

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BAJA RINGAN  
PASCA COVID DI WILAYAH KABUPATEN LOMBOK BARAT  
(STUDI KASUS PADA CV. PERINTIS JAYA TRUSS (PJ TRUSS))**

Oleh

**Ira Dianti**

Program Studi Manajemen, Fakultas Budaya, Manajemen dan Bisnis,  
Universitas Pendidikan Mandalika

**Abstrak:** Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi dan langkah-langkah yang signifikan dalam pengembangan usaha baja ringan setelah covid 19 melanda di sekitaran wilayah kabupaten Lombok barat dengan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini adalah diskriptif, metode pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi pengembangan dalam usaha bisnis baja ringan pasca covid 19 di Wilayah Kabupaten Lombok Barat dilaksanakan dengan delapan tahapan strategi pengembangan bisnis yaitu: (1) Membangun merek, (2) menambah modal, untuk rencana pengembangan bisnis berjalan efektif dibutuhkan modal yang memadai, (3) Strategi Penjualan yang tepat, (4) Visible Expert dengan Content Marketing, (5) mengoptimalkan analisis SWOT, (6) bergabung dalam komunitas, (7) berpartisipasi dalam acara amal, (8) melakukan inovasi. Adapun faktor yang mendukung dalam pelaksanaannya adalah mengembangkan suatu perusahaan memerlukan strategi pengembangan bisnis yang baik untuk mencapai tujuan suatu perusahaan.

**Kata Kunci :** Strategi Pengembangan, Usaha Bisnis, Baja Ringan

## PENDAHULUAN

Pasang surut pengembangan usaha atau bisnis baja ringan pasca adanya covid 19 di Indonesia khususnya di wilayah Lombok Nusa Tenggara Barat, beberapa tahun belakangan ini, ditengah perekonomian Indonesia yang sedang mengalami masa-masa sulit, namun usaha bisnis dibidang baja ringan masih bertahan sebab setiap orang membutuhkannya untuk property. Bisnis baja ringan ini bahkan memiliki potensi jauh lebih berkembang. ini terbukti dengan semakin menjamurnya usaha ini.

Perkembangan bisnis ini dikarenakan meningkatnya masyarakat yang membutuhkan bahan bangunan yang memiliki kualitas dan kuantitas dan dikarenakan meningkatnya jumlah penduduk dan pengembangan manufaktur. Perkembangan bahan bangunan terus berkembang seiring majunya ilmu pengetahuan dan teknologi. Baja ringan atau galvalume merupakan salah satu material bangunan yang biasanya digunakan untuk konstruksi. Baja ringan (galvalum) saat ini telah banyak dipakai sebagai material pengganti kayu atau baja konvensional dalam pembuatan rangka atap. Penggunaan baja ringan saat ini sudah sangat dikenal di masyarakat terutama struktur atap.

CV. Perintis Jaya Truss (PJ TRUSS) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang konstruksi rangka atap baja ringan yang berlokasi di Lombok Barat dan berdiri pada tanggal 6 November 2014. CV. Perintis Jaya Truss (PJ TRUSS) melayani kebutuhan kontraktor untuk pembangunan proyek perumahan, sekolah, maupun instansi pemerintah. PJ TRUSS menyediakan produk baja ringan dan plafon terbaik dan termurah di kelasnya. CV. Perintis Jaya Truss (PJ

TRUSS) berkomitmen untuk terus berusaha memenuhi kebutuhan dan selalu mengutamakan kepuasan bagi semua konsumen, dengan cara memastikan pemasangan dilakukan secara tepat, rapi, dan bergaransi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan deskripsi mendalam mengenai strategi pengembangan usaha atau bisnis baja ringan pasca covid 19 di wilayah Kabupaten Lombok Barat dengan pendekatan kualitatif. Pemilihan metode ini didasarkan atas pertimbangan bahwa yang hendak dicari adalah data yang memberikan gambaran kondisi alami mengenai strategi pengembangan di perusahaan CV. Perintis Jaya Truss (PJ TRUSS) di Kabupaten Lombok Barat.

Jenis penelitian ini adalah diskriptif, karena penelitian berusaha untuk mendeskripsikan fakta suatu kejadian, objek, aktivitas, proses, dan manusia secara “apa adanya” yang berhubungan dengan Strategi pengembangan usaha di CV. PJ TRUSS Lombok. Sebagaimana Arikunto (2005:234) mengemukakan bahwa Penelitian diskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan”.

