

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MEMENUHI PERMINTAAN PELANGGAN

Martino Gosali, Siti Saroh, Karina Utami Anastuti

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang

Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144

Email : mrtngzli12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri implementasi strategi bisnis serta mengetahui gambaran pengembangan bisnis yang telah dilakukan CV. Bagas Jaya dalam memenuhi permintaan pelanggan. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu sumber primer dan sumber data sekunder, dimana sumber data primer diperoleh dari wawancara serta observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, literatur, jurnal serta dokumen lain. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini berupa observasi, wawancara dengan pemilik CV Bagas Jaya selaku Bapak Gunawan serta dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Keakuratan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi metode untuk menyederhanakan pemrosesan data serta memastikan analisis yang komprehensif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Bagas Jaya telah menerapkan strategi bisnis sesuai indikator, meliputi pemasaran, operasional, distribusi, organisasi, dan keuangan. Strategi pemasaran difokuskan pada harga kompetitif, layanan konsultasi, dan promosi terbatas, meskipun pemanfaatan media digital masih minim. Sedangkan pengembangan bisnis CV. Bagas Jaya telah berjalan baik, baik dari unsur internal maupun eksternal. Secara internal, niat pengembangan usaha terlihat melalui pendirian PT. Bagas Jaya Prospero dan strategi pembelian grosir. Namun, pengelolaan stok manual dan keterbatasan modal masih menjadi kendala. Dari sisi eksternal, perusahaan telah menyesuaikan harga dan kualitas sesuai daya beli pelanggan serta memanfaatkan lokasi strategis, namun perlu mempercepat respon terhadap tren pasar dan mengeksplorasi pendanaan eksternal.

Kata Kunci : Manajemen strategi, Pengembangan bisnis, Permintaan pelanggan

ABSTRACT

This study aims to explore the implementation of business strategies and to find out the description of business development that has been carried out by CV. Bagas Jaya in meeting customer demand. This type of research uses a qualitative approach with a descriptive method. This study uses 2 data sources, namely primary sources and secondary data sources, where primary data sources are obtained from interviews and observations, while secondary data are obtained from books, literature, journals and other documents. Data collection techniques used in this study are observation, interviews with the owner of CV Bagas Jaya as Mr. Gunawan and documentation. The data analysis technique in this study uses the interactive Miles and Huberman model. The accuracy of the data used in this study is source triangulation and method triangulation to simplify data processing and ensure comprehensive analysis.

The results of the study show that CV. Bagas Jaya has implemented a business strategy according to indicators, including marketing, operations, distribution, organization, and finance. The marketing strategy is focused on competitive prices, consulting services, and

limited promotions, although the use of digital media is still minimal. Meanwhile, the business development of CV. Bagas Jaya has been going well, both from internal and external elements. Internally, the intention to develop a business can be seen through the establishment of PT. Bagas Jaya Prospero and wholesale purchasing strategy. However, manual stock management and limited capital are still obstacles. From the external side, the company has adjusted prices and quality according to customer purchasing power and utilized strategic locations, but needs to accelerate response to market trends and explore external funding

Keywords: *Strategy management, Business development, Customer demand*

PENDAHULUAN

Dalam situasi kompetisi dagang yang semakin ketat dan cepat berubah, metode pengembangan bisnis menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Hal ini tidak terkecuali bagi toko bangunan yang merupakan salah satu pemain penting dalam industri konstruksi. Toko bangunan memiliki peran vital dalam menyediakan berbagai kebutuhan material bangunan bagi konsumen, baik itu untuk proyek pembangunan rumah tinggal, gedung perkantoran, atau infrastruktur umum.

Industri konstruksi yakni indikator utama dalam perekonomian negara. Dalam konteks pertumbuhan pembangunan infrastruktur yang terus meningkat, permintaan akan bahan bangunan, termasuk dari toko bangunan, terus mengalami peningkatan. Namun, dalam menghadapi dinamika pasar yang berubah dengan cepat dan tuntutan konsumen yang semakin kompleks, toko bangunan perlu memiliki strategi pengembangan bisnis yang tepat agar dapat mengoptimalkan kinerja dan mempertahankan pangsa pasarnya.

