

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bangunan merupakan hasil olahan buatan manusia yang terdiri dari dinding lapisan dan materi atap yang berdiri permanen dalam suatu lokasi. Bangunan memiliki unsur yang terdiri dari pergedungan dan perumahan, yaitu seluruh sarana dan prasarana hingga infrastruktur yang memiliki akar kebudayaan atau kultural dalam kehidupan manusia agar mencapai suatu titik peradaban. Bangunan mempunyai ragam jenis bentuk bangunan, ukuran bangunan, fungsi bangunan, yang telah mengalami perkembangan sejarah dalam beberapa sebab faktor, yang diketahui seperti bahan material bangunan, iklim cuaca, penentuan harga, kontur utama tanah, dan beberapa estetika menurut adat. Bangunan berguna untuk kelangsungan hidup manusia, sebagai utama untuk tempat berlindung dari iklim cuaca, waspada terhadapantisipasi lingkungan yang aman, persinggahan, kelayakan hidup pribadi, gudang, dan aktivitas pekejaan. Bangunan selalu melekat pada kehidupan manusia sebagaimana dalam memberi rasa sejahtera sekaligus aman. Bahan bangunan adalah suatu unsur yang memiliki tujuan dalam konstruksi. Seperti contoh bahan alami yaitu tanah, pasir, kayu, batu, bahkan batang ranting dan daun pernah digunakan sebagai sarana membangun bangunan. Produk buatan juga banyak digunakan hingga mencapai penemuan baru yaitu sintetik. Industri pembuat bahan bangunan berdiri di beberapa negara yang penggunaan bahan bangunan tersebut bisa dibagi kedalam industry dagang tertentu seperti jasa tukang bangunan, pipa, atap hingga pengerjaan proyek. Dasar dasar tersebut memiliki erat dalam hubungan tempat tinggal dan struktur termasuk rumah pada manusia (Graham,2018:21).

Material bahan bangunan adalah bahan bahan yang diperuntukkan pada proses pelaksanaan proyek konstruksi. Material bahan bangunan memiliki posisi penting untuk menghasilkan produk berkualitas. Sumber material bahan bangunan dapat diperoleh secara alami yang berada di lingkungan konstruksi proyek atau bahan yang disediakan dari luar lingkungan untuk dikirim, dapat berupa hasil produksi industri dan material alam yang tidak terdapat di lingkungan proyek konstruksi. Untuk mengelola bahan material yang baik terhadap suatu komoditas adalah kewajiban yang dimiliki agar ketersediaan material bahan bangunan cukup untuk pekerjaan konstruksi. Namun jumlah pembelian material bahan bangunan secara berlebihan juga tidak efektif karena ketersediaan biaya dapat dialihfungsikan dengan pekerjaan yang lainnya, oleh karena itu alokasi material bahan bangunan harus diatur secara teliti sehingga memberi manfaat yang efektif (Graham,2018:23).

Material bahan bangunan adalah bahan penting dalam memproyeksikan biaya suatu proyek konstruksi, lebih dari separuh biaya mampu berkurang oleh material bahan bangunan yang digunakan. Dalam melaksanakan proyek konstruksi penggunaan material bahan bangunan sering terjadi sisa material yang cukup besar di lapangan, maka dibutuhkan upaya untuk mengurangi sisa material bahan bangunan yang dapat diterapkan, material bahan bangunan memiliki 2 golongan yang penting (Frick Heinz Suskiyatno,2018:27), yaitu :

1. *Consumable Material*, merupakan material bahan bangunan yang menjadi golongan dari struktur fisik, seperti :

- a. Batu Bata

Batu bata adalah material bahan bangunan dengan proses dari tanah liat yang dibakar sehingga menimbulkan warna kemerahan. Batu bata umumnya disebut bata merah. Material bahan bangunan ini selaras digunakan untuk bagian dinding, bersifat kuat dan tahan lama.

Walaupun di era sekarang ini banyak material lainnya selain batu bata untuk digunakan sebagai dinding bangunan, namun material ini masih eksis digunakan pada khalayak umum untuk bahan material dinding bangunan.

b. Pasir

Pasir adalah sumber yang didapatkan secara alami dalam material bahan bangunan. Banyak jenis pasir yang dapat digunakan. Kandungan lumpur yang sedikit pada pasir maka bisa dikategorikan sebagai pasir yang bagus karena kandungan lumpur yang terdapat di dalam semen, menghambat ikatan unsur semen dan pasir

c. Batu Kali

Batu kali adalah pecahan yang tidak beraturan dari beberapa endapan sedimen batu yang bisa didapat dari sungai atau gunung. Batu ini adalah jenis batu yang digunakan sebagai material bahan bangunan pembuatan pondasi utama untuk membangun rumah dan bangunan. Material ini memiliki kekuatan yang lebih untuk pondasi dibandingkan dengan material yang lainnya.