Prosedur Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah (1) observasi, Dalam metode ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif pasif, artinya peneliti tidak terlibat langsung dalam proses kegiatan yang dilakukan hanya mengamati dan mempelajari kegiatan untuk memahami, mencari

jawaban dan mencari bukti-bukti tentang aktifitas manajemen sumber daya manusia. ( Sugiyono, 2012:66); (2) wawancara, Teknik ini digunakan dalam pengumpulan data untuk melakukan studi pendahuluan dalam menemukan permasalahan yang diteliti, disamping untuk mengetahui hal-hal yang spesifik dari responden. ( Sugiyono:2012:72) dan dokumentasi. Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada pada benda-benda tertulis seperti buku- buku notulen, makalah, peraturan-peraturan, buletin, catatan-catatan dan lain sebagainya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Manajemen strategi Pengembangan Usaha Baja Ringan pasca Covid pada CV. PJ TRUSS di Kabupaten Lombok Barat.

Lokasi CV. PJ TRUSS Lombok yang terletak di jalan Raya Belencong, Midang, Kec. Gunungsari, Kabupaten Lombok Barat. CV. Perintis Jaya Truss (PJ TRUSS) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang konstruksi rangka atap baja ringan yang berlokasi di Lombok Barat dan berdiri pada tanggal 6 November 2014. CV. Perintis Jaya Truss (PJ TRUSS) melayani kebutuhan kontraktor untuk pembangunan proyek perumahan, sekolah, maupun instansi pemerintah. PJ TRUSS menyediakan produk baja ringan dan plafon terbaik dan termurah di kelasnya. CV. Perintis Jaya Truss (PJ TRUSS) berkomitmen untuk terus berusaha memnuhi kebutuhan dan selalu mengutamakan kepuasan bagi semua konsumen, dengan cara memastikan pemasangan dilakukan secara tepat, rapih, dan bergaransi.

Strategi pengembangan bisnis usaha baja ringan pada CV. PJ TRUSS Lombok wilayah Kabupaten Lombok Barat diantaranya adalah seperti yang kemukakan oleh owner CV PJ TRUSS Bapak Hermawan bahwa, Untuk mengembangkan bisnis, seorang pengusaha perlu memiliki strategi yang mumpuni. Strategi pengembangan bisnis bukan hanya untuk usaha berskala besar, tetapi juga usaha berskala kecil. Namun, agar berdampak signifikan terhadap perusahaan strategi yang didasarkan atas analisis dan prediksi komprehensif tersebut wajib diterapkan oleh berbagai elemen dalam perusahaan.

Pada dasarnya, strategi pengembangan bisnis adalah proses yang digunakan untuk mengidentifikasi, memelihara dan memperoleh klien baru serta peluang bisnis untuk mencapai pertumbuhan bisnis (profitabilitas). Ruang lingkup pengembangan bisnis akan berbeda dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, tergantung dari bisnis model yang diterapkan. Selain itu, untuk menyusun strategi pengembangan bisnis tidak dapat dilakukan dari satu departemen saja, melainkan harus melibatkan lintas departemen. Inilah sebabnya diperlukan kerjasama untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang maksimal.

### b. Strategi Pengembangan Usaha Baja Ringan Pasca Covid 19 Di Wilayah Kabupaten Lombok Barat (Studi Kasus pada CV. PJ TRUS)

Beberapa Stategi pengembangan bisnis atau usaha yang diterapkan di CV. PJ TRUS untuk meningkatkan usahanya pasca covid beberapa tahun belakangan ini, diantaranya adalah :

#### 1. Membangun Merek

Merek atau *brand* adalah tanda yang diasosiasikan terhadap suatu produk. Merek juga bertujuan untuk menjadi pembeda antara suatu produk dengan produk lainnya. Saat melihat merek, konsumen atau calon konsumen akan dengan mudah mengenal produk yang dijual. Menurut Kotler (2012) merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing. Karena itu, untuk mendapat perhatian selayaknya dari khalayak, sangat penting untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan merek produk perusahaan. Salah satu caranya dengan rajin memperkenalkan identitas merek kepada calon konsumen potensial melalui media sosial.

Bapak Hermawan mengemukakan bahwa untuk mempertahankan kepercayaan dari konsumen kami PJ TRUSS selalu menciptakan sebuah produk, *brand* atau merek dengan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau. Dan kami selalu memastikan bahwa produk yang dijual itu harus sesuai dengan spesifikasi dan fungsi produk itu sendiri, sehingga masyarakat atau konsumen memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan.

#### 2. Menambah Modal

Rencana pengembangan bisnis akan berjalan dengan lancar, memerlukan modal yang memadai. Modal dibutuhkan untuk memenuhi sejumlah hal, mulai dari menambah kapasitas produksi hingga memaksimalkan promosi dengan tujuan agar penjualan meningkat. Untuk mendapatkan modal tambahan, ada beberapa cara alternatif yang bisa dilakukan. Pertama, menggunakan tabungan atau menjual aset milik sendiri. Kedua, mengajukan kredit ke bank. Ketiga, meminta dukungan dana dari investor.

Menurut Bapak Hermawan selaku Owner PJ TRUSS, penambah modal itu bersifat relative mengacu pada sumber modal yang diperoleh, jika modal diperoleh dari hasil hutang atau pinjaman, maka dirasa tidak perlu. Karena akan berdampak buruk bagi perusahaan, karena akan menjadi beban pengembalian bagi perusahaan, apalagi situasi penjualan pasca pandemi masih belum normal dan baik. Namun jika penambahan modal berasal dari tabungan pribadi atau unsur bukan hutang itu akan sangat berdampak baik untuk pengembangan dan kemajuan perusahaan jangka panjangnya.

3. Strategi Penjualan yang Tepat  
Strategi pengembangan bisnis juga tak bisa dilepaskan dari strategi penjualan yang digunakan. Ada beberapa strategi penjualan yang umum digunakan saat ini. Salah satunya, *buy market share*, yaitu menjual produk yang sama kepada orang-orang yang sama. Dalam hal ini, ada 3 hal yang akan dibandingkan, yaitu kualitas, layanan, dan harga.  
Bapak Hermawan mengemukakan bahwa strategi penjualan yang tepat pasca pandemi harus berbasis kualitas dengan harga yang terjangkau, dengan banyak menyakan langsung ke konsumen kendala-kendala apa yang ada pasca pandemi dalam pembelian bahan baja ringan, semisal harga, kualitas produk, pelayanan dan lain-lain, ini dilakukan agar perusahaan memahami kondisi yang sebenarnya pasca pandemi sehingga dapat mengambil langkah-langkah yang tepat dan efektif. Disamping itu strategi yang dilakukan adalah menambah dan melengkapi produk penjualan, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dalam pembelian barang di PJ TRUSS, dan itu sangat berpengaruh untuk meningkatkan penjualan perusahaan.
4. Visible Expert dengan Content Marketing  
Salah satu strategi untuk mengembangkan bisnis adalah *visible expert* dengan menggunakan content marketing. Maksud dari strategi ini adalah dengan membuat salah satu atau seluruh produk dan tim karyawan terlihat ahli di bidangnya oleh calon konsumen. Telah banyak pakar yang membangun reputasinya dengan strategi ini sehingga brand dari bisnisnya pun ikut menjadi kuat dan dikenal oleh calon konsumen.  
Dalam hal ini Bapak Hermawan mengungkapkan PJ TRUSS memiliki team kreatif online untuk marketing, yang bertugas menawarkan dan memperkenalkan produk-produk melalui media online. Dan ini memiliki jangkauan yang lebih luas dengan biaya operasional sedikit. Sehingga berdampak sangat baik bagi kemajuan perusahaan.
5. Mengoptimalkan Analisis SWOT  
Metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) digunakan dalam pengembangan bisnis. Metode ini digunakan untuk mengetahui kondisi yang sedang terjadi dalam suatu perusahaan. *Strength* adalah kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dan bisa memberikan dampak positif. *Weakness* adalah kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dan berdampak negatif terhadap perkembangan perusahaan. *Opportunity* adalah peluang yang bisa dioptimalkan oleh perusahaan sehingga bertahan dipasar. *Threats* adalah ancaman yang dapat menghambat pengembangan perusahaan.  
Penggunaan analisis SWOT dalam perusahaan PJ TRUSS yang dikelola oleh Bapak Hermawan selaku *Owner* (pemilik), mengungkapkan bahwa strategi terintegrasi, artinya sinkronisasi antara kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta peluang dan ancaman

perusahaan, sehingga semua ini menjadi sprit atau motivasi dalam mengembangkan perusahaan. PJ TRUSS memiliki team work, kerja sama team yang sangat solid dan baik sehingga memudahkan perusahaan dalam operasional penjual ancaman perusahaan saat ini ada pada competitor-kompetitor yang kurang sehat dalam bersaing, baik dari segi produk maupun harga.

