

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Covid-19

2.1.1 Penjelasan Umum

Covid-19 (*coronavirus disease that was discovered*) merupakan wabah yang awalnya berasal dari China tepatnya pada kota Wuhan dan ditemukan pada tahun 2019. Virus ini merupakan virus yang menyerang bagian pernafasan dari manusia dan dapat menyebar dengan cepat maka dari itu virus ini sudah menyebar luas ke penjuru dunia. Virus ini dapat dikatakan virus yang memiliki gejala yang mirip dengan sakit pada umumnya seperti demam, batuk kering dan kelelahan sehingga tidak mudah untuk mengidentifikasinya dengan cepat selain itu orang yang terinfeksi tanpa gejala pun juga dapat menularkan virus tersebut. (Hansen Seng, 2020)

2.1.2 Dampak Covid-19

Dampak dari virus ini tidaklah membuat China kewalahan namun seluruh penjuru dunia menjadi kewalahan terhadap Virus *Covid-19*. Diidentifikasi pertama kali pada Desember 2019 dan pada tanggal 5 Maret 2021 ada 116.248.288 kasus dan menyebabkan 2.582.140 kematian dikarenakan Virus *Covid-19* ini. (Worldmeter Corona, 2021)

Indonesia salah satu negara yang memberikan kebijakan untuk tetap di rumah. Kebijakan ini kurang efektif melihat angka penularan *Covid-19* di Indonesia ini masih tinggi dan kurangnya kesadaran masyarakat yang masih

tidak patuh pada peraturan . Namun kebijakan ini awalnya berdampak pada perekonomian negara menjadi turun karena tidak adanya aktifitas ekonomi di negara karena aktifitas kerja dialihkan ke daring . Hal ini terjadi di semua sektor ekonomi di negara dan sangat berdampak pada sektor yang tidak dapat melakukan pekerjaannya secara daring . Industri atau sektor yang tidak dapat melakukan himbauan pemerintah untuk melaksanakan pekerjaannya secara daring mau tidak mau harus merelakan untuk tidak bekerja dan hal ini sangat merugikan bagi industri tersebut (Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Direktorat Jenderal Bina Konstruksi ,2020,Kebijakan dan Perubahan di Sektor Jasa Konstruksi di Masa Pandemi ,Buletin Konstruksi Edisi 4 Tahun 2020)

Sejak munculnya coronavirus yang merupakan salah satu virus yang menyerang sistem pernafasan manusia .Virus ini menjadi pandemi di dunia dan mengganggu dan juga melemahkan hampir semua sektor industri. Dampaknya juga bervariasi dari sektor satu dengan yang lainnya tapi yang paling dirasakan pada sektor konstruksi karena sektor konstruksi sangat berpengaruh pada ekonomi dan berpengaruh pada pekerja-pekerja yang ada di perusahaan konstruksi .(*International Labour Organization* . 2021 . *Impact of Covid-19 on the Construction Sector, ILO Sectoral Brief*)

2.2 Industri Konstruksi

2.2.1 Pengertian Industri Jasa Konstruksi

Konstruksi merupakan kegiatan dimana membangun bangunan berupa sarana dan prasarana dan Industri adalah kegiatan ekonomi yang

menghasilkan suatu barang ,maka dari itu Industri Jasa Konstruksi dapat diartikan yaitu Kegiatan ekonomi yang menghasilkan atau membangun sarana dan prasarana . Industri Konstruksi ini sudah ada dari sejak lama dan industri ini sangat berkembang pesat hampir di semua negara karena setiap negara pastinya ingin memiliki infrastruktur yang baik demi mendukung ekonomi negara . Selain itu industry ini juga mendukung beberapa industry lain nya seperti industry besi , industry kayu , industri mebel , dan lain sebagainya . Tidak hanya orang yang dapat menghitung atau membuat bangunan yang di tujukan dalam industry ini namun ada beberapa peran penting pada industri konstruksi ini seperti teknisi , drafter , konsultan , inspektur bangunan dan juga arsitek . Tidak aka nada industri konstruksi tanpa ahli ahli tersebut . .(Christan,2016)