d. Gamping

Gamping digunakan untuk material tambahan pencampur antara semen dan pasir.

e. Kerikil

Kerikil adalah bahan material bangunan yang berwujud batu kecil untuk digunakan pembuatan beton secara bersama semen dan pasir. Kerikil yang berasal dari pecahan batu besar dapat dikategorikan sebagai kekil yang bagus dan berat dalam proses pembuatan beton. Maka dari itu alangkah baiknya jika tidak memilih batu kerikil yang memiliki rongga dan ringan karena memiliki kekuatan kurang baik.

f. Kayu

Kayu adalah material bahan bangunan sering difungsikan sebagai rangka atap, pintu, jendela dan kusen. Pada wilayah yang memiliki iklim curah hujan yang tinggi maka kayu digunakan sebagai lantai dan peredam dalam dinding. Permukaan kayu yang bagus memiliki kontur merata dan kering, apabila memiliki kontur basah, maka dipastikan sulit dalam tahap pemasangan karena kayu basah rawan sekali untuk meliuk.

g. Genteng

Genteng seringkali digunakan untuk bagian atap sebuah bangunan walaupun saat ini umumnya terbuat dari seng, galvalume dan beton. Karena genteng merupakan material bahan bangunan alami, maka lebih sejuk ketika bangunan berada di wilayah yang panas.

h. Semen

Semen adalah kalsium karbonat yang dicampurkan dengan tanah yang memiliki kandungan mineral berbentuk pasir, aluminium oksida serta besi oksid. Bahan dasar tersebut dihaluskan kemudian dipanaskan pada suhu tinggi sehingga mencapai bentuk zat unsur baru. Zat unsur baru tersebut digunakan untuk perekatan batuan atau yang lainnya.

i. Baja

Baja dapat digunakan sebagai inti rangka atau penyangga bangunan. Bagian yang membutuhkan baja pada umumnya adalah bagian atas pondasi serta sekat sekat sebagai penguat dinding. Baja yang digunakan untuk bagian pojok secara mendatar antara dua dinding. Bahkan ada juga yang membuat baja ini sebagai bagian paling atas dinding. Baja juga dapat berfungsi memperkuat tahanan antara dinding dan atap yang kuat dan kokoh.

j. Keramik

Keramik merupakan material bahan bangunan yang bisa membangun keindahan dalam bangunan tersebut, umumnya keramik digunakan untuk lantai dan ada juga yang menerapkannya untuk pelapin bagian dalam dinding.

2. *Non-Consumable Material*, merupakan material bahan bangunan yang bersifat menunjang kegiatan atau proses pelaksanaan konstruksi bangunan, seperti :

a. Perancah

Material bahan bangunan yang umum digunakan sebagai penyangga pekerja atau tenaga manusia dalam konstruksi bangunan. Penyangga ini bisa juga digunakan untuk perbaikan atau tahap peningkatan bangunan yang sudah jadi. Perancah terbentuk dari sistem modul yang terbuat dari triplek, besi dan pipa yang disusun untuk penyangga. Contoh lain bisa anda lihat penyangga utama bangunan, pada bagian depan ada beberapa tiang penyangga yang seperti rangka.

b. Bekisting

Bekisting adalah cetakan dalam proses pembuatan kolom bahan bangunan. Pondasi bangunan memerlukan cetakan agar bahan material bangunan tidak tercecer. Misalnya, pada saat membuat pondasi dasar agar dapat bersatu padu dengan tanah, cetakan juga bisa digunakan untuk mempertahankan bentuk asli bangunan atau sesuai gambar desain yang diinginkan. Maka daripada itu pondasi bisa terbentuk secara rapi dan sesuai keinginan. Pembuatan dengan menggunakan cetakan memberi maksud membentuk bangunan yang diinginkan. Seperti itulah fungsi dari membuat cetakan ini menjadi

bahan yang tergolong penting dalam membuat pondasi maupun bagian tertentu dari bangunan.

c. Dinding Penahan Sementara

Dibutuhkan material bahan bangunan dinding penahan untuk tahanan dari beban tekanan tanah dasar akibat penggunaan oleh tanah olahan dan tanah asli yang tidak stabil sehingga menimbulkan prediksi terjadinya keributan dari warga sekitar. Dinding penahan sementara seringkali dipakai oleh proyek semacam jalan, tempat saluran air, ruang *underground* dan sejenisnya untuk pondasi sementara untuk penahan tanah yang ada di sekitar wilayah pembangunan proyek tersebut.