Laporan dari Media Informasi mengindikasikan harga bahan baku seperti semen dan baja telah mengalami ketidakstabilan akibat inflasi global. Di sisi lain, berlandaskan fenomena yang ada pada laman web berita online VRITIMES (2024) kekurangan tenaga kerja terampil di sektor konstruksi mencapai 25% pada tahun 2024, yang memperlambat kemajuan proyek dan meningkatkan biaya. Selain itu, sebuah laman web Bisnis.com (2022)

disebutkan strategi penjualan toko bangunan yang menjelaskan bahwa pelanggan kini lebih selektif dalam memilih toko bangunan, mengutamakan produk berkualitas, pelayanan yang baik, dan kemudahan bertransaksi..

Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, pemenuhan kebutuhan pelanggan menjadi salah satu indikator penting keberhasilan sebuah perusahaan. Pelanggan tidak hanya menelusuri produk atau jasa sebagaimana kebutuhan mereka, tetapi juga mengharapkan harga yang bersaing, kualitas bagus, dan pelayanan yang memadai. Fenomena ini menciptakan tantangan bagi perusahaan, terutama ketika terjadi perubahan di pasar, seperti kenaikan harga bahan baku atau fluktuasi permintaan yang signifikan. Dalam situasi seperti ini, strategi pengembangan bisnis menjadi kunci untuk menjaga keberlangsungan dan daya saing perusahaan.

CV Bagas Jaya adalah sebuah toko bangunan di Kota Pasuruan yang tengah menghadapi tantangan besar dalam memenuhi permintaan pelanggan. Berlandaskan hasil wawancara dengan Bapak Gunawan selaku owner CV. Bagas Jaya pelanggan sering kali menginginkan harga murah, meskipun harga bahan bangunan di pasar sedang meningkat. Ekspektasi pelanggan seperti ini sering kali menempatkan perusahaan pada posisi sulit, di mana mereka harus menyeimbangkan antara memberikan harga yang kompetitif dan mempertahankan margin keuntungan.

Dalam konteks ini, penelitian mengenai strategi pengembangan bisnis di

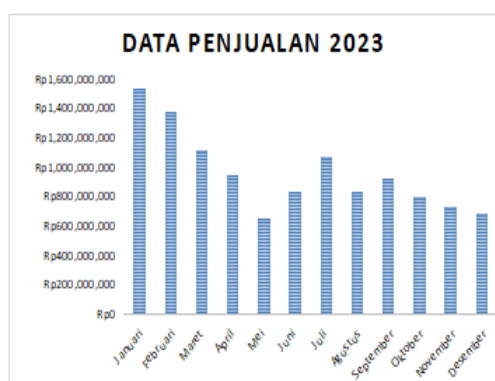
CV Bagas Jaya menjadi relevan untuk mengungkap bagaimana perusahaan mampu mengatasi tantangan tersebut. Pemahaman mendalam mengenai langkah-langkah strategis yang diterapkan akan membantu mengidentifikasi keberhasilan maupun hambatan yang dihadapi dalam memenuhi permintaan pelanggan.

Melalui sumber wawancara dengan Bapak Gunawan, dijumpai beragam masalah utama yang berakibat perusahaan terhambat yakni adanya persaingan yang ketat, pengelolaan stok, permintaan dan pelayanan pelanggan, kendala pada pemasok dan rantai pasokan, serta fluktuasi harga bahan baku akan menghambat usaha. CV. Bagas Jaya dapat ditinjau pada tabel dan grafik berikut ini :

Tabel 1. Data Penjualan CV. Bagas Jaya Januari-Desember 2023

Keterangan	Nominal
Januari	Rp 1.537.884.000
Februari	Rp 1.384.059.600
Maret	Rp 1.121.920.000
April	Rp 952.079.220
Mei	Rp 652.800.000
Juni	Rp 832.320.000
Juli	Rp 1.076.490.800
Agustus	Rp 832.320.000
September	Rp 922.706.400
Oktober	Rp 799.678.880
November	Rp 738.165.120
Desember	Rp 693.567.644

Sumber : Dokumen internal CV Bagas Jaya, 2023



Gambar 1. Grafik Penjualan CV. Bagas Jaya Januari-Desember 2023

Sumber : Dokumen internal CV Bagas Jaya, 2023.