2.2.2 Jenis Industri Jasa Konstruksi

Industri konstruksi ini tidak hanya membangun gedung bertingkat namun ada beberapa jenis lainnya .Berikut adalah beberapa jenis Industri Konstruksi di indonesia :

1. Industri Konstruksi Gedung

Industri Konstruksi Gedung ini yang sering kita temui di kehidupan sehari hari karena setiap manusia pastinya membutuhkan tempat tinggal tidak hanya mengerjakan rumah namun juga gedung gedung seperti gedung pusat perbelanjaan , apartemen , sekolah , perkantoran dan masih banyak lain . Industri ini memiliki persaingan yang sangat ketat dimana hampir semua orang membutuhkan jasa konstruksi gedung ini .

2. Industri Konstruksi Jalan

Industri konstruksi jalan biasanya dikerjakan atau dilakukan Bersama dengan departemen pekerjaan umum atau proyek pemerintah . Pekerjaan konstruksi jalan ini terdapat bermacam macam tidak hanya mengerjakan jalan nya namun mulai dari pengukuran , penggalian dan pengerasan jala . Industri ini juga tidak hanya menjalankan proyek jalan namun juga seperti konstruksi jembatan dan struktur drainase .

3. Industri Konstruksi Bangunan Air

Tidak beda jauh dengan industry konstruksi jalan , industry konstruksi bangunan air juga berjalan dengan departemen pekerjaan umum atau proyek pemerintah . Proyek proyek yang di bikin dalam industri ini biasanya mulai dari pemasangan pipa , membikin bendungan , waduk , dan lain sebagainya . Tidak hanya pemerintah yang ikut turun tangan dalam pendanaan proyek ini , pihak swasta juga dapat berperan dalam pendanaan biaya konstruksi bangunan air ini .(Surjanto;Adicandra ,2020)

2.2.3 Industri Konstruksi pada masa Covid-19

Di indonesia industri konstruksi menjadi melemah dan pada akhirnya pembatasan interaksi social maupun perkumppulan manusia di tempat umum menjadikan pekerjaan kosntruksi berhenti dan di tunda sementara . Peran konstruksi ini sangat penting untuk pergerakan ekonomi negara maka dari itu harus dilakukan berbagai kebijakan dan perubahan (Kementrian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Direktorat Jenderal

Bina Konstruksi ,2020,Kebijakan dan Perubahan di Sektor Jasa Konstruksi di Masa Pandemi ,Buletin Konstruksi Edisi 4 Tahun 2020)

Selain itu ada beberapa hal penting yang harus di perhatikan seperti pemasaran karena hal ini bagian penting dari strategi bisnis untuk perusahaan konstruksi ketika waktunya bagus dan hal ini menjadi komponen penting dari kelancaran bisnis ditambah dengan adanya penurunan bisnis pada masa *Covid-19* menjadi tantangan bagi dunia industri konstruksi (Guitton Frédéric.2020.A *Marketing Roadmap For Construction Success in the Covid-19 Environment*)

Hambatan yang ada di dunia konstruksi global salah satunya adalah *supply chain* . *Supply chain* ini semakin mempengaruhi aktivitas konstruksi karena jika ada nya perlambatan *supply chain* berdampak pada kekurangan baku dan juga bahan lainnya termasuk kontraktor dan juga subkontraktor . Hal ini material material yang ada di berhentikan pasokan nya dan akhirnya adanya penundaan pembangunan sehingga bahan baku menjadi mahal (*International Labour Organization . 2021 . Impact of Covid-19 on the Construction Sector, ILO Sectoral Brief*).Jika di lihat di indonesia dampak yang dirasakan hampir sama pada dampak yang dirasakan secara global yaitu material , tukang , peralatan dan transportasi . Dampak yang dapat dilihat sangat signifikan adalah waktu dan mobilitas nya karena adanya pembatasan transportasi terkati dengan pemberlakuan kebijakan karantina masing masing wilayah maka dari itu material material nya beberapa harus di datangkan dari provinsi lain (Kementrian

Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Direktorat Jenderal Bina Konstruksi ,2020,Kebijakan dan Perubahan di Sektor Jasa Konstruksi di Masa Pandemi ,Buletin Konstruksi Edisi 4 Tahun 2020)

2.3 Pemasaran

2.3.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah mencari tahu apa yang diinginkan pelanggan dan menyesuaikan produk perusaah nuntuk memenuhi persyaratan tersebut ,dan dalam prosesnya menghasilkan keuntungan bagi perusahaan menurut John Westwood yang ditulis di buku “*How to Write a Marketing Plan*”. Namun pemasaran ini juga tidak hanya tentang sekedar mengiklankan jasa anda kepada public namun lebih mengatur jasa atau prodak berpindah dari konsep ke pelanggan .Hal ini juga didukung dengan adanya manajemen yang baik , koordinasi , pengembangan dan juga adanya strategi yang pas untuk mencapai target . (John Westwood,2019)

2.3.2 Pemasaran di Industri Konstruksi

Pemasaran di industri konstruksi sangat diperhatikan karena harus memiliki waktu yang tepat untuk memasarkan perusahaan mereka dan pemasaran adalah tantangan bagi setiap perusahaan . Banyak strategi yang dimiliki perusahaan perusahaan demi menjalankan pemasaran yang tepat untuk perusahaan mereka . Pemasaran di dunia konstruksi ini sangat

acak .Tidak ada patokan pasti untuk setiap perusahaan untuk melakukan strategi mana yang tepat untuk perusahaan karena perusahaan memiliki pasar nya mereka masing masing (Guitton Frederic,2020)

2.3.3 Strategi Pemasaran di Industri Konstruksi

1. Menceritakan Perusahaan

Bercerita tentang perusahaan adalah taktik pemasaran yang biasanya dilakukan oleh perusahaan konstruksi agar *client* mereka tahu apa yang perusahaan kerjakan dan juga mengapa *client* harus memilih perusahaan tersebut . Dengan adanya komunikasi ini paling tidak adanya hubungan antara perusahaan dengan dunia luar . Membuat perusahaan dengan modal kepercayaan *client* dapat berdampak positif dan ini merupakan pemasaran yang paling efektif di setiap sektor industri . (Guitton Frederic,2020)

2. Mencari *feedback* dari *client*

Strategi pemasaran yang lain adalah mencari atau membuat kasus di perusahaan tersebut dengan cara meminta *feedback* dari setiap client maka dari itu perusahaan mengetahui kelebihan dan kekurangan perusahaan sehingga pada akhirnya dapat mendapatkan performa yang baik untuk perusahaan . (Guitton Frederic,2020)

3. Menunjukkan Kelebihan Perusahaan

Menunjukkan kelebihan perusahaan merupakan pemasaran yang baik untuk perusahaan . Perusahaan perlu menunjukkan kelebihan nya seperti bagaimana mereka menangani setiap proyek dan menjelaskan alur kerja

perusahaan . Perusahaan juga harus menjelaskan bagaimana perusahaan mengelola aspek aspek penting dari setiap proyek dan hal ini dapat menjadi kunci dalam pemasaran ini . (Guitton Frederic,2020)

4. Pemasaran Digital

Pemasaran secara digital sangat berkembang belakangan ini . Maka dari itu perusahaan konstruksi harus mengambil sektor pemasaran ini karena hal ini akan menjadi pemasaran yang pasti dilakukan pada masa yang akan datang . Dengan membangun social media dan juga *website* untuk perusahaan adalah tahap paling awal dari pemasaran ini . Tahap selanjutnya dimana harus memperhatikan apakah *website* yang dibuat dapat di akses dengan mudah dan menyenangkan , lalu apakah dapat diakses melalui telepon genggam mengingat setiap orang sekarang memiliki telepon genggam , dan yang paling pasti memiliki informasi terkini dibarengi dengan konten yang menarik. (Guitton Frederic,2020)