Peluang adalah kondisi disetiap keadaan dimana kondisi tersebut bisa terjadi sejak kita membuka mata hingga menutup mata kembali. Peluang dapat muncul dari berbagai sudut pandang dengan bagaimana yang sedang kita tafsir dalam kehidupan sehari-hari. Terutama dalam melihat sudut pandang tersebut apakah kita mampu membuat perubahan bagaimana sesuatu kekurangan itu dapat berbuah manis menjadi peluang yang layak dibutuhkan sebagaimana kita melihat unsur tersebut menjadi *prospektif* (Hendro Chandra, 2016:149), sebagai berikut :

- a. Pasar yang sedang membutuhkan barang atau jasa..
- b. Pasar yang sedang menghadapi masalah dan perlu mengatasinya.
- c. Penyempurnaan dari unsur peluang yang dilakukan sebelumnya.
- d. Nilai jual suatu pasar menjadi bertambah dengan lingkup berbeda.
- e. Inovasi yang selalu orisinil.
- f. Keuntungan yang didapatkan secara nyata dapat dilihat.
- g. Kebanggaan atas apresiasi konsumen terhadap pasar.
- h. Diwujudkan dalam bentuk pelaksanaan.

Peluang terjadi dimana saja namun beberapa faktor dan hal lain membuat seseorang tidak peka terhadap peluang tersebut. Daya imajinasi seseorang bisa membuat sebuah kejadian yang dialami dari segi positif, seseorang yang mampu melihat dari segi positif maka itulah bukti bahwa seseorang yang mengabaikan segi negatif dan selalu melihat segi positif maka terjadilah peluang baru sekaligus memanfaatkannya dengan seksama (Hendro Chandra,2016:151).

Bisnis properti diprediksi semakin tumbuh dari tahun ke tahun di negeri ini, karena secara optimis sudah banyak infrastruktur yang dibangun sehingga akses menuju pengembangan properti diprediksi ikut tumbuh selaras dengan adanya infrastruktur tersebut. Kebangkitan dan gairah para pebisnis properti juga ikut naik ketika banyaknya infrastruktur yang dibangun.

Perkembangan pesat terhadap bisnis properti menjadikan sebuah peluang ketika masyarakat dalam hal ini menjadikan hunian menjadi sarana tempat tinggal sekaligus investasi hari tua. Saat ini peluang usaha properti, tidak hanya fokus membangun rumah dan menjualnya saja, salah satu bisnis yang mendukung kebutuhan properti seperti bisnis bahan bangunan juga memiliki prospek pasar yang cukup besar. Karena selama masih ada pembangunan rumah, kantor, sekolah, serta gedung lainnya, bahan bangunan seperti besi, semen, cat, keramik, kayu dan sebagainya akan terus dibutuhkan pasar, maka dari itu saat ini PT. Rajawali Abadi Surabaya berpeluang untuk meningkatkan hasil penjualan.

Pasar yang memiliki berbagai produk maupun jasa dalam beberapa segmen secara menyeluruh bersifat jamak ke dalam beberapa segmen, dimana setiap segmennya memiliki kecenderungan bersifat pasar yang satu jenis untuk mendapatkan segala aspek dan pemilihan terhadap target pasar untuk mencapai perusahaan dengan strategi pemasarannya. Segmen yang

