

ABSTRAK

PENGEMBANGAN PROPOSISI NILAI PRODUK PRACETAK PT NUSANTARA PRECAST CONCRETE

Rara Sari Prahastuti

20/471004/PEK/26731

Peran pemerintah dalam pembangunan insfrastruktur selain sebagai regulator, pemerintah juga sebagai pelaksana dan pengelola insfrastruktur. Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) terus mendorong pemanfaatan teknologi beton pracetak yang memiliki keunggulan dalam kualitas yang lebih terstandarisasi dan keamanan penggunaannya. Salah satu perusahaan yang memproduksi beton pracetak adalah PT Nusantara Precast Concrete. Produk yang menjadi fokus utama PT Nusantara Precast Concrete meliputi Balok Pracetak, Kolom Pracetak, *Hollow Core Slab*, dan Fassade Pracetak. Sebagian besar proyek yang dikerjakan masih menggunakan jasa kontruksi dengan metode konvensional yang mengakibatkan branding pracetak yang diusung perusahaan tidak dapat diunggulkan. Pengetahuan terkait proposisi nilai yang diciptakan oleh PT Nusantara Precast Concrete sebagai penyedia jasa dan produsen produk pracetak masih terbatas pada doktrin pemasaran manajemen pusat dan belum diimplementasikan secara massif dan kontinyu pada proyek-proyek yang dikerjakan oleh PT Nusantara Precast Concrete. Proposisi nilai yang dimiliki belum dikomunikasikan secara jelas dan mendetail terkait produk pracetak.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai pengembangan proposisi nilai dalam strategi pemasaran produk pracetak. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pelaksanaan wawancara sebagai sumber utama informasi. Data sekunder didapatkan dari studi dokumen diperoleh dari data resmi perusahaan, artikel, dan sumber pustaka yang relevan. Hasil penelitian diolah menggunakan analisis segmentasi pelanggan dan analisis *technology push* (dorongan teknologi) vs *market pull* (tarikan pasar) kemudian analisis keseluruhan menggunakan analisis kanvas proposisi nilai.

Hasil yang ditemukan berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan dalam proposisi nilai yang telah dilakukan oleh PT Nusantara Precast Concrete. Dijelaskan bahwa beberapa penyembuh rasa sakit belum mengobati sakit yang dirasakan oleh pelanggan. Begitu pula pencipta keuntungan yang diciptakan oleh PT Nusantara Precast Concrete juga belum terlihat sebagai alat yang tepat untuk menciptakan manfaat yang tepat bagi pelanggan.

Kata kunci: Kanvas proposisi nilai, pracetak, proposisi nilai, segmentasi pelanggan.

ABSTRACT

DEVELOPMENT OF VALUE PROPOSITION FOR PRE-CAST PRODUCT OF PT NUSANTARA PRECAST CONCRETE

Rara Sari Prahastuti

20/471004/PEK/26731

The Role of the Government in Infrastructure Development besides functioning as a regulator, the government also plays a role as an executor and manager of infrastructure. The Ministry of Public Works and Housing (PUPR) continues to promote the utilization of precast concrete technology, which offers advantages in terms of standardized quality and safety. One of the companies that produces precast concrete is PT Nusantara Precast Concrete. The main focus of PT Nusantara Precast Concrete's products includes Precast Beams, Precast Columns, Hollow Core Slabs, and Precast Facades. However, most of the projects undertaken still rely on conventional construction methods, which hinder the promotion of precast branding by the company. The knowledge related to the value proposition created by PT Nusantara Precast Concrete as a service provider and precast product manufacturer is still limited to the marketing doctrine of the central management and has not been massively and continuously implemented in the projects undertaken by PT Nusantara Precast Concrete. The proposisi nilai possessed has not been clearly and thoroughly communicated regarding precast products.

The research approach used is a descriptive qualitative approach to provide an overview of the development of the proposisi nilai in the marketing strategy of precast products. The data used in this research consist of primary and secondary data. Primary data was obtained through interviews as the main source of information. Secondary data was obtained from document studies using official company data, articles, and relevant literature sources. The research results were processed using customer segmentation analysis and technology push vs market pull analysis, followed by an overall analysis using a value proposition canvas.

Based on the data analysis conducted, several aspects need to be improved in the value proposition carried out by PT Nusantara Precast Concrete. It is explained that some pain killers have not effectively addressed the pain experienced by customers. Similarly, the gain creators created by PT Nusantara Precast Concrete have not yet been seen as the right means to provide the appropriate benefits for customers.

Keywords: *Customer segmentation, precast, value proposition, value proposition canvas.*