Dalam hal ini CV. Bagas Jaya membutuhkan strategi yang tepat agar dapat memaksimalkan kinerja dan kualitas pada toko sehingga dapat bersaing dengan para kompetitornya. Selain itu, jika dilihat dari hasil wawancara pra-penelitian penelitian ini akan berfokus pada pengembangan bisnis dalam memenuhi permintaan pelanggan. Dari latar belakang yang telah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana gambaran penerapan metode bisnis di CV. Bagas Jaya ?
2. Bagaimana gambaran pengembangan bisnis yang diterapkan CV. Bagas Jaya dalam upaya memenuhi permintaan pelanggan ?

TINJAUAN PUSTAKA

Management Strategi

David (2011:5) menggambarkan manajemen strategis sebagai seni sekaligus sains—disiplin yang berpusat pada penyusunan, pelaksanaan, dan penilaian keputusan yang mencakup berbagai fungsi organisasi, yang semuanya bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Proses ini berlangsung melalui tiga tahap inti: analisis strategis, perumusan strategi, serta implementasi dan evaluasi strategi.

Dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah proses yang disiplin namun kreatif untuk mengembangkan dan melaksanakan strategi lintas fungsi yang menyelaraskan tujuan organisasi dengan kemampuan internal dan peluang eksternalnya. Proses ini memastikan kesesuaian yang dinamis antara visi, sumber daya perusahaan, dan lanskap pasar yang terus berkembang—melalui tahapan analisis, perumusan, implementasi, dan evaluasi.

Menurut Porter dalam Rangkuti (2021:4) strategi adalah alat yang sangat penting dalam rangka mencapai keunggulan dalam persaingan. Menurut Rangkuti (2021:6-7) pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi yaitu, strategi manajemen, strategi investasi, dan strategi bisnis

Pengembangan Bisnis

Menurut Hassanien et.al (dalam Mulyadi, 2023:42), Pengembangan bisnis merupakan suatu proses yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk meningkatkan kinerja dengan cara menyempurnakan fitur produk dan layanan, memajukan inovasi produk atau layanan, memasuki pasar baru, dan menjalin kemitraan dengan pihak eksternal. Nelke (dalam Mulyadi, 2023:42) menegaskan bahwa pengembangan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting bagi para manajer dan anggota tim dalam suatu organisasi.

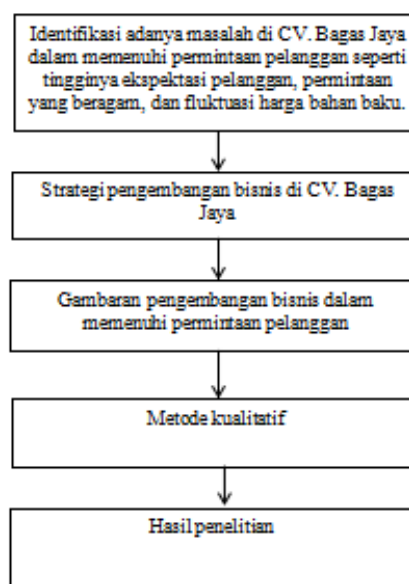
Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan bisnis melibatkan serangkaian tindakan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan mendorong pertumbuhan bisnis, serta memastikan bahwa perusahaan secara konsisten memberikan nilai.

Menurut Mulyadi (2023:49-51) unsur -unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 yaitu sebagai berikut : unsur pihak internal dan unsur pihak eksternal. Unsur internal yaitu : niat pengusaha untuk mengembangkan bisnis, mengetahui teknik produksi serta pengelolaan anggaran. Sedangkan unsur pihak eksternal yaitu: mengikuti perkembangan informasi, harga dan kualitas, kondisi lingkungan sekitar, mendapatkan dana dari luar, serta diversifikasi produk serta layanan.