sukses adalah segmen yang memiliki sifat pemuasan terhadap kebutuhan pelanggan tetap dan pelanggan potensial baru yang dapat ditentukan strategi perusahaan dengan jelas. Hal tersebut membuat pemahaman atas sikap pelanggan, potensi pelanggan, dan juga keberadaan manfaat-manfaat yang bisa digali. Pasar mendefinisikan sasaran dan permintaan yang sesuai merupakan tahapan pertama yang penting dalam kegiatan segmentasi. Pasar sebagai ajang atau tempat sekumpulan individu yang dapat dimanfaatkan sebagai konsumen sebagai objek pembeli produk. Secara umum untuk melihat konsumen dari umur, *gender*, tingkat sosial, *background* sosial budaya, dan sistemasi kualitas hidup yang berbeda. Dengan posisi konsumen yang jamak tersebut memberi kemungkinan untuk pihak perusahaan memilih dan memilah kelompok konsumen atas dasar *consumer behavioral characteristics*. Berdasarkan hal di atas tersebut maka perusahaan melakukan suatu kegiatan yang berupa segmentasi target bisnis untuk pasar bisnis material bahan bangunan adalah masyarakat umum yang sedang merencanakan pembangunan rumah, atau pembangunan gedung lainnya. Selain masyarakat umum, target pasar yang lebih luas seperti kontraktor proyek bangunan serta beberapa pelaku bisnis properti dapat dijadikan sebagai jaringan untuk memperoleh konsumen yang memerlukan bahan bangunan. Karena pelaku bisnis properti, membutuhkan material dan bahan bangunan untuk memenuhi permintaan perumahan dari konsumennya. Kegiatan usaha adalah kegiatan seseorang atau perusahaan melakukan usaha dengan tujuan untuk mencapai hasil berupa keuntungan atau laba terhadap usaha tersebut. Suatu perusahaan berusaha memaksimalkan pelayanan terbaik untuk semua pelanggannya dan menentukan strategi yang tepat sasaran yang berkorelasi kepada maju atau mundurnya sebuah perusahaan berdasarkan taktik dan strategi dalam pelaksanaan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Telah disebutkan bahwa kegiatan ini sangat penting karena pemahaman yang baik terhadap kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen selalu memberikan informasi penting untuk rancangan strategi pemasaran yang tepat, dalam perkembangan tersebut pembagian pasar yang lebih besar menjadi berbagai komoditas yang lebih kecil berdasarkan satu atau lebih karakteristik yang bermakna. Pelaksanaan segmentasi pasar dan kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah terhadap sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memperoleh kepuasan bagi konsumen (Kotler,2018:8).

Bisnis usaha material bahan bangunan secara nasional berkembang cukup pesat, bisa dilihat dengan cukup banyaknya pembangunan perumahan, apartemen, rumah dan lain sebagainya. Banyaknya pembangunan properti tentunya membuat persaingan bisnis semakin kompetitif. Maka dari itu setiap perusahaan diwajibkan memiliki strategi pemasaran tersendiri agar dapat tetap menarik minat konsumen.

Bisnis usaha material bahan bangunan juga harus memperhatikan beberapa unsur agar dapat tetap berkembang dalam persaingan usaha yang semakin ketat, lingkungan eksternal dan lingkungan internal merupakan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Segi positif dalam lingkungan merupakan penunjang dalam kelangsungan kegiatan usaha dan segi negatif lingkungan yang terjadi merupakan gangguan dalam kelangsungan usaha. Maka dari itu, perusahaan harus menganalisis perubahan lingkungan yang terjadi. Lingkungan internal melakukan dan memperhatikan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Dalam hal ini, sisi kekuatan dapat dilihat apakah perusahaan tersebut memiliki produk yang berkualitas dan karyawan dengan pelayanan yang baik. Terdapat sisi kelemahan dapat dilihat apakah perusahaan memiliki produk yang mempunyai

kualitas produk rendah, harga kurang terjangkau, pelayanan yang tidak memuaskan. Faktor eksternal yang meliputi perusahaan berikut adalah peluang dan ancaman usaha. Faktor peluang merupakan permintaan produk kebutuhan konsumen, sehingga perusahaan mampu mengambil keuntungan dari keadaan peluang pasar. Ancaman merupakan kondisi yang bersifat negatif dan kurang dapat diprediksi sebelumnya terkait perusahaan yang menyebabkan gangguan kegiatan usaha. Pada era ekonomi saat ini persaingan yang terjadi antar perusahaan lebih dituntut untuk mengembangkan usaha dengan tujuan menjadi lebih baik untuk waktu mendatang. Mengembangkan usaha terkait yang dibutuhkan kegiatan pada bidang operasional, pemasaran, keuangan secara stabil agar perusahaan tersebut mencapai tujuan dan target laba perusahaan. Dunia bisnis di Indonesia memiliki banyak persaingan dalam usaha. Keadaan tersebut memaksa pengelola usaha untuk lebih baik dalam merencanakan strategi agar tetap mampu bertahan di dalam pasar dengan melihat dan memperhatikan perubahan - perubahan dalam lingkungan. Semakin baik kegiatan bisnis dalam sebuah perusahaan seperti perusahaan sejenis menerapkan *brand image* dibenak konsumen, perusahaan dapat menjadi posisi terdepan dan perolehan keuntungan yang mungkin diperoleh semakin besar. Pengambilan posisi yang tepat dan akurat terhadap diferensiasi yang kuat menciptakan *brand image* dan *brand identity* yang hebat di hati konsumen (Kotler,2018:39).