6. Bergabung dalam Komunitas  
Saat ini banyak sekali forum-forum atau komunitas bisnis yang di inisiasi oleh para pengusaha, dan dapat bergabung dengan komunitas tersebut untuk mendapatkan informasi, berbagi, hingga menjalin relasi. Bergabung dalam komunitas bisnis di Lombok memudahkan kita untuk menjalankan bisnis, karena dengan relasi yang banyak maka peluang untuk menyelesaikan masalah masalah yang ada di perusahaan akan lebih mudah, dikemukakan oleh Pemilik PJ TRUSS.
7. Berpartisipasi dalam Acara Amal  
Berpartisipasi pada acara amal, selain membantu korban yang sedang mengalami bencana, baik itu bencana alam gempa bumi, banjir, hingga kebakaran hutan. PJ TRUSS PEDULI aktif kegiatan kegiatan amal membantu masyarakat baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka Panjang. Dalam hal ini, perusahaan membantu dengan mengirimkan bahan-bahan makanan dan peralatan medis. Secara tidak langsung, hal-hal tersebut akan berdampak pada peningkatan *brand*.
8. Melakukan Inovasi  
Inovasi bisnis dapat mengembangkan bisnis dan mencegah konsumen untuk berpaling ke merek lain sekaligus menarik perhatian konsumen baru. Hal-hal baru yang disematkan dalam produk inovatif diharapkan dapat meningkatkan minat calon pembeli. Dalam hal ini sebuah inovasi tidak boleh dilakukan secara asal, harus ada pertimbangan dan perhitungan yang matang untuk menghasilkan inovasi yang nantinya benar-benar dibutuhkan oleh konsumen.  
Pada perusahaan PJ TRUSS dengan menambah dan melengkapi kebutuhan produk barang dan jasa, dengan tujuan memudahkan dan memanjakan konsumen dalam pelayanan. Perusahaan PJ TRUSS berinovasi dalam program program penjualan seperti pemberian , doorprize, diskon, bantuan gratis dan lain lain kepada konsumen, dikemukakan oleh pemilik PJ TRUSS.

## PENUTUP

### a. Simpulan

Berdasarkan pembahasan diatas dapat ditarik simpulan bahwa pelaksanaan dalam mengembangkan sebuah perusahaan pasca pandemi. Dengan menggunakan delapan tahapan strategi pengembangan bisnis yaitu: (1) Membangun merek, (2) menambah modal, (3) Strategi Penjualan yang tepat, (4) Visible Expert dengan Content Marketing, (5) mengoptimalkan analisis SWOT, (6) bergabung

dalam komunitas, (7) berpartisipasi dalam acara amal, (8) melakukan inovasi. strategi pengembangan bisnis memiliki pengaruh yang Signifikan di tiap tahapan-tahapannya. Strategi pengembangan bisnis yang baik akan mendukung usaha lebih maju dan sukses daripada sebelumnya.

#### **b. Saran**

Dalam menjalankan usaha harus penuh dengan kesungguh-sungguhan dan semangat walaupun berada dalam keadaan sesulit apapun. kesuksesan itu diraih dengan kerja keras dengan ujian-ujian yang berat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Anoraga, pandji. 2011. *Pengantara Bsnis*. PT. Rieneka Cipta: Jakarta.

Dafid, F.R. 2010. *Manajemen Strategis Konsep*. Salemba Empat. Jakarta.

Hamali, Arif Yusuf.2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Prenada. Media Group: Jakarta.

Tripomo, Tejo. 2005. *Manajemen Strategi*, Rekayasa Sains: Bandung.

-----2022.” *strategi pengembangan bisnis*”.  
<https://www.ad-ins.com/id/strategi-pengembangan-bisnis/>.22 Juni 2022. 09.30 WIT.