Permintaan Pelanggan

Menurut Kotler et al. (2017:125) Permintaan mengacu pada jumlah barang yang konsumen bersedia dan mampu beli pada harga tertentu dalam jangka waktu tertentu. Dalam pemasaran, permintaan dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, seperti preferensi konsumen dan tren pasar. Menurut Mankiw (2016:71), permintaan menggambarkan hubungan antara harga suatu produk dan jumlah yang konsumen bersedia beli pada harga tersebut.

KERANGKA BERPIKIR



Gambar : Kerangka Pemikiran

Sumber : Data diolah 2025

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif, dimana penelitian tersebut bertujuan memberikan gambaran rinci tentang fenomena yang diteliti berlandaskan data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, serta analisis dokumen. Fokus penelitian ini untuk mengetahui gambar penerapan strategi bisnis serta mengetahui gambaran pengembangan bisnis yang telah dilakukan CV. Bagas Jaya dalam memenuhi permintaan pelanggan. Penelitian CV Bagas Jaya yang berlokasi di Jl. KH. Mansyur, Sekargadung, Kecamatan Bugul Kidul, Kota Pasuruan. Penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu sumber primer dan sumber data sekunder, dimana sumber data primer diperoleh dari wawancara serta observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, literatur, jurnal serta dokumen lain.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini berupa observasi, wawancara dengan pemilik CV Bagas Jaya selaku Bapak Gunawan serta dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model menggunakan model interaktif Miles dan

Huberman. Keakuratan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber serta triangulasi metode untuk menyederhanakan pemrosesan data serta memastikan analisis yang komprehensif..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Penerapan Strategi Bisnis di CV. Bagas Jaya

a. Strategi Pemasaran

CV. Bagas Jaya menerapkan strategi pemasaran, hal ini sejalan dengan teori Porter (1980) yang menyebutkan bahwa strategi harga yang bersaing dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. Validasi dari pelanggan mengindikasikan strategi ini berjalan efektif. Misalnya, Bapak Fahmi (19 Desember 2024) menyatakan bahwa harga yang lebih murah dibanding toko lain membuatnya lebih memilih CV. Bagas Jaya. Selain itu, Bapak Halim (23 Desember 2024) mengapresiasi layanan konsultasi yang diberikan ketika memilih bahan renovasi vilanya. Hal ini mengindikasikan pendekatan pemasaran CV. Bagas Jaya telah berhasil memenuhi permintaan pelanggan.

Dari segi kondisi ekonomi, strategi ini sangat relevan mengingat mayoritas pelanggan berasal dari kalangan menengah dengan pendapatan rata-rata Rp3.000.000–Rp6.000.000 per bulan. Dengan strategi harga yang kompetitif, CV. Bagas Jaya mampu menyesuaikan dengan daya beli masyarakat sekitar.

b. Strategi Operasional

Kotler dan Armstrong (2017) menyatakan bahwa manajemen persediaan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pasar. Berlandaskan hasil wawancara, pelanggan seperti Bapak Halim (23 Desember 2024) menyatakan bahwa ketika ia membutuhkan barang dalam jumlah besar, CV. Bagas Jaya mampu mengoordinasikan langsung dengan supplier untuk memenuhi kebutuhannya. Namun, pencatatan stok yang masih

dilakukan secara manual menjadi tantangan bagi perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional.

Dari segi kondisi geografis, CV. Bagas Jaya berada di Kecamatan Bugul Kidul, yang merupakan kawasan dengan perkembangan infrastruktur yang pesat. Lokasi strategis ini memudahkan perusahaan dalam mengakses supplier dan mendistribusikan barang kepada pelanggan dengan lebih efisien.

c. Strategi Distribusi

CV. Bagas Jaya memastikan jalur distribusi yang efisien agar barang sampai tepat waktu ke pelanggan. Hal ini mendukung salah satu aspek dari strategi bisnis oleh Rangkuti (2021:6-7) yaitu strategi distribusi yang menyebutkan bahwa efektivitas rantai pasok adalah faktor utama dalam mempertahankan kepuasan pelanggan dan daya saing perusahaan.