Terkait dengan perkembangan usaha penjualan material bahan bangunan penulis memilih usaha "PT. Rajawali Abadi Surabaya" sebagai objek penelitian. Peneliti sadari usaha penjualan material bahan bangunan saat ini memiliki kompetitor pada bidang usaha yang sama maka perlu adanya strategi pemasaran yang inovatif dan kreatif yang harus dilakukan "PT. Rajawali Abadi Surabaya" agar produk yang ditawarkan dapat terus bersaing di pasar

konsumen. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Rajawali Abadi Surabaya saat ini masih kurang, dengan promosi yang dilakukan hanya dari pintu ke pintu. Berbanding jauh dengan kompetitor pada usaha sejenis yang telah melakukan berbagai penawaran kepada konsumen baru maupun lama. PT. Rajawali Abadi Surabaya harus melakukan strategi-strategi yang baru dengan melihat posisi perusahaan agar dapat tetap menjadi prioritas konsumen dalam membeli barangnya.

Strategi pemasaran sangat berkaitan dengan faktor lingkungan perusahaan, maka usaha material bahan bangunan “PT. Rajawali Abadi Surabaya” perlu memperhatikan aspek lingkungan. Memperhatikan aspek lingkungan maka dapat digunakan pendekatan dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*). “Analisis SWOT adalah analisis mengenai strategi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi perusahaan” (Rangkuti,2016:22). Berdasarkan hal tersebut maka perusahaan harus menjalankan operasionalnya secara efektif dan efisien dalam bidang pemasaran. Metode ini cukup membantu memperkirakan teknik terbaik untuk menentukan suatu strategi dan faktor – faktor yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan strategi tersebut. Perusahaan material bahan bangunan didalam “PT. Rajawali Abadi Surabaya” ini juga harus melakukan analisis SWOT dengan menekankan pada kekuatan perusahaan untuk menutupi kelemahan dan menggunakan peluang yang terkait dari analisis tersebut untuk menutup kemungkinan ancaman dari sisi eksternal. Analisis yang dilakukan PT. Rajawali Abadi Surabaya nantinya dapat melihat posisinya terhadap pesaing yang lain di usaha yang sejenis. Analisis ini juga dapat dirumuskan untuk melakukan strategi memenangkan pasar penjualan material bahan bangunan.

Penelitian ini sangat penting karena dapat menganalisis kelemahan dan kelebihan usaha material bahan bangunan “PT. Rajawali Abadi Surabaya” sehingga dapat mengurangi terjadinya ancaman dari usaha material bahan bangunan yang lain. Penggunaan analisis SWOT dapat memberikan masukan kepada pemilik usaha material bahan bangunan “PT. Rajawali Abadi Surabaya” berhubungan dengan strategi pemasaran yang diterapkan Berdasarkan uraian yang dijabarkan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT yang diterapkan pada usaha material bahan bangunan “PT. Rajawali Abadi Surabaya”. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PT. RAJAWALI ABADI DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS *STRENGTH WEAKNESS OPPORTUNITY THREAT* (SWOT)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas maka dirumuskan permasalahan “Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam meningkatkan penjualan Melalui Analisis *Strength Weakness Opportunity Threat* (SWOT) pada penjualan material bahan bangunan PT. Rajawali Abadi Surabaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran melalui analisis *Strength Weakness Opportunity Threat* (SWOT) pada usaha penjualan material bahan bangunan PT. Rajawali Abadi Surabaya.
2. Mengetahui faktor internal dan eksternal yang berpotensi menghambat laju pemasaran PT. Rajawali Abadi Surabaya.

3. Mengetahui permasalahan dan solusi pemasaran yang bisa dipertimbangkan oleh PT. Rajawali Abadi Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Aspek Akademis

Dapat digunakan sebagai referensi belajar, tugas akhir atau penulisan skripsi di bidang manajemen khususnya yang berkaitan dalam kegiatan pemasaran material bahan bangunan. Serta menambah koleksi karya ilmiah bagi perpustakaan STIE Mahardhika Surabaya. Penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman dan referensi PT. Rajawali Abadi Surabaya dalam melihat kondisi perusahaan saat ini, dan bagaimana menghadapi kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

1.4.2 Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan ilmu pengetahuan sekaligus wawasan bagi peneliti untuk lebih memahami kegiatan manajemen perusahaan khususnya dalam pemasaran secara langsung yang bertitik fokus pada kegiatan usaha dan bagaimana menghadapi kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

1.4.3 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi informasi bagi manajemen PT. Rajawali Abadi Surabaya dalam mengambil keputusan, khususnya untuk melihat kondisi lingkungan dan menentukan strategi pemasaran perusahaan, serta dapat digunakan sebagai pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan.