhadap setiap tender yang telah kita selesaikan. Hal tersebut untuk menambah rasa percaya klien ke kita dan akan merasa yakin apabila dalam masa garansi ada kerusakan dan sebagainya. Selain itu mungkin kita akan memperluas target pasar kita ke luar daerah.”*

Pernyataan beliau juga didukung oleh pernyataan Ibu Rina Direktur Utama CV Arum Sinar Sejahtera Demak yang menyatakan sebagai berikut.

*“Selain itu kita juga harus konsisten dalam penetapan harga, di dalam persaingan proyek konstruksi kan soal harga sudah sangat terstruktur. Jadi kalau bisa kita jangan melakukan markup yang terlalu besar. Dan kita juga memberikan garansi ke klien kita untuk menjamin keyakinan klien sehingga kita tidak akan kehilangan klien.”*

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan didapatkan temuan bahwa CV Arum Sinar Sejahtera Demak tidak melakukan promosi dalam mendapatkan klien konsruksinya. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Ibu Rina Direktu CV

Arum Sinar Sejahtera Demak.

*“Untuk saat ini sih dalam mendapatkan klien saya masih melakukan promosi dari mulut ke mulut. Jadi sebelum memutuskan mendirikan CV sendiri saya sudah mendapatkan cukup banyak relasi, dari situ lah saya mencari klien yang mau menggunakan jasa di CV ini. Mungkin untuk kedepannya kita akan melakukan pemasaran dalam bentuk digital tapi itu masih dalam perencanaan dan belum tau akan direalisasikan kapan.”*

Pernyataan tersebut diperkuat oleh argumen Ibu Duwi Wakil Direktur CV Arum Sinar Sejahtera Demak yang menyebutkan bahwa pentingnya menjaga kepercayaan klien karena promosi yang masih dari mulut ke mulut.

*“Ketika klien sudah masuk di kita, kita harus bertanggung jawab dan dapat dipercaya terkait pekerjaan yang kita pegang dan jangan sampai hasilnya tidak sesuai dengan ekspektasi klien kita. Karena promosi kita kan masih mulut dari mulut ya, maksudnya belum melakukan promosi secara digital dan sebagainya jadi menurut kami menjaga kepercayaan klien itu sangat penting sekali.”*

Dalam sebuah perusahaan jasa konstruksi manusia (*people*) dan proses menjadi aspek yang krusial. *People* didefinisikan sebagai penyedia jasa layanan maupun penjualan atau orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri, di CV Arum Sinar Sejahtera Demak sendiri pelayanan sangat diutamakan. Sesuai dengan pernyataan Dinda Setiawan sebagai staff administrasi yang menyebutkan bahwa CV Arum Sinar Sejahtera Demak selalu mengutamakan pelayanan.

*“Yang pasti komunikasi ya, menjalin komunikasi yang baik dengan klien. Selama ini kan branding CV Arum Sinar Sejahtera Demak sudah cukup baik, jadi kita sebagai karyawan bertugas menjaga nama baik dan terus meningkatkan namanya agar lebih baik lagi. Semaksimal mungkin dalam melayani klien sehingga klien tidak kecewa dan merasa nyaman. Kita selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dan ramah.”*

Selain pelayanan dari manusia (*people*), sebuah proses pengerjaan juga menjadi acuan bagi CV Arum Sinar Sejahtera Demak. Pentingnya penyelesaian pekerjaan sesuai dengan deadline dan spesifikasi sangat dipegang teguh. Menurut CV Arum Sinar Sejahtera Demak, kepercayaan dan keyakinan klien yang menggunakan jasa kita bisa diperkuat dengan pengerjaan konstruksi yang tepat

waktu dan berkualitas. Hal itu didukung oleh pernyataan Bapak Lukman Pelaksana CV Arum Sinar Sejahtera Demak yang menyatakan sebagai berikut.

*“Dan yang terpenting juga memastikan kualitas proyek sesuai dengan rencana, maksudnya menggunakan material yang berkualitas tinggi, pengerjaan*

*proyek sesuai waktu yang sudah ditentukan, tidak mengurangi komposisi material demi mencari keuntungan. Di CV ini kami selalu mengutamakan kualitas dan kuantitas proyek sehingga tidak mengecewakan klien. Hal-hal tersebut yang akan membantu dalam membentuk citra baik perusahaan dan kepercayaan klien.”*

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara dengan informan, peneliti memperoleh 5 variabel produk jasa, harga, promosi, *people* dan proses. Dalam mengimplementasikan strategi pemasaran di CV Arum Sinar Sejahtera Demak tidak lepas dari 5 variabel tersebut, karena setiap variabel memiliki peran dan fungsi masing-masing untuk menunjang keberlangsungan dan keberhasilan CV Arum Sinar Sejahtera Demak hingga saat ini

### **Daftar pustaka**

- Andi Asnudin. 2004. Tinjauan Proses Pengadaan kontraktor skala kecil dalam Rangka Pengembangan Infrastruktur Perdesaan”. Institut Teknologi Bandung : Bandung
- H.B. Sutopo. 2002. Pengantar Penelitian Kualitatif. Surakarta : Universitas Sebelas Maret Press
- Milan Adrianta Metallica. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Rodamas Dalam Memasarkan Spion Milan. Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana
- Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

