

INTISARI

Perusahaan BUMN konstruksi khususnya WIKA, mengalami penurunan penjualan selama masa pandemi Covid-19 di tahun 2020. Berkurangnya pasar konstruksi pada kondisi ini menimbulkan persaingan semakin tinggi dalam mendapatkan proyek. Perang harga terjadi antar perusahaan konstruksi dengan menawarkan harga serendah-rendahnya dalam mendapatkan proyek. Hal ini berdampak pada penurunan laba ketika WIKA terjebak dalam persaingan ini. Sehingga diperlukan strategi yang tepat dan langkah-langkah strategis dalam mendapatkan proyek.

Penelitian ini merupakan analisis kasus yang dijelaskan secara deskriptif. Metode analisis data digunakan model interaktif meliputi kondensasi, penyajian dan penarikan kesimpulan/verifikasi data. Pengujian validitas data menggunakan teknik triangulasi metode. Pengumpulan data berupa hasil wawancara narasumber dibandingkan dengan sumber data yang diperoleh untuk mendapatkan data yang sama. Strategi yang tepat yaitu WIKA tidak terjebak dalam perang harga melainkan berfokus pada pelanggan. Ada 3 langkah utama yang perlu dilakukan antara lain mengidentifikasi siapa calon pelanggan, apa kebutuhannya dan teknologi apa yang ditawarkan untuk mewujudkan kebutuhan pelanggan. Ketika produk yang ditawarkan memberikan manfaat dan pengalaman menarik serta tidak dimiliki pesaing, maka harga rendah bukan menjadi hal utama bagi pelanggan. Sehingga perusahaan dapat menaikkan harga dalam meningkatkan penjualan dan keuntungan.

Kata kunci : Penurunan Penjualan, Perang Harga, Strategi, Fokus Pelanggan

ABSTRACT

State-owned construction companies, especially WIKA, experienced a decline in sales during the Covid-19 pandemic in 2020. The reduced construction market under these conditions has resulted in higher competition in obtaining projects. Price wars occur between construction companies by offering the lowest possible price to get the project. This has an impact on decreasing profits when WIKA is trapped in this competition. So we need the right strategy and strategic steps in getting the project.

This research is a case analysis which is explained descriptively. The method of data analysis used an interactive model including condensation, presentation and conclusion/verification of data. Testing the validity of the data using the technique of triangulation method. Data collection was in the form of interviews with informants compared to the data sources obtained to obtain the same data. The right strategy is that WIKA is not trapped in a price war but focuses on customers. There are 3 main steps that need to be taken, including identifying potential customers, what their needs are and what technology is offered to fulfill customer needs. When the product offered provides benefits and an interesting experience and is not owned by competitors, low prices are not the main thing for customers.

Keywords: Sales Decline, Price War, Strategy, Customer Focus