Dari segi kondisi sosial ekonomi, banyak pelanggan CV. Bagas Jaya berasal dari kalangan kontraktor kecil yang membutuhkan pengiriman bahan bangunan dalam jumlah besar dengan efisiensi waktu. Oleh karena itu, strategi distribusi ini sangat relevan dengan kebutuhan mereka.

d. Strategi Organisasi

CV. Bagas Jaya mengelola tim secara efektif dengan melakukan briefing rutin dan memberikan pelatihan kepada karyawan. Drucker (1974) menyatakan bahwa pengelolaan organisasi yang baik berkontribusi besar terhadap produktivitas dan pertumbuhan bisnis.

Pelanggan seperti Bapak Imron menyatakan bahwa karyawan CV. Bagas Jaya memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang dijual, yang membuatnya nyaman berbelanja di sana. Hal ini mengindikasikan pelatihan yang dilakukan memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari segi kondisi demografis, masyarakat di sekitar CV. Bagas Jaya didominasi oleh pekerja di sektor konstruksi dan perdagangan. Dengan demikian, strategi organisasi

yang diterapkan dapat membantu meningkatkan efisiensi kerja dan pelayanan kepada pelanggan.

e. Strategi Keuangan

Weston dan Copeland (1992) menyatakan bahwa strategi pengelolaan keuangan yang baik meningkatkan stabilitas perusahaan dalam jangka panjang. Berlandaskan laporan data penjualan, strategi pembelian grosir yang diterapkan CV. Bagas Jaya telah membantu menekan biaya operasional di tengah fluktuasi harga bahan baku. Hal ini relevan dengan data laporan penjualan yang menunjukkan adanya variasi pendapatan di setiap bulan sepanjang tahun 2023. Meskipun demikian, ketergantungan pada modal internal masih menjadi tantangan dalam mendukung ekspansi lebih besar.

Dari segi kondisi sosial ekonomi, pelanggan seperti Bapak Halim (23 Desember 2024) mengakui bahwa harga di CV. Bagas Jaya relatif stabil dibandingkan toko lain, yang mencerminkan strategi keuangan yang efektif dalam menjaga keseimbangan harga dan kualitas.

Gambaran Pengembangan Bisnis CV. Bagas Jaya Dalam Upaya Memenuhi Permintaan Pelanggan

Unsur Internal

a. Niat Pengusaha/Wirausaha untuk Mengembangkan Usaha

CV. Bagas Jaya telah menunjukkan komitmen kuat dalam mengembangkan bisnisnya, yang diwujudkan dengan pendirian PT. Bagas Jaya Prospero pada tahun 2022. Langkah ini dilakukan untuk memenuhi permintaan proyek konstruksi berskala besar tanpa mengganggu operasional toko ritel. Dalam wawancara, Bapak Gunawan menjelaskan bahwa pendirian PT. Bagas Jaya Prospero memberikan fleksibilitas bagi perusahaan dalam menangani proyek-proyek besar, seperti gedung bertingkat dan material spesifik

yang sulit ditemukan di pasar lokal. Sementara itu, Bapak Tyo menambahkan bahwa sinergi antara CV. Bagas Jaya dan PT. Bagas Jaya Prospero memastikan pelanggan proyek besar mendapatkan layanan optimal tanpa mengganggu pelayanan kepada pelanggan ritel.

Dari segi kondisi geografis, CV. Bagas Jaya terletak di Kecamatan Bugul Kidul, Kota Pasuruan, yang merupakan daerah berkembang dengan banyaknya pembangunan perumahan dan proyek infrastruktur. Lokasi ini mendukung ekspansi usaha karena banyaknya permintaan bahan bangunan dari sektor konstruksi. Dari segi demografi, mayoritas pelanggan berasal dari kalangan kontraktor dan masyarakat kelas menengah yang membutuhkan bahan bangunan berkualitas dengan harga yang kompetitif.

b. Mengetahui Teknik Produksi

Pengelolaan produk dan stok menjadi salah satu prioritas CV. Bagas Jaya dalam menjaga ketersediaan barang yang sesuai dengan permintaan pelanggan. Perusahaan menjaga hubungan erat dengan supplier agar stok bahan bangunan utama seperti semen dan pasir selalu tersedia. Namun, pencatatan stok masih dilakukan secara manual, yang berisiko menyebabkan ketidakseimbangan antara permintaan dan ketersediaan barang.

c. Pengelolaan Anggaran

CV. Bagas Jaya menerapkan strategi keuangan yang berfokus pada efisiensi biaya operasional. Perusahaan melakukan pembelian dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga yang lebih murah dari supplier. Evaluasi anggaran dilakukan setiap tiga bulan untuk memastikan keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran.

Laporan data penjualan mengindikasikan strategi pembelian grosir yang diterapkan CV. Bagas Jaya telah membantu menekan biaya operasional di tengah fluktuasi harga

bahan baku. Hal ini relevan dengan data laporan penjualan yang menunjukkan adanya variasi pendapatan di setiap bulan sepanjang tahun 2023. Namun, ketergantungan pada modal internal masih menjadi kendala dalam memperluas usaha. Dari segi kondisi ekonomi, pelanggan mengapresiasi stabilitas harga di CV. Bagus Jaya dibandingkan toko bangunan lain yang lebih rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku.

Unsur Eksternal

a. Mengikuti Perkembangan Informasi

CV. Bagus Jaya rutin memantau tren pasar untuk memastikan produk yang ditawarkan selalu sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Perusahaan mulai menyediakan material ramah lingkungan yang kini semakin diminati di sektor konstruksi. Namun, metode yang digunakan dalam mengumpulkan informasi pelanggan masih dilakukan secara manual, sehingga respons terhadap tren pasar terkadang lambat.

b. Harga dan Kualitas

CV. Bagus Jaya berupaya menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas agar tetap kompetitif. Jika terjadi kenaikan harga bahan baku, perusahaan mencari alternatif bahan dengan kualitas setara namun harga lebih terjangkau. Strategi ini sejalan dengan kebutuhan pelanggan yang berasal dari kelas menengah, dengan daya beli yang cenderung sensitif terhadap perubahan harga.

c. Kondisi Lingkungan Sekitar

CV. Bagus Jaya berlokasi di kawasan yang sedang berkembang pesat di Kota Pasuruan. Banyaknya proyek pembangunan di sekitar toko memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan. Pelanggan mengakui bahwa lokasi yang strategis memudahkan mereka mendapatkan bahan bangunan tanpa harus bepergian jauh.

d. Mendapatkan Dana dari Luar

Saat ini, CV. Bagus Jaya masih mengandalkan modal internal dalam operasional bisnisnya. Pemilik perusahaan menyatakan bahwa pendanaan eksternal belum menjadi prioritas utama, meskipun di masa depan hal ini dapat dipertimbangkan untuk mendukung ekspansi bisnis.

Dari segi kondisi sosial ekonomi, kebijakan ini cukup relevan mengingat stabilitas bisnis CV. Bagus Jaya saat ini masih dapat dipertahankan tanpa memerlukan pinjaman eksternal. Namun, penelitian terdahulu oleh Fatimah et al (2023) mengindikasikan pendanaan eksternal dapat menjadi solusi untuk meningkatkan inovasi dan memperluas pangsa pasar.

e. Diversifikasi Produk dan Layanan

Diversifikasi produk dan layanan merupakan salah satu strategi CV. Bagus Jaya dalam menghadapi persaingan pasar. Perusahaan menyediakan paket renovasi kecil yang ditujukan bagi pelanggan dengan anggaran terbatas, serta menawarkan layanan konsultasi gratis untuk membantu pelanggan memilih bahan yang sesuai.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Gambaran Penerapan Strategi Bisnis di CV. Bagus Jaya

CV. Bagus Jaya telah menerapkan strategi bisnis sesuai indikator Rangkuti, meliputi pemasaran, operasional, distribusi, organisasi, dan keuangan. Strategi pemasaran difokuskan pada harga kompetitif, layanan konsultasi, dan promosi terbatas, meskipun pemanfaatan media digital masih minim. Operasional dan distribusi berjalan baik, namun sistem pencatatan stok manual menghambat efisiensi. Secara organisasi, manajemen cukup efektif, tetapi koordinasi internal perlu

ditingkatkan. Dari sisi keuangan, pembelian grosir menekan biaya, tetapi keterbatasan modal internal menjadi tantangan dalam ekspansi. Secara umum, strategi bisnis CV. Bagas Jaya telah mendukung pertumbuhan usaha, meskipun masih memerlukan perbaikan di aspek digitalisasi dan pembiayaan eksternal.

2. Gambaran Pengembangan Bisnis CV. Bagas Jaya Dalam Upaya Memenuhi Permintaan Pelanggan

Pengembangan bisnis CV. Bagas Jaya telah berjalan baik berlandaskan indikator Mulyadi (2023), baik dari unsur internal maupun eksternal. Secara internal, niat pengembangan usaha terlihat melalui pendirian PT. Bagas Jaya Prospero dan strategi pembelian grosir. Namun, pengelolaan stok manual dan keterbatasan modal masih menjadi kendala. Dari sisi eksternal, perusahaan telah menyesuaikan harga dan kualitas sesuai daya beli pelanggan serta memanfaatkan lokasi strategis, namun perlu mempercepat respon terhadap tren pasar dan mengeksplorasi pendanaan eksternal. Diversifikasi layanan seperti paket renovasi telah meningkatkan loyalitas pelanggan, meskipun inovasi lebih lanjut masih dibutuhkan. Dengan perbaikan di beberapa aspek, CV. Bagas Jaya memiliki potensi kuat untuk terus berkembang dan bersaing di pasar lokal.

Saran

1. Berlandaskan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh CV. Bagas Jaya guna mengoptimalkan strategi dan pengembangan bisnisnya. Dalam aspek pemasaran, perusahaan disarankan untuk mulai memanfaatkan media digital seperti website, media sosial, dan platform marketplace untuk menjangkau konsumen yang lebih

luas. Pengembangan program loyalitas pelanggan serta penggunaan strategi pemasaran berbasis data juga dapat menjadi langkah efektif dalam meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

2. Dari sisi operasional, perusahaan dapat mempertimbangkan pengimplementasian sistem pencatatan stok berbasis digital untuk meningkatkan efisiensi manajemen inventaris, sekaligus menyusun prosedur standar operasional yang lebih responsif terhadap kendala seperti keterlambatan suplai. Kerja sama yang lebih erat dengan supplier juga penting untuk memastikan ketersediaan barang terutama pada musim proyek konstruksi.
3. Dalam hal distribusi, peningkatan kapasitas armada pengiriman atau kolaborasi dengan jasa ekspedisi dapat membantu mempercepat pengantaran, terutama bagi pelanggan proyek besar. Sementara itu, transparansi informasi melalui sistem pelacakan pengiriman akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Untuk mendukung pengembangan organisasi, struktur internal perlu disesuaikan dengan kebutuhan bisnis yang semakin kompleks, disertai dengan pelatihan karyawan secara berkala dan sistem penghargaan untuk meningkatkan motivasi kerja. Di sisi keuangan, CV. Bagas Jaya dapat mempertimbangkan alternatif pendanaan eksternal seperti pinjaman usaha atau kerja sama investor untuk mendukung ekspansi dan inovasi, dengan tetap memperhitungkan risiko yang ada melalui perencanaan keuangan jangka panjang dan evaluasi profitabilitas secara berkala.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and*

- cases (13th ed.). Pearson Education.
- Drucker, P. F. (1974). *Management: Tasks, responsibilities, practices*. Harper & Row.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Mulyadi. (2023). *Implementasi strategi bisnis*. Gadjah Mada University Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Weston, J. F., & Copeland, T. E. (1992). *Managerial finance* (9th ed.). Dryden Press.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2020). *Strategic management and business*
- Pearce, J., & Robinson, R. (2007). *Formulation, implementation, and control of competitive strategy*. McGraw-